



UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA BEJAIA

***FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUE, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION***

DÉPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion

Option : Entrepreneuriat

Thème

**Accompagnement et financement des startups, cas des
entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia**

Réalisé par :

TMZIT MARIA

Encadré par :

Mme, HADOU Naima

Année universitaire 2023/2024

Remerciements

Ce jour marque la fin d'une longue période d'étude à

l'université Abderrahmane Mira de Bejaia

suite à l'élaboration de ce travail, et avant toute chose je tiens à

remercier le bon dieu de m'avoir donné le courage,

la volonté ainsi la patience pour mener ce travail jusqu'à sa fin.

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidée à élaborer ce projet de fin d'étude.

Je tiens à adresser mon vif remerciement avec mon plus profond respect et ma plus large considération à mon encadrante, Mme. HADOU NAIMA d'avoir accepté d'assurer la direction du présent mémoire ;

Enfin, je remercie tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A ceux qui ont donné sens à mon existence, en m'offrant une éducation digne de confiance,
A l'âme pure de mon père, à ma mère et à mon mari qui m'ont soutenu et encouragé durant
toute ces années d'étude, qu'ils trouvent ici le témoignage de ma profonde reconnaissance.

A mes frères (Sofiane, Merouane et Hamza) ;

A Mes sœurs sans exception ;

A ma belle-mère (Samia) ;

A mes bons frères (Abed-El-Nour et Massi) ;

A Ma belle-sœur (Sarina)

A toute ma famille sans exception ;

A Mes amies ;

A ceux que je porte dans mon cœur avec tout amour et estime.

Je vous remercie infiniment

Maria

Liste d'abréviation

ACSE : Analyse de la directrice du Centre algérien d'Entrepreneuriat Social

ANADE : Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes

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

CNAC : La Caisse Nationale d'Assurance Chômage

OCDE : Organisation de coopération et de développement économique

PME : Petit et Moyen Entreprise

TIC : Technologie de l'Information et de Communication

Liste des figures

| | |
|--|----|
| Figure n° 01 : les catégories d'innovation..... | 11 |
| Figure n°02 : les sources de financement..... | 20 |
| Figure n°03 : nombre d'employés des entreprises enquêtées..... | 42 |
| Figure n°04 : type d'accompagnement | 46 |
| Figure n°05 : besoin d'accompagnement..... | 47 |
| Figure n°06 : besoin spécifique d'accompagnement..... | 48 |
| Figure n°07 : la recherche d'aide pour les entreprises..... | 49 |
| Figure n°08 : les conseils pour l'entreprise | 50 |
| Figure n°09 : les types de financement..... | 51 |
| Figure n°10 : les besoin spécifique de financement..... | 53 |
| Figure n°11 : les défis rencontrent la start-up..... | 54 |
| Figure n°12 : type de difficultés financière..... | 56 |
| Figure n°13 : les principales leçons en tant que fondateur..... | 57 |

Liste des tableaux

| | |
|--|----|
| Tableaun°01 : les cinq meilleures startups Algériennes selon le classement..... | 33 |
| Tableau n°2 : le profit de l'entrepreneur | 40 |
| Tableau n°03 : la création de startup..... | 41 |
| Tableaun°04 : activités principale..... | 43 |
| Tableaun°05 : zone d'intervention | 44 |
| Tableaun°06 : site web | 44 |
| Tableaun°07 : le stade de développement | 45 |
| Tableaun°08 : les avantages d'accompagnement | 46 |
| Tableaun°09 : recours des startups au financement | 51 |
| Tableaun°10 : besoin de financement | 52 |
| Tableau n°11 : les problèmes de financement..... | 55 |
| Tableaun°11 : les difficultés de financement | 55 |

SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| Introduction générale..... | 01 |
| Chapitre I : cadre conceptuelle sur les start-ups..... | 05 |
| Introduction..... | 05 |
| Section 1 : émergence des startups dans le monde | 05 |
| Section 2 : caractéristiques des start-ups..... | 07 |
| Conclusion..... | 16 |
| Chapitre II : écosystèmes des start-ups en Algérie..... | 18 |
| Introduction..... | 19 |
| Section 1 : les sources de financement des startups..... | 19 |
| Section 2 : les mécanismes de financement et d’accompagnement des startups en Algérie... | 23 |
| Section 3 : état des lieux des startups en Algérie | 30 |
| Conclusion | 35 |
| Chapitre III : Accompagnement et financement des startups, cas des entreprises de livraison des colis dans la ville de Bejaia..... | 36 |
| Introduction..... | 37 |
| Section 1 : méthodologie et les techniques de recherche..... | 37 |
| Section 2 : analyse et interprétation des données collecter..... | 39 |
| Conclusion..... | 58 |
| Conclusion Générale..... | 61 |

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

Dans un monde en constante évolution, l'innovation et l'entrepreneuriat sont devenus des moteurs essentiels de la croissance économique, et le rôle des start-ups continue de croître. Ces jeunes entreprises, souvent caractérisées par leur dynamisme, leur créativité et leur capacité à perturber les marchés établis avec des produits ou services innovants, leur succès repose souvent sur leur capacité à évoluer rapidement et à attirer des investissements.¹

Dans un contexte économique où le commerce électronique connaît une croissance fulgurante avec l'arrivée d'internet dans les foyers du monde entier, les consommateurs ont été très nombreux à modifier considérablement leurs habitudes d'achat. La livraison express est devenue un système logistique très important que toutes les entreprises ou presque ont pris en compte dans leur stratégie de communication avec leurs partenaires ainsi qu'avec les consommateurs.

La livraison des colis est devenue un pilier de notre société moderne. Ces dernières années le monde a observé une augmentation constante des volumes de colis échangés distribués². Face à cette croissance exponentielle, il est important de développer des solutions durables et innovantes pour répondre aux besoins des consommateurs.

Dans un monde où la demande de services de livraison de colis est en constante augmentation, les start-ups dans ce domaine représentent un potentiel considérable pour répondre à ces besoins croissants. En Algérie, ces entreprises émergentes font face à des défis spécifiques, notamment en matière d'accès au financement et de soutien gouvernemental, pour encourager leur développement et contribuer à dynamiser le secteur de la logistique.

L'un des principaux obstacles rencontrés par les start-ups en Algérie est l'accès aux ressources financières nécessaires pour démarrer et croître. Les entrepreneurs ont besoin de fonds pour financer la recherche et le développement. Pour répondre à ce besoin crucial, le gouvernement algérien inclut des programmes de financement tels que des fonds de capital-risque spécifiquement dédiés, le financement des incubateurs spécialisés et des plateformes de financement participatif.

¹ Ben Romdhane, Emna, « Succès de la start-up : une étude de cas sur la base d'une approche intégrative et multidimensionnelle », Annecy, 31 mai – 3 juin 2022, p23.

² source : open édition journal JAKE ALIMOHAMED-WILSON
<https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-des-services/etude-de-marche/livraison-colis-messagerie-express-627483.htm>

INTRODUCTION GENERALE

En palliant les obstacles financiers des start-ups, l'Algérie pourrait stimuler son économie, générer des emplois qualifiés et encourager l'émergence d'entrepreneurs innovants. Cette démarche contribuerait à diversifier son économie et à diminuer sa dépendance vis-à-vis des industries conventionnelles, favorisant ainsi un développement durable et adaptable.

L'émergence des start-ups de livraison de colis ces dernières années en Algérie, particulièrement dans la wilaya de Bejaïa. Cela témoigne du potentiel entrepreneurial du pays dans des secteurs émergents, soulignant l'importance de soutenir ces initiatives et des programmes ciblés à travers des dispositifs d'accompagnement et des ressources de financement en investissant dans ces start-ups et en favorisant un environnement propice à l'innovation, ce qui inclut la mise en place de formations adaptées, l'accès à des infrastructures logistiques modernes et la création de réseaux de collaboration entre entrepreneurs.

Dans ce contexte la question centrale qui en découle de ce qui précède : **Quelles sont les meilleures pratiques en matière d'accompagnement et de financement pour les startups de livraison des colis au niveau de la wilaya de Bejaïa ?**

Pour répondre à cette question il serait intéressant de poser d'autres questions subsidiaires que nous avons formulées comme suit :

- Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs et des startups?
- Quelles sont les sources de financement et les pratiques d'accompagnement des startups de livraison des colis de la wilaya de Bejaïa?
- Quels sont les obstacles auxquels sont confrontées les entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaïa ?

Pour tenter de répondre à nos questionnements et atteindre notre objectif nous avons formulé les trois hypothèses suivantes

H1 : Les startups spécialisées dans le transport du colis sont des entreprises innovantes en phase de développement et de croissances et les créateurs sont des jeunes diplômés de l'université.

H2 : L'adoption de meilleures pratiques d'accompagnement et de financement favorise la réussite, la croissance et l'innovation des startups de livraison de colis à Bejaïa.

H3 : Les principaux obstacles des Start-up sont liés au financement et à la concurrence

INTRODUCTION GENERALE

Pour confirmer ou infirmer ces hypothèses, nous allons suivre la méthodologie suivante. Nous allons commencer par une recherche bibliographique et documentaire qui nous permettra de cerner le thème. Ensuite nous allons effectuer une enquête de terrain auprès de différentes startups de livraison de colis dans la commune de Bejaia.

Notre plan de travail est composé de trois chapitres : le premier chapitre partie théorique sur la start-up, et le deuxième chapitre dédié, pour examiner l'écosystème des startups. Le dernier chapitre, présente une analyse des résultats obtenus portant sur les startups de livraison dans la wilaya de Bejaia.

CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUEL
SUR LES STARTUPS

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

Introduction

Dans le monde dynamique d'aujourd'hui, de nombreux observateurs constatent que les startups sont des acteurs essentiels du développement actuel de l'innovation et du progrès économique. Ces dernières années, le mot start-up a gagné en popularité et est utilisé au-delà de son sens initial. Aujourd'hui, il est fréquemment employé dans le langage courant pour désigner une entreprise en plein essor. Bien qu'une entreprise ne possède pas tous les éléments d'une start-up traditionnelle, elle doit néanmoins présenter certaines caractéristiques essentielles pour être considérée comme une start-up.

Dans ce premier chapitre nous allons présenter « le cadre conceptuel de la start-up » en générale, ou en à le deviser en deux sections. En commençant par la première section qui parle sur l'émergence de la start-up dans le monde, en suite nous allons aborder dans la deuxième section les caractéristiques des startups.

Section 1 : Emergence des startups dans le monde

L'émergence des start-ups a transformé le paysage économique mondial, marquant le début d'une ère d'innovation et de disruption dans divers secteurs. Cette section explore les étapes clés de cette évolution, les tendances actuelles et l'impact des start-ups sur l'économie globale.

1.1) Émergence et impact sur l'économie moderne

Les startups ont émergé dans les années 2000 avec l'avènement de l'internet et des nouvelles technologies³. Vers la fin du 20ème siècle, aux États-Unis, des entreprises dynamiques spécialisées dans les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont émergé, donnant naissance à des innovations numériques majeures qui ont connu un succès mondial. C'est au sein de ce contexte que le terme "start-up" a fait son apparition pour désigner ces jeunes entreprises novatrices à fort potentiel de croissance. Au fur et à mesure que ces start-ups se développaient, elles ont commencé à révolutionner différents secteurs de l'économie grâce à leurs produits et services disruptifs.

Elles ont été largement influencées par le contexte de la révolution numérique, qui a permis des opportunités sans précédent pour créer des entreprises innovantes. Les startups trouvent souvent leurs origines dans des centres d'innovation tels que les universités, les incubateurs ou les accélérateurs, qui favorisent l'émergence de nouvelles idées et soutiennent

³ <https://www.techrun.fr/lerc-des-startups/> (consulté le 18 mai 2024).

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

les entrepreneurs dans le développement de leurs projets. Les entrepreneurs eux-mêmes sont souvent des individus passionnés par l'innovation, qui ont identifié un problème sur le marché et cherchent à y apporter une solution.

1.2) Origine de la start-up

Avant de définir le mot startup il est à souligner que ce mot n'est sans doute un mot français, sa traduction littéraire nous amène droit vers son origine anglais qui signifie « entreprise qui démarre » ; une phase très importante dans la vie d'une entreprise. Il est à souligner aussi que la startup est appelée une jeune pousse.

Etymologiquement parlant, le mot « start-up » est un mot emprunté à la langue anglaise dit anglicisme, composé de deux parties :⁴

- Start : pour le démarrage d'une nouvelle entreprise ou activité.
- Up : pour la phase d'accélération de l'entreprise.

La start-up est en évidence bien plus qu'une entreprise, c'est en réalité un véritable état d'esprit : Une équipe partageant des valeurs et réunie pour poursuivre un projet commun bien souvent innovant.

1.3) Définition la start-up

Les auteurs de la Silicon Valley ont des définitions légèrement différentes, mais ils mettent tous l'accent sur l'importance de la création de valeur et de la disruption du marché, voici quelques définitions citées :

-Selon Steve Blank « Une organisation temporaire à la recherche d'un modèle économique viable, rentable, permettant une croissance exponentielle, répétable et scalable». ⁵

Selon lui, est considérée comme un véritable visionnaire qui a redéfini la façon dont les startups sont lancées, gérées et développées. Son héritage se perpétue à travers les nombreuses startups qui ont bénéficié de ses enseignements et de son inspiration. Son accent sur la validation client, le développement itératif et la construction d'un business model évolutif a permis à d'innombrables entrepreneurs de transformer leurs idées en entreprises fructueuses. Il reste une voix de premier plan dans l'écosystème des startups, guidant et inspirant la prochaine génération d'innovateurs.

⁴Khelil Sabrina, « Analyse de l'écosystème des startups en Algérie (Etat des lieux et Perspectives) », La Revue du développements et des Prospectives Pour Recherches et études VOL : 07 - N° : 01 – Juin 2022 P293-310

⁵ <https://www.l-expert-comptable.com/a/534017-start-definition-modele-economique-mentalite.html> (consulter le 13 mai 2024)

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

-selon Eric Ries: «Une institution humaine conçue pour créer quelque chose de nouveau dans des conditions d'extrême incertitude.»⁶

-selon Peter Thiel: «la startup est une entreprise qui crée quelque chose de radicalement nouveau, qui ne se contente pas d'améliorer ce qui existe déjà».⁷

-Selon Paul Graham « une start-up est une entreprise destinée à croître rapidement ».⁸

C'est différentes définitions englobe l'innovation disruptive, l'exécution agile, une culture organisationnelle dynamique, un accès au financement et une vision ambitieuse. Mais au-delà de ces éléments clés, c'est l'esprit d'aventure, la passion et la détermination des fondateurs qui constituent l'essence même d'une startup et font vibrer le cœur de cet écosystème en perpétuelle ébullition. Cependant, il est important de souligner que les définitions des start-ups peuvent différer selon les auteurs et le contexte.

Ainsi, une start-up peut être définie comme une jeune entreprise récente, dynamique et axée sur l'innovation, cherchant à croître rapidement en introduisant des solutions nouvelles ou disruptives sur le marché, avec une culture d'agilité, de prise de risque et d'expérimentation.

Section 2 : caractéristiques des start-ups

Dans le monde des affaires, les startups se sont imposées comme une entité distincte, incarnant un ensemble unique de caractéristiques et de principes de fonctionnement qui les distinguent des entreprises traditionnelles. Bien que les deux types d'entreprises partagent l'objectif fondamental de création de valeur et de génération de profits, Pour identifier précisément une entreprise en tant que startup, il est nécessaire de comprendre parfaitement ces facteurs de distinction. Mais comment déterminer si on est en présence d'une startup ou non?

2.1) Distinct entre entreprise et la start-up

Une startup est une entreprise distincte des autres, elle est souvent financée par ses fondateurs, elle cherche à développer un produit ou un service pour lequel ils pensent qu'il existe une demande. Bien que son statut juridique puisse être comparable à celui d'autres entreprises, une startup se distingue de nombreuses manières d'une entreprise classique. Ces

⁶ Andrews R.Knet, le concept de stratégie d'entreprise, Edition Dow-Jones Irwin, 1971, p145

⁷ Peter Thiel, ZERO TO ONE, éditions Jean-Claude Lattès pour la traduction française, février 2016, P188.

⁸ ANSOFF Igor, « Stratégie du développement de l'entreprise », les Editions d'organisation, Paris, 1989, p322

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

deux types de structures fonctionnent différemment, avec des dynamiques et des objectifs distincts.⁹.

Les entreprises établies se focalisent sur l'exécution et l'optimisation d'un modèle économique déjà en place, en favorisant la stabilité et la croissance durable. Leur priorité est d'améliorer les processus internes et de maximiser la satisfaction client.

En revanche, les startups sont en phase d'exploration et d'expérimentation. Leur objectif est de trouver et de valider un business model viable. Elles se concentrent sur la recherche de valeur client, la définition d'une proposition de valeur convaincante et la construction d'un modèle économique rentable. Leur culture d'entreprise encourage l'innovation, la prise de risque et l'agilité.

La distinction entre entreprises et startups est loin d'être superficielle. Elle éclaire leurs motivations profondes, leurs modes de fonctionnement et les facteurs clés de leur succès.

Une start-up est généralement une jeune entreprise qui est dans ses premières étapes de développement et qui se caractérise souvent par une innovation ou une idée nouvelle. Ces entreprises sont souvent créées pour répondre à un besoin spécifique sur le marché ou pour résoudre un problème avec une approche nouvelle et prometteuse. L'objectif principal des start-ups est généralement la croissance rapide et l'expansion de leur impact, souvent avec l'espoir de devenir une entreprise établie à long terme.

2.2) Les caractéristiques des start-ups

Les startups se caractérisent par leur innovation, leur croissance rapide, leur capacité à s'adapter à l'incertitude et leur recherche d'un business model viable, voici les diverses caractéristiques d'une jeune entreprise.

2.2.1) Temporaire

Lorsque l'on dit qu'une startup est temporaire, cela signifie qu'elle n'est pas destinée à rester dans sa phase initiale indéfiniment. Contrairement à d'autres types d'entreprises, telles que les grandes entreprises établies, qui visent souvent la stabilité et la pérennité, une startup est conçue pour évoluer rapidement et sortir de cette phase de démarrage.

⁹ Guettouche HaddadFatma Zohra, Belaid Dehbia, Haddad Imene, « Les Green Startups aux services de l'accroissement des technologies », Journal of Contemporary Business and Economic Studies Vol(05) No.(3) (2022)

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

Le principal objectif d'une startup n'est pas simplement d'être une startup, mais plutôt de progresser au-delà de cette phase. Cette notion est bien résumée par Peter Thiel¹⁰, entrepreneur reconnu de la Silicon Valley, lorsqu'il évoque le passage de "0 à 1". Il s'agit de concrétiser une idée en une entreprise tangible, de proposer une solution inédite à un problème, et de générer de la valeur réelle. En d'autres termes, une startup a pour mission de franchir un cap crucial : passer du stade de l'idée prometteuse à celui d'une entreprise solide et durable. Cela implique de passer de zéro à un, c'est-à-dire de transformer une idée ou un concept en une entreprise opérationnelle et viable. L'objectif est de créer une entreprise qui puisse fournir des produits ou des services qui répondent aux besoins du marché et qui génèrent de la valeur pour les clients.

Pour beaucoup d'entrepreneurs, le but ultime est de créer une entreprise prospère qui soit capable de croître et de prospérer à long terme. Cela peut impliquer une expansion du marché, le développement de nouveaux produits ou services, ou même des changements dans la structure organisationnelle de l'entreprise. En fin de compte, l'objectif est de sortir de la phase de startup pour devenir une entreprise établie et réussie.

2.2.2) Innovation

Les startups sont souvent fondées sur une idée innovante ou une solution novatrice à un problème existant. Elles cherchent à perturber les industries établies en proposant quelque chose de nouveau et de différent. L'innovation est un élément fondamental pour la vie de nos organisations, de notre économie et de notre société¹¹. C'est le moteur de l'entrepreneuriat et une clé essentielle du succès. Elle permet aux entrepreneurs de se démarquer, de croître, d'attirer des talents et de transformer leur secteur d'activité. En cultivant une culture d'innovation et en encourageant la prise de risques calculés, les entrepreneurs peuvent bâtir des entreprises durables, créées de la valeur pour leurs clients. Elle peut prendre différentes formes : elle peut se traduire par la création de nouveaux produits ou services qui répondent à des besoins non satisfaits sur le marché, par la transformation de produits ou services existants pour les rendre plus efficaces ou plus accessibles, ou encore par la mise en place de nouvelles méthodes de production, de distribution ou de commercialisation.

L'innovation peut prendre des formes multiples. Les modèles les plus anciens étaient principalement centrés sur l'innovation technologique de produit et de procédé, mais

¹⁰ Peter Thiel, « ZERO TO ONE », éditions Jean-Claude Lattès pour la traduction française, février 2016, P188.

¹¹ Rapport Robert Boyer Michel Didier, « Innovation et croissance », La Documentation Française, Paris, 1998 - ISBN : 2-11-004091-2

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

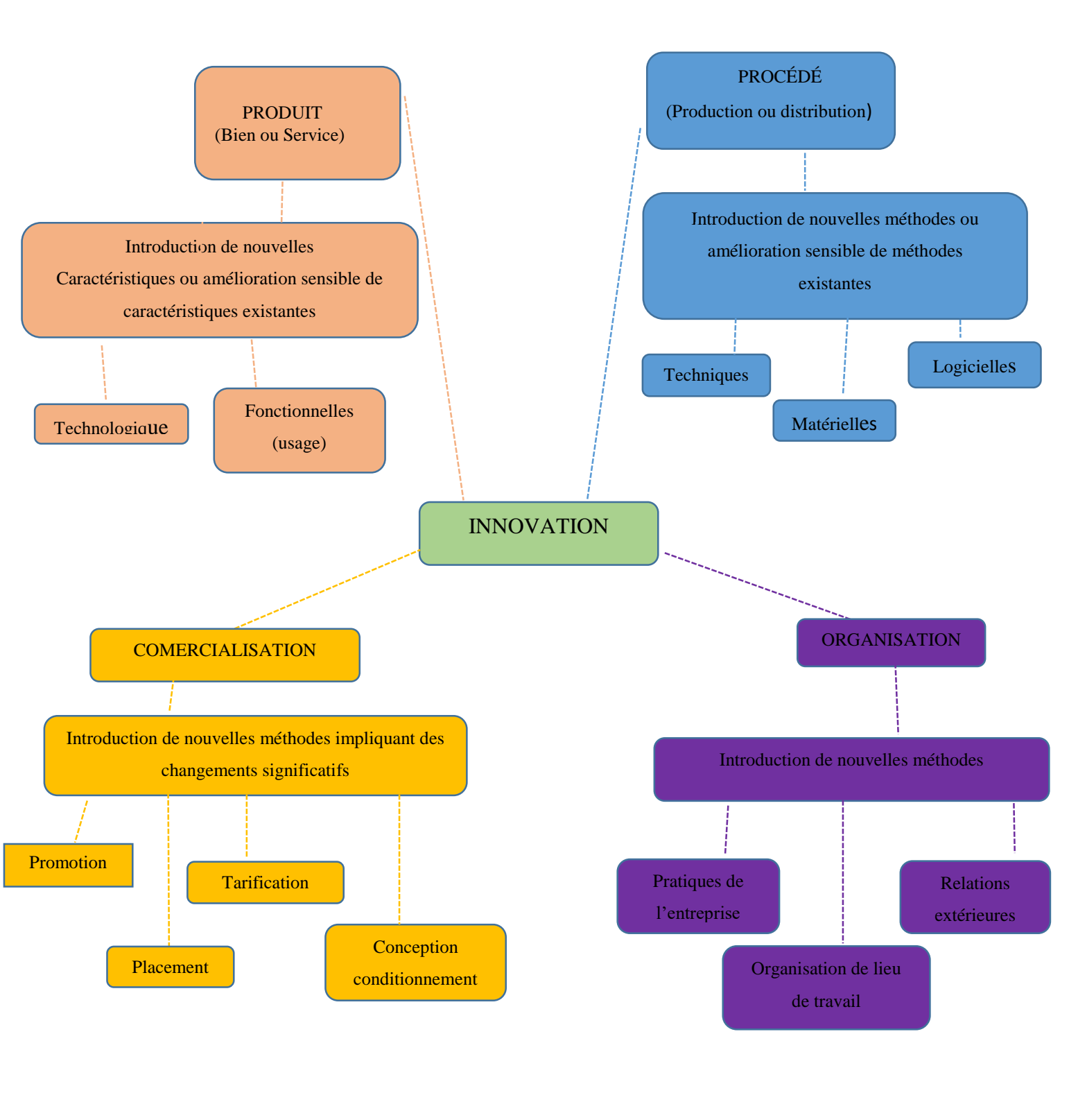
désormais l'innovation non technologique a toute sa place dans les stratégies des entreprises et des états.

2.2.2.1) les catégories de l'innovation

Selon le manuel d'Oslo¹², définit l'innovation comme « la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieur. » Elle considère ainsi 4 catégories d'innovation (Fig. 1) : l'innovation de produit, de procédé, d'organisation et de commercialisation

¹² Le Manuel d'Oslo de l'OCDE rassemble les « principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation ». Consulter le 22/05/2024

Figure 1 : Les catégories d'innovation



Source : Figure construite à partir des définitions du Manuel d'Oslo (OCDE, 2005)

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

Les innovations doivent être concrétisées et mises en œuvre pour devenir effectives et avoir un impact réel sur le marché ou au sein d'une entreprise. Examinons cela comment concrète pour chaque catégorie d'innovation.¹³

a) L'innovation de produit

L'innovation de produit vise à développer de nouveaux produits ou améliorer les existants pour les adapter aux besoins du marché et des clients. Cela comprend la création de nouveaux produits et l'amélioration de ceux existants pour offrir une meilleure expérience utilisateur. Cette approche peut entraîner une augmentation des ventes et de la compétitivité des entreprises

b) L'innovation de procédé

L'innovation de procédé, aussi appelée innovation de processus, implique l'introduction de nouvelles méthodes ou systèmes au sein d'une organisation pour améliorer l'efficacité et la création de valeur. Cela s'applique à divers secteurs, de l'industrie aux services. C'est un élément clé pour différencier une entreprise, améliorer sa performance, réduire les coûts et obtenir un avantage concurrentiel durable.

c) L'innovation d'organisation

L'innovation d'organisation, souvent sous-estimée par rapport à l'innovation technologique ou produit, est cruciale pour la réussite des entreprises dans un environnement en évolution. Elle implique la restructuration des processus et modes de fonctionnement pour accroître l'efficacité, la flexibilité et l'adaptabilité de l'entreprise. C'est un levier important pour améliorer la performance, la créativité et relever les défis économiques actuels, permettant aux entreprises de libérer le potentiel de leurs collaborateurs et de construire un avantage concurrentiel durable.

d) L'innovation de commercialisation

L'innovation de commercialisation implique l'adoption de nouvelles méthodes pour transformer la conception, la distribution, la promotion et la tarification des produits, visant à offrir une expérience client distinctive et à améliorer la performance économique. Ce processus va au-delà des simples changements d'emballage ou de prix, représentant une refonte profonde de la manière dont les entreprises conçoivent, communiquent et vendent

¹³ HABIBI. Z & GUATI. R (2022) «L'impact de l'innovation sur la performance des entreprises : une revue de littérature théorique et empirique», Revue Internationale des Sciences de Gestion «Volume 5 : Numéro 2» pp : 341 - 362

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

leurs produits. En adoptant une approche centrée sur le client et créative, les entreprises peuvent élaborer des stratégies innovantes de commercialisation pour se démarquer sur le marché, attirer de nouveaux clients et favoriser une croissance à long terme.

Les 4 catégories d'innovation contribuent toutes, de façon complémentaire, à l'amélioration des performances de l'entreprise. Cependant de l'extérieur de l'entreprise, la catégorie d'innovation la plus visible, celle qui participe en général le plus à l'image de marque, reste l'innovation de produit.

2.2.2.2) les types de l'innovation

Les startups, grâce à leur agilité et leur orientation vers la croissance, sont souvent des leaders en matière d'innovation. Elles peuvent innover à divers niveaux pour se démarquer et conquérir leur marché. Voici les quatre types d'innovations actuellement existants pour une meilleure compréhension :¹⁴

a) Innovation mineure ou incrémentale

L'innovation incrémentale constitue une stratégie précieuse pour les startups qui cherchent à se développer de manière durable et rentable. En se concentrant sur des améliorations progressives et en restant à l'écoute des besoins des clients, les jeunes entreprises peuvent se positionner comme des acteurs incontournables dans leur secteur et établir une base solide pour une croissance future.

b) Innovation adjacente

L'innovation adjacente consiste à développer de nouveaux produits, services ou technologies qui sont intérieurement liés ou complémentaires aux produits ou aux activités existants de l'entreprise, tout en représentant une évolution significative ou une extension de ceux-ci. Plutôt que de créer quelque chose de totalement nouveau, les startups peuvent innover en exploitant leur expertise existante et en explorant de nouvelles opportunités à proximité de leur domaine d'activité actuel. Cela peut se traduire par le développement de produits ou de services connexes, la diversification de la gamme de produits ou l'exploration de marchés adjacents pour capitaliser sur leur positionnement stratégique et leur connaissance du marché.

c) Innovation majeure ou radicale (Breakthrough)

¹⁴ Frédérique Savignac. Le financement des entreprises innovantes. Economies et finances. Université Panthéon Sorbonne - Paris I, 2006

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

L'innovation majeure, connue sous le nom d'innovation radicale ou de percée, transforme fondamentalement un secteur ou une industrie entière. Contrairement à l'innovation incrémentale, qui apporte des améliorations progressives, l'innovation majeure est révolutionnaire et disruptive. Les startups réussissant des percées technologiques peuvent transformer les marchés existants, créer de nouveaux marchés et bouleverser les modèles d'affaires. Ces innovations offrent des opportunités de croissance rapide et de domination du marché. Bien que risquée, l'innovation radicale peut transformer complètement un secteur et mener au succès fulgurant. Des entreprises comme Microsoft, Facebook et Google ont redéfini l'industrie du numérique grâce à cette forme d'innovation.

d) L'innovation de rupture

L'innovation de rupture, aussi appelée innovation disruptive, est un concept élaboré par Clayton Christensen¹⁵, professeur à Harvard Business School, dans son Ouvrage "The Innovator's Dilemma". Christensen a étudié des cas d'entreprises surpassées malgré leur succès initial par de nouveaux acteurs proposant des solutions radicales, montrant la capacité d'une innovation à transformer radicalement une industrie en introduisant des technologies novatrices.

L'innovation de rupture remet en question les modèles existants, propose des solutions disruptives répondant aux besoins des consommateurs de manière efficace, introduit de nouvelles technologies, produits ou services pour créer un nouveau marché et attirer une nouvelle clientèle. C'est un moteur de changement et de croissance économique, nécessitant une vision à long terme, une capacité d'adaptation et une culture d'entreprise audacieuse. Cette notion met en avant la capacité d'une innovation à transformer radicalement une industrie ou un marché en introduisant des technologies, produits ou services novateurs qui bouleversent les modèles établis.

2.2.3) Recherche d'un Business Model

La recherche d'un Business Model efficace est une étape essentielle dans le processus de création et de croissance d'une startup.¹⁶ Cela nécessite une compréhension approfondie des besoins des clients, une capacité d'innovation et d'adaptation, ainsi qu'une analyse rigoureuse des opportunités et des défis du marché. Le business Model d'une startup est un élément essentiel de sa réussite. En consacrant du temps et des ressources à la création et au

¹⁵Chandler Alfred JR, Stratégie et structure : chapitres de l'histoire de l'entreprise industrielle américaine, MIT Presse, 1962, p98.

¹⁶ Estèle Jouison, « L'opérationnalité du Business Model en contexte de création d'entreprise », 2008, P17

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

raffinement d'un Business Model robuste et adapté, les startups augmentent considérablement leurs chances de créer une entreprise durable et prospère. Il s'agit d'un schéma directeur qui définit comment l'entreprise va créer, capturer et diffuser de la valeur pour ses clients, tout en générant des revenus et en assurant sa propre pérennité¹⁷. Contrairement au Business Plan, qui constitue une formalisation écrite du Business Model, ce dernier relève d'une conceptualisation abstraite. Il représente la stratégie globale de l'entreprise, décrivant les éléments clés et leurs interactions qui permettent à l'entreprise de fonctionner et de générer de la valeur, l'élaboration d'un Business Model adapté s'inscrit dans un processus itératif et continu. Il ne s'agit pas de trouver une solution définitive dès le départ, mais plutôt de tester, d'ajuster et d'affiner le modèle en fonction de l'évolution de l'entreprise et des changements du marché.

En définissant clairement son Business Model, une startup augmente considérablement ses chances de créer une entreprise durable et prospère. Ce modèle constitue la boussole qui guide sa stratégie, ses opérations et sa prise de décision, lui permettant de naviguer dans l'univers dynamique et parfois incertain de l'innovation.

2.2.4) Industrialisable/Reproductible

Les termes "industrialisable" et "reproductible" sont utilisés dans le monde des startups pour décrire la capacité d'un Business Model à être dupliqué et étendu, crucial pour une croissance durable au-delà du marché initial. Cela implique une mise en œuvre à grande échelle du modèle économique de manière efficiente, en concevant des processus et technologies permettant de reproduire les produits ou services rapidement tout en maintenant la qualité et la rentabilité, facilitant la croissance rapide d'une startup vers une entreprise établie.¹⁸

2.2.4.1) L'industrialisation

consiste à standardiser les opérations et les processus d'une startup pour les rendre facilement reproductibles et évolutives, en rationalisant les flux de travail, en automatisant les tâches et en optimisant la production et la livraison grâce à la technologie.

¹⁷ <https://www.l-expert-comptable.com/a/533944-comment-definir-et-presenter-son-business-model.html> (consulté le 18 mai 2024)

¹⁸ Beggah Malika, « Les Start up en Algérie : Caractéristiques et création », Volume: 08/ N°: 03(2023), P 639-647

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

2.2.4.2) La reproductibilité

Met en évidence le potentiel d'un Business Model de startup souligne sa capacité à être appliqué avec succès sur de nouveaux marchés ou avec des gammes de produits différents, mettant en avant son adaptabilité et sa flexibilité pour une personnalisation selon des contextes spécifiques tout en préservant sa proposition de valeur fondamentale.

L'industrialisation et la reproductibilité sont des caractéristiques essentielles des startups qui visent une croissance durable, une expansion de leur portée et une forte présence sur le marché. En tenant soigneusement compte de ces facteurs lors du développement et du raffinement de leur Business Model, les startups peuvent se positionner pour un succès à long terme et avoir un impact significatif dans leurs secteurs respectifs.

2.2.5) Scalable

La scalabilité est un concept clé pour les startups, décrivant la capacité d'une entreprise à gérer une croissance importante sans voir ses coûts augmenter. Cela implique d'adapter le modèle d'entreprise et business pour augmenter la production tout en réalisant des économies d'échelle. Cela permet aux startups de passer rapidement du statut de startup à celui d'une entreprise majeure tout en conservant performance et rentabilité, en ajustant leurs activités et stratégies en fonction de l'expansion. La scalabilité est crucial pour le succès des startups, leur permettant de surmonter les contraintes de croissance et de devenir des entreprises majeures efficaces et rentables.¹⁹Pour illustrer ces explications, prenons l'exemple de Google qui illustre parfaitement ce modèle économique. L'algorithme de classement des pages web est l'atout principal de Google. Une fois développé, il permet de réaliser des millions de recherches par jour. Mieux encore, il évolue à mesure qu'il est sollicité et affine sa pertinence à chaque recherche, ce qui attire encore plus d'utilisateurs à la recherche de réponses pertinentes. Ces utilisateurs, à leur tour, attirent des annonceurs qui paient pour afficher leurs publicités dans les pages de résultats. Les annonceurs référencent leur contenu, améliorant ainsi l'efficacité de l'algorithme. Cela crée un vertueux qui s'auto-entretient et permet à Google de capturer de la valeur à grande échelle.

Conclusion

En résumé, ce chapitre les points clés abordés dans les deux sections précédentes. Nous avons offrir une vue d'ensemble du cadre conceptuel des start-ups, en soulignant leur

¹⁹ Younès Rharbaoui Annabelle Bignon, Les secrets des meilleures startups pour prendre en main ta carrière», Edition DUNOD, Paris, 2019, p28.

Chapitre I : Cadre conceptuel sur les start-ups

rôle crucial dans l'innovation et le développement économique. Nous avons discuté sur les implications de ce cadre pour les futurs entrepreneurs. Les startups sont des entreprises relativement nouvelles, généralement créées pour développer et commercialiser des idées innovantes. Elles se distinguent des entreprises traditionnelles par leur agilité et leur capacité à s'adapter rapidement aux changements du marché. Les startups sont souvent créées par des entrepreneurs passionnés qui cherchent à résoudre des problèmes spécifiques ou à combler des lacunes dans le marché. Ces entreprises sont souvent caractérisées par une forte culture de l'innovation, une structure organisationnelle flexible et un fort potentiel de croissance.

En conclusion, le cadre conceptuel des startups offre une compréhension approfondie de ces entreprises en pleine essor. En définissant leurs caractéristiques et en soulignant leur importance dans le paysage économique actuel, ce cadre permet de mieux cerner leur contribution à l'innovation, à la croissance et à la création d'emplois.

CHAPITRE II : ECOSYSTEME DES STARTUPS
EN ALGERIE

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

INTRODUCTION

L'écosystème des start-up en Algérie est en expansion et joue un rôle important dans l'économie du pays, elles se lancent dans divers secteurs tels que la technologie, l'e-commerce, les services, bénéficiant du soutien d'incubateurs et d'accélérateurs pour les accompagner dans leur développement. De plus, les politiques gouvernementales visent à soutenir leur croissance en offrant des financements et des opportunités de collaboration. Malgré les défis auxquels elles font face, les start-up en Algérie ont démontré leur capacité à réussir et à devenir des acteurs clés de l'économie algérienne.

Dans ce deuxième chapitre nous aborderons l'écosystème des startups en Algérie. Nous commencerons par examiner les différentes sources de financement de la start-up, dans une première section.

Ensuite, nous poursuivrons notre étude en examinant les mécanismes de financement et dispositifs d'accompagnement des startups en Algérie. Dans la seconde section nous présenterons l'état des lieux des startups en Algérie.

Section 1 : Les sources de financements des start-ups

Les startups disposent d'une multitude de sources de financement adaptées à différentes phases de leur développement. Une stratégie bien pensée combinant plusieurs de ces options peut maximiser les chances de succès et assurer une croissance durable. Il est crucial pour les entrepreneurs de bien comprendre ces options afin de choisir celles qui correspondent le mieux à leurs besoins spécifiques et à leur modèle économique.

1.1) Le financement des start-ups

Le financement est un élément clé pour assurer la réussite des startups, elles ont besoin de financement pour démarrer, développer, innover et s'étendre, ce qui leur permet de répondre aux besoins de leurs clients, de développer leurs produits ou services, et de se positionner sur de nouveaux marchés. Il est essentiel pour les entrepreneurs de bien comprendre les options qui s'offrent à eux et de choisir la meilleure stratégie financière pour soutenir le développement de leur entreprise. Pour cela les startups peuvent recourir à plusieurs ressources pour gérer efficacement leurs finances.

1.2) Les sources de financement

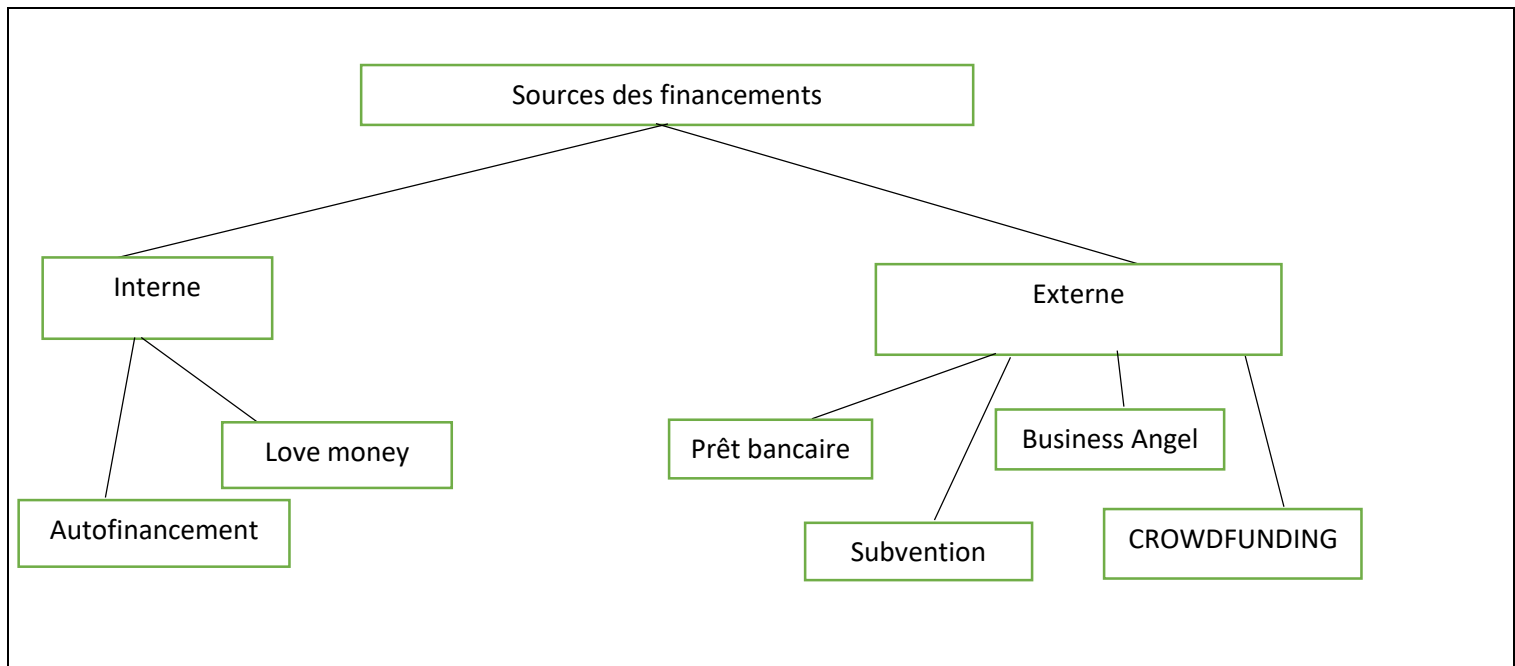
De nombreuses start-ups échouent avant de devenir rentables, parce qu'elles sont à court d'argent. Le financement des startups peut représenter un défi majeur, en particulier pour les

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

jeunes entrepreneurs qui manquent d'expérience et de garanties. Les entrepreneurs peuvent recourir à deux principaux modes de financement pour soutenir leur activité: Les financements internes (personnels) et les financements externes²⁰

Dans ce schéma en va résumer les différentes sources de financements

Figure 1 : Les sources de financement



Source : élaborer par moi-même

1.2.1) Financement interne

Le financement interne des startups, aussi connu sous le nom de fonds propres, correspond aux fonds provenant des associés de l'entreprise ou de l'entrepreneur lui-même. En général, ces fonds sont employés afin de financer les premières étapes de croissance de l'entreprise, souvent dès la phase de conception du projet novateur.

a) Autofinancement

L'autofinancement est une notion clé en finance d'entreprise, comme l'a bien souligné Pierre VERNIMMEN, selon lui « l'autofinancement représente le potentiel des capitaux que l'entreprise peut réinvestir dans son activité, à partir des excédents dégagés par son

²⁰ Article, Hafsa Drouiche et Lamia Menai, « Le financement des Start-up en Algérie entre la réalité et les attentes », P 68 –P 86

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

exploitation et ses calculs. Donc, en déduisant de la marge brute d'autofinancement les bénéficiaires mis en distribution. »²¹

Il s'agit de la capacité d'une entreprise à financer ses investissements grâce à ses propres ressources internes, c'est-à-dire sans avoir recours à des financements externes tels que des emprunts ou des apports en capital. L'autofinancement, un premier pas pour financer votre start-up. C'est une solution intéressante pour un démarrage rapide et un maintien du contrôle de l'entreprise.²²

b) Le love money

Le "love money", ou littéralement « argent de l'amour », est l'une des approches de financement envisageables pour un projet d'entreprise. Connu sous le sigle des 3F (Family, Friends and Fools), il représente les investissements réalisés par le cercle proche de l'entrepreneur. Ce soutien financier provient généralement de membres de sa famille ou de ses amis, ayant un intérêt personnel ou affectif dans le succès de l'entreprise. Les investisseurs de "love money" apportent des fonds pour aider les fondateurs à lancer ou à développer leur société, souvent sans les mêmes exigences de garanties ou de conditions que celles imposées par les investisseurs institutionnels. Ces investissements peuvent revêtir diverses formes, telles que des dons, des prêts ou des achats de parts, et sont typiquement mobilisés aux débuts d'une entreprise lorsque les fondateurs nécessitent un soutien financier pour concrétiser leur idée.²³

Le financement interne revêt une importance capitale pour les startups en Algérie, tout comme dans de nombreux autres pays. En comprenant et en utilisant judicieusement les différentes sources de financement interne disponibles, les fondateurs peuvent renforcer leur position et augmenter leurs chances de succès.

1.2.2) Financement externe

Dans un environnement économique en constante évolution, les entreprises algériennes se tournent souvent vers des sources de financement extérieures pour compléter leurs ressources internes et stimuler leur développement, ces sources de financement peuvent inclure :

²¹ VERNIMMEN, Pierre (1988), Finance d'entreprise : Analyse et gestion, Édition, Dalloz, Paris, p.672

²² <https://agrinove-technopole.com/2020/04/financement-start-up/> (consulter le 17 mai 2024)

²³ <https://www.shine.fr/blog/love-money-definition> (consulter le 17 mai 2024)

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

a) Prêt bancaires

Les prêts bancaires sont la principale source de financement pour les petites et moyennes entreprises, mais les banques sont plus réticentes à investir dans les startups en raison de leur profil financier plus risqué. Pour convaincre les banques d'investir, il est crucial de présenter un business plan solide et bien élaboré qui inspire confiance. Les banques, toutefois, ne cherchent pas à obtenir des parts dans l'entreprise mais exigent des garanties conséquentes pour minimiser les risques. En résumé, les banques favorisent les entreprises à faible risque, ce qui représente un défi pour les startups à fort potentiel mais également à haut risque. Ainsi, avoir une bonne idée ne suffit pas pour obtenir un prêt bancaire; il faut également soutenir cette idée par un plan d'affaires complet et structuré afin d'accroître les chances de succès et de financement.²⁴

b) Subventions gouvernementales

Aide financière versée par l'état ou une personne publique à une personne privée, physique ou morale, dans le but de favoriser l'activité d'intérêt général à laquelle elle se livre.²⁵ Les subventions gouvernementales sont des ressources financières fournies par l'état aux entreprises et aux individus afin de les assister dans leur démarrage ou leur expansion. Ces subventions peuvent revêtir différentes formes, comme des exemptions fiscales, des aides salariales, des garanties de prêts, et autres. L'objectif de ces subventions est de stimuler les jeunes à persévérer dans le développement de leurs idées novatrices et de favoriser la croissance des entreprises.

c) business Angel

«Mason et Harrison définissent un Business Angel comme un individu agissant seul ou au sein d'un syndicat formel ou informel, qui investit de l'argent directement dans une société non cotée dans laquelle il n'y a aucun lien familial et qui, après avoir réalisé l'investissement, participe activement à l'entreprise, par exemple, en tant que conseiller ou membre du conseil d'administration ».²⁶

²⁴Journal of Economic Integration, Riadh Beladjine, khalida Mohammed Belkebir, « Mécanismes de soutien et de financement des startups en Algérie», p360-374.

²⁵<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/subvention/75146> (consulter le 18 mai 2024)

²⁶ BAGHLI, Abdallah El Moutawakil, TABET AOUAL, Wassila. (2021), Business Angels as component of the algerian entrepreneurial ecosytem, scope of issues and realities , Review MECAS V° 17/ N°1 p.139.

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

Les définitions identifient un Business Angel comme étant une personne qui fournit un soutien financier à une entreprise et reçoit une part des bénéfices, sans nécessairement participer à sa gestion. Il s'agit généralement de personnes aisées qui placent leur propre argent dans des jeunes entreprises en échange d'actions de la société. Les Business Angel peuvent être actifs ou passifs, et peuvent investir à différentes étapes du développement de l'entreprise.

d) Crowdfunding

Le crowdfunding, appelé financement participatif en français, est également connu sous le nom de financement 2.0 ou socio-financement au Québec. C'est un néologisme qui suscite de plus en plus d'intérêt parmi les auteurs. Ce concept récemment mis en avant signifie littéralement financer un projet grâce à la participation de nombreuses personnes en ligne. Il repose sur deux termes : « Crowd » pour foule et « Funding » pour financement.²⁷ Le crowdfunding permet à diverses personnes (particuliers, entreprises, associations) de soutenir un projet en ligne, que ce soit par des dons, des prêts, des investissements ou des achats de produits ou services. Ce mode de financement alternatif offre aux porteurs de projet la possibilité de collecter des fonds sans avoir besoin des banques traditionnelles. Grâce aux réseaux sociaux, il est possible de collecter des fonds à l'échelle mondiale, permettant ainsi à une campagne de débiter avec un seul contributeur et de se terminer avec de nombreux supporters.

Après avoir examiné les différentes sources de financement classique des startups, il est clair que ces jeunes entreprises ont accès à une variété d'options pour soutenir leur croissance et leur développement. Que ce soit interne ou externe.

Section 2 : Les mécanismes de financement et d'accompagnement des startups en Algérie

2.1) Les mécanismes de financement et d'accompagnement en Algérie

En Algérie, les startups peuvent bénéficier de différents mécanismes de financement et d'accompagnement pour développer leurs projets, pour cela on peut distinguer.

²⁷ Article Le Crowdfunding : moyen de financement adapté aux startups, état des lieux en Algérie, Douadi-Amiar. L, Deridj. R, Volume VIII, n°03 (December 2022), p13.

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

2.1.1) Les mécanismes de financement en Algérie

Les mécanismes de financement des startups en Algérie font référence aux différentes sources de fonds et aux moyens d'obtenir des financements pour soutenir le développement et la croissance des jeunes entreprises innovantes. Ces mécanismes peuvent inclure plusieurs sources.

2.1.1.1) Les dispositifs de financement des startups

Plusieurs dispositifs d'aide sont mis en place par l'état pour soutenir les entrepreneurs et les porteurs de projets dans le développement de leurs activités. Voici quelques-uns de ces dispositifs d'aide.

a) Agence nationale de gestion du micro-crédit (ANGEM)

L'ANGEM est un organisme public créée par le décret exécutif n° 04-14 du 22 janvier 2004²⁸. Elle a pour missions essentielles la gestion du dispositif de micro-crédit, le soutien, le conseil et l'accompagnement des bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, ainsi que l'octroi de prêts non rémunérés, est destinée à aider des catégories de citoyens âgés de plus de 18ans, en situation de chômage, d'emploi précaire, disposant de petits revenus instables et irréguliers ou sans revenus. Ce type de financement vise à aider ces individus à acquérir les matériels et les matières premières nécessaires à la réalisation de leurs activités de démarrage.²⁹

b) Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) :

L'ANADE, anciennement appelée l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (l'ANSEJ), ce changement de dénomination est depuis novembre 2020³⁰. Est une agence publique qui gère un fonds de crédit pour la création d'entreprises, offrant un soutien financier aux porteurs de projets pour les micro-entreprises. Ses principales missions incluent le soutien, le conseil et l'accompagnement des jeunes entrepreneurs, ainsi que le développement de partenariats intersectoriels pour identifier des opportunités d'investissement. Formation sur

²⁸ Décret exécutif n° 04-14 du 29 Dhou El Kaada 1424 correspondant au 22 janvier 2004 portant création et Fixant le statut de l'agence nationale de gestion du micro-crédit. J.O n°6 du 25/01/2004. p. 6.

²⁹ Dr. Chabha BOUZAR et Mr. Rosa LOUGGAR, « Le microcrédit à travers le dispositif Angem et son impact en Algérie », 2019.

³⁰ 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. J.O n°70 du 25/11/2020.P,8.

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

la gestion des micro-entreprises et promotion de la création d'activités sont des priorités de l'agence.

c) La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC)

La CNAC est une institution publique en Algérie qui gère l'indemnisation des salariés perdant leur emploi pour raison économique, ainsi qu'un fonds de crédit pour la création d'entreprises. Elle offre un soutien financier aux chômeurs promoteurs de 30 à 50 ans pour la création et l'extension d'activités, y compris des prêts. Les avantages incluent un seuil d'investissement élevé à 10 millions de DA au lieu de 5 millions de DA et la possibilité d'agrandir les capacités de production pour les promoteurs existants.³¹

Ces dispositifs de financement sont essentiels pour soutenir l'entrepreneuriat et l'innovation en Algérie. Les entrepreneurs doivent chercher et sélectionner les programmes et ressources qui correspondent le mieux à leurs besoins et à leur niveau de développement.

2.1.1.2) La prise de participation au capital

Il existe des sociétés dites « leveuses de fonds » qui peuvent aider les créateurs d'entreprises, contre une rémunération, un modèle de plan d'affaire et à la présentation à des investisseurs.

a) SOFINANCE

SOFINANCE spa, société financière publique, a été créée avec un capital de 5 milliards de DZD et agréée par la Banque d'Algérie en 2001, puis son capital a été augmenté à 10 milliards de DZD en 2017. Ses missions principales incluent l'accompagnement dans la modernisation de la production nationale et le développement de nouveaux produits financiers, tout en offrant divers services financiers tels que le crédit-bail, la participation au capital, les prêts classiques et le conseil aux entreprises.³²

b) El Djazair Istithmar

"El Djazair Istithmar. Spa" est une société de capital investissement créée en 2009 par deux banques publiques en Algérie (BADR et CNEP Banque) opérationnelle depuis 2010, et

³¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Caisse_nationale_d%27assurance-ch%C3%B4mage# (consulter le 20 mai 2024)

³² <http://www.sofinance.dz> (consulter 20 mai 2024)

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

agréée par le Ministère des Finances. Elle agit en prenant des participations minoritaires temporaires et des apports financiers dans le capital social des PME.³³

c) FINALEP

La FINALEP Spa est une pionnière du Capital-Investissement en Algérie, fondée en 1991 par deux banques algériennes. Son capital social a été augmenté successivement pour atteindre 3 200 000 000 D.³⁴

2.1.1.3) Les banques d'Algérie

La Banque d'Algérie joue en effet un rôle essentiel dans le soutien au développement économique et financier du pays. Elle coordonne les politiques monétaires et budgétaires, veille à la préservation de la valeur du dinar algérien, et supervise la gestion des politiques monétaires. Depuis sa création, la Banque d'Algérie a accompagné et encadré le développement économique et financier grâce à des mécanismes adaptés aux choix de développement opérés à chaque étape de l'histoire du pays. Elle a su coordonner la politique monétaire et budgétaire pour surmonter les difficultés financières découlant des chocs extérieurs, démontrant ainsi son importance dans la stabilité économique du pays³⁵

2.1.1.4) Le financement participatif (Crowdfunding) :

Le financement participatif est une méthode innovante parfaitement adaptée aux startups et aux projets novateurs en Algérie. Elle vise à aider les entrepreneurs qui ont des difficultés à accéder aux financements traditionnels comme les prêts bancaires. Ce principe repose sur la collecte de fonds auprès d'investisseurs privés via des plateformes en ligne, simplifiant ainsi la rencontre entre les porteurs de projet et les contributeurs. Grâce à cette approche, de nouvelles opportunités de financement émergent, ce qui stimule l'innovation et la croissance économique. La clé réside dans la capacité à présenter de manière convaincante les projets en ligne afin de solliciter le soutien financier des investisseurs. En Algérie,

³³ <https://www.eldjazair-istithmar.dz/fr/about> (consulter le 20 mai 2024)

³⁴ <https://www.finalep.dz/> (consulter le 21 mai 2024)

³⁵ <https://elwatan-dz.com/benabderrahmane-souligne-le-role-de-la-banque-dalgerie-dans-laccompagnement-du-developpement-economiqu> (consulter le 21 mai 2024)

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

plusieurs plateformes de financement sont disponibles, telles que CHRIKY en 2014, NINVESTI en 2019, et Kheyma qui a vu le jour en 2020.³⁶

a) exemple de la plateforme CHRIKY

Est une plateforme de Crowdfunding adaptée au marché algérien, offrant des fonds pour l'investissement et la création d'entreprises. Elle permet des petits investissements accessibles aux Algériens moyens pour soutenir des projets porteurs et responsables, créant ainsi de la richesse.³⁷

En Algérie, ce mode de financement présente un potentiel important pour encourager l'innovation et soutenir les startups. Cependant, les défis économiques actuels et les échecs passés posent des obstacles significatifs à son développement.

Cela signifie que ces outils et plateformes sont essentiels pour encourager l'innovation et l'entrepreneuriat en Algérie, malgré les difficultés économiques persistantes.

2.2) Les mécanismes d'accompagnement des startups en Algérie

L'accompagnement des startups en Algérie repose sur divers mécanismes conçus pour soutenir les entrepreneurs à différents stades de développement de leurs entreprises.

2.2.1) Les structures d'incubation

Un incubateur de startups se présente comme une structure, publique ou privée, dédiée à l'accompagnement et au soutien de porteurs de projets innovants. Son objectif principal réside dans l'aide à la concrétisation et au développement de leur startup, en particulier durant les phases initiales cruciales. L'intervention de l'incubateur débute généralement dès l'émergence de l'idée ou du concept innovant, apportant ainsi un terreau fertile pour la naissance de futures entreprises prometteuses. Chaque incubateur a un programme spécifique adapté à son domaine de spécialité et expertise, avec pour objectif d'aider les entrepreneurs à concrétiser leur projet innovant³⁸. En Algérie plusieurs incubateurs

³⁶ Dabah Mohamed Ridha, Benbraika Abdelouahab « Le Crowdfunding comme mécanisme innovant de financement des start-up -Les plateformes Ninvesti et Twiiza comme modèle », VOL. 7, No2, decembre 2021, P 357-371.

³⁷ H. ABDALLAH EL HIRTSI, C. FEREDJ, A. TOUBINE, « Les Exigences de Création d'un Système de Financement Solidaire: Cas du Crowdfunding en Algérie 2010-2018 », Volume: 09 / N°: 03 (2019), p 360-371.

³⁸ Mohammed DJELTI Prof. Bouchama CHOUAM, « Etat des lieux des incubateurs en Algérie Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran », P65.

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

ont vu le jour, le Cyberparc de Sidi Abdallah (2010), l'incubateur de Ouargla (2012), l'incubateur « Technobridge » de l'INTTIC d'Oran (2013) et l'incubateur de l'université de Batna(2013). Les incubateurs dans le domaine des TIC accompagnent les porteurs de projets innovants jusqu'à la création de leur startup. Ils sont pilotés par l'ANPT, avec des conventions de partenariat signées entre l'ANPT³⁹ et ces établissements.

a) Cyberparc de Sidi Abdallah

Une nouvelle promotion d'incubation a débuté au Cyberparc de Sidi Abdallah le 21 avril 2019, offrant aux porteurs de projets en technologies de l'information et de la communication des conseils lors d'ateliers animés par des coaches. Les projets sont présentés à un comité de sélection pour rejoindre l'incubateur de Sidi-Abdallah et démarrer le processus d'incubation⁴⁰

b) Incubateur l'ANPT d'Ouargla

(Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques) Une entreprise publique à caractère industriel et commercial, créée en 2004 sous la tutelle du ministère de la Poste et des Télécommunications. Son siège social se trouve au niveau du Technoparc de Sidi-Abdallah. Se veut un leader dans le domaine des TIC. Capables de relever le challenge et les défis de ce millénaire.⁴¹

2.2.2) Les accélérateurs

Les accélérateurs d'entreprises sont des programmes de soutien pour les nouvelles entreprises, offrant mentorat, soutien financier et programmes éducatifs. Ils facilitent le réseautage entre startups et investisseurs. Ces programmes visent à rendre les startups autonomes et capables de revendiquer une part significative de leurs marchés cibles. L'accélérateur intervient postérieurement à la création de l'entreprise afin, comme son nom l'indique, de l'aider à accélérer sa croissance. A ce stade, la société est créée et le produit ou le service proposé est suffisamment abouti. En Algérie, "Alegria Venture" est le premier accélérateur public, proposant coaching, formation et accès au financement.⁴²

³⁹Agence Nationale du développement des Parcs Technologiques.

⁴⁰ <https://anpt.dz/evenement/nouvelle-promotion-dincubation-cyberparc-de-sidi-abdallah> (consulté le 23 mai 2024).

⁴¹ <https://anpt.dz/about> (consulté le 24 mai 2024).

⁴² Riadh Beladjine1, Pr. Khalida Mohammed Belkebir, « Mécanismes de soutien et de financement des startups en Algérie », Volume: 11- Issue: 20 / Special Issue - Part 20 (March 2023), p 374.

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

a) La création d'Algeria Venture

Algeria Venture est le premier accélérateur public de startups en Algérie, soutenu par l'État pour promouvoir l'entrepreneuriat innovant. Il offre mentorat, espaces de travail, financement et collaborations avec des grandes entreprises. Ayant accompagné plus de 800 startups, il contribue à promouvoir l'innovation et l'écosystème entrepreneurial en Algérie.⁴³ Les accélérateurs de startups, à l'instar d'Algeria Venture, jouent un rôle crucial dans la stimulation de l'écosystème entrepreneurial algérien.

2.2.3) Les pépinières d'entreprises

La pépinière d'entreprise⁴⁴ est une structure publique d'appui, d'accueil, d'accompagnement et de soutien aux promoteurs de projets où on offre des services logistiques, administratifs et de consultation. La durée d'hébergement varie entre 24 et 36 mois renouvelables selon le degré de maturité des projets ainsi que les besoins en accompagnement sollicités par les porteurs de projets.

L'Algérie a mis en place un système de soutien diversifié et dynamique pour aider les start-ups tout au long de leur parcours. Ces mécanismes d'accompagnement et de financement sont essentiels pour encourager l'innovation, créer des emplois et stimuler la croissance économique dans le pays.

Section 3 : Etat des lieux des start-ups en Algérie

L'Algérie, longtemps associée à ses ressources naturelles, connaît aujourd'hui une transformation profonde grâce à l'émergence d'un écosystème entrepreneurial dynamique. Les startups, ces jeunes pousses innovantes, sont en train de révolutionner les secteurs traditionnels et de créer de nouvelles opportunités. Cet exposé a pour objectif de dresser un état des lieux de cet écosystème en pleine mutation, en analysant les facteurs qui le soutiennent, les défis auxquels il est confronté et les perspectives d'avenir.

⁴³ <https://www.wearetech.africa/fr/fils/tech-stars/algeria-venture-premier-accelerateur-public-de-start-up-d-algerie> (consulter le 24 mai 2024)

⁴⁴ Dénommée également incubateur dans la loi n°03/78 du 25 février 2003 qui définit le statut type des pépinières d'entreprises.

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

3.1) Etat des lieux des start-ups en Algérie

L'Algérie est en train de connaître une transformation passionnante dans le domaine des start-up. Malgré les défis liés à l'environnement des affaires, de plus en plus d'entrepreneurs audacieux émergent et transforment le paysage économique. Ces entrepreneurs sont en train de changer la donne en apportant de nouvelles idées, technologies et opportunités d'emploi.

3.1.1) Le gouvernement algérien

Le gouvernement algérien a mis en place des mesures pour promouvoir l'entrepreneuriat, conduisant à une augmentation du nombre d'entreprises créées. Cependant, le nombre de start-up demeure faible par rapport aux objectifs fixés, avec une densité de PME inférieure à la moyenne internationale. Les PME opèrent principalement dans les services, le BTPH et les industries manufacturières. Malgré les initiatives prises pour encourager les start-up, l'écosystème en Algérie reste limité, avec peu d'incubateurs publics comparé à d'autres pays africains. La rencontre gouvernement-walis révèle la présence de 5000 start-up en Algérie, dont plus de 1100 ont reçu les labels « Start-up » ou « Projet innovant ». La progression du secteur des start-up est soulignée, avec un nombre d'incubateurs actifs passant de 14 à 60 en trois ans ⁴⁵

a) l'Algeria Start-Up Fund (ASF)

Le fonds de démarrage algérien (ASF) a investi 510 millions de dinars algériens dans 390 start-up depuis sa création en janvier 2021, comme révélé lors de la conférence « Algeria Disrupt 2022 ». Les start-ups financées par le fonds opèrent dans 18 secteurs, dont les services, les technologies de l'information et de la communication, la santé, les transports, le tourisme, la biotechnologie et les services financiers.⁴⁶

⁴⁵ Aicha Bekaddour, (2020) : Start-up et écosystème d'accompagnement en Algérie, Annales de l'université de Bechar en Science Economique, Volume : 07/ N°03 (2020), p.532-547

⁴⁶ <https://resilient.digital-africa.co/en/blog/2022/04/20/algeria-a-good-year-for-the-startup-financing-fund/>
(consulté le 25 mai 2024)

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

b) Agence ECOFIN

L'Agence Ecofin est une société basée à Genève, qui opère différents sites africains spécialisés dans la gestion publique et l'économie pour le compte d'éditeurs tiers, en partenariat avec le groupe Orange⁴⁷

Le gouvernement algérien a clairement fait de la promotion des start-up une priorité pour le développement économique du pays. Avec l'essor des start-up en Algérie, les jeunes entrepreneurs ont désormais une chance de réaliser leur rêve de créer leur propre entreprise et de contribuer à la croissance économique du pays.

3.1.2) Classement des start-up : L'Algérie pointe à la 18ème place mondiale

À l'échelle mondiale, les États-Unis s'imposent en tant que leader incontesté avec 76 578 entreprises émergentes, mettant en avant leur écosystème dynamique. Ils sont suivis par l'Inde, le Royaume-Uni, le Canada, l'Australie, l'Indonésie, l'Allemagne, la France, l'Espagne, le Brésil et Singapour, tous figurant parmi les dix premiers pays mondiaux. Pour sa part, l'Algérie est 18^e du classement mondial. Cette réussite renforce la position de notre pays sur la scène internationale, ouvrant la voie à de nouvelles opportunités de croissance et de collaboration dans le secteur des nouvelles entreprises et de la technologie. Elle témoigne également de l'importance croissante de l'innovation en tant que moteur économique du pays. En Afrique, ce sont les Nigériens qui l'emportent avec 803 startups actives au total. Tandis que l'Algérie n'est pas loin derrière, avec à son actif 800 entreprises émergentes en activité. L'Égypte est troisième du classement africain, avec 629 startups au total, alors que l'Afrique du Sud se place en 4ème position avec 489 startups. La reconnaissance de l'Algérie en tant que deuxième acteur majeur en Afrique dans le secteur des startups est le fruit d'efforts continus visant à stimuler l'innovation et l'entrepreneuriat dans le pays.⁴⁸

a) Le nombre de start-up en Algérie

Le nombre de start-up en Algérie est en augmentation constante, mais reste encore modeste comparé aux autres pays du monde. En effet, selon le classement de la plateforme Startup Ranking, les États-Unis et l'Inde occupent respectivement la première et la deuxième place avec 76 294 et 16 249 entreprises, tandis que l'Algérie se classe seulement 61ème avec 132 start-up répertoriées. Parmi ces entreprises, la première entreprise algérienne à apparaître

⁴⁷ https://fr.wikipedia.org/wiki/Agence_Ecofin#cite_note-2 (consulté le 25 mai 2024)

⁴⁸ <https://www.algerie360.com/nombre-de-startups-creees-par-pays-lalgerie-2%E1%B5%89-en-afrique-et-dans-le-top-20-mondial/> (consulté le 25 mai 2024)

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

sur la liste est Yassir, classée aux 2 040^{ème} places dans le monde. Elle est suivie de près par Siamois QCM, une plateforme d'apprentissage en ligne qui aide plus de 17 000 étudiants à se préparer aux examens et concours de médecine. n 'autres start-up algériennes ont également réussi à se faire une place dans le classement, telles que Global Opportunities, Batolis, Herd Academy, Zawwali, Skoir, Mdinajdida, Dzostad.com et Academiataouna. Le tableau ci-dessous présente les cinq premières startups Algériennes selon le classement mondial « startup Ranking », la plateforme dédiée à la découverte des startups dans le monde entier.⁴⁹

⁴⁹ Deira Abdelhafid, « Les startups à l'ère des nouvelles technologies : Etat des lieux des startups numériques en Algérie », REVUE NOUVELLE ECONOMIE, Volume: 13 / N°2 (2022), p 857-876.

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

Table N°01 : Les cinq meilleures startups Algériennes selon le classement mondial Startup Ranking

| Classement mondial | Start-up | Sr score | Description | Classement national |
|--------------------|--|----------|---|---------------------|
| 879 |   | 63,266 | Améliorer la manière dont les services sont fournis en Afrique. - Yassir est la principale super application à la demande, débarrassée. | 1 |
| 2616 |   | 39771 | La première plateforme de QCM Médecine en Algérie - Siamois QCM est une plateforme de E-formation pour les Algériens | 2 |
| 5065 |   | 25671 | Connectez les utilisateurs aux détaillants avec le meilleur prix. - Nous avons le plus grand choix d'articles bon marché. | 3 |
| 5496 |   | 23960 | ACHETEZ EN TOUTE CONFIANCE – Batolis.com est un site de vente en ligne 100% algérien | 4 |
| 8118 |   | 20132 | Choix N°1 des étudiants en Algérie - Dans un marché où les remises spéciales pour étudier | 5 |

Source : établi par le chercheur à la base du classement mondial Startup Ranking

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

La plateforme de Startup Ranking adopte dans son classement le SR Score, l'indicateur qui reflète l'importance de la startup sur internet et son influence sociale, il se calcule à la base du SR Web, qui reflète la qualité du site web en termes de contenu ainsi que le nombre de visites, et le SR Social qui s'intéresse à la qualité des publications ainsi que le nombre des abonnées et les mentions de j'aime et de partage sur Facebook et twitter. Dans le total de 29 startups Algériennes figurant dans le classement mondiale du Startup Ranking , dont la majorité sont des startups numérique, sous forme de sites web, des plateformes ou bien des applications téléchargeables.

3.1.3) Mesures gouvernementales favorisent l'essor de l'entrepreneuriat en Algérie

L'analyse de la directrice du Centre algérien d'entrepreneuriat social (ACSE), met en lumière l'impact positif de la création d'un ministère dédié aux startups et à l'économie de la connaissance sur l'entrepreneuriat en Algérie. Les mesures prises par les autorités, telles que la création de labels et le statut d'auto-entrepreneur, ont contribué à soutenir le développement des entreprises et à encourager l'innovation.⁵⁰

L'ACSE, un incubateur axé sur l'entrepreneuriat à impact social ou environnemental, aide chaque année une quarantaine d'entrepreneurs à créer des entreprises durables. Le statut d'auto-entrepreneur est un outil important pour encourager l'entrepreneuriat avec une fiscalité simplifiée. Ces initiatives ont stimulé l'entrepreneuriat en Algérie, se concentrant sur les entreprises à impact social ou environnemental. Cette dynamique de progrès positionne les startups algériennes pour favoriser l'innovation et la croissance économique, notamment avec un fort soutien gouvernemental. Grâce à ces différentes initiatives, l'entrepreneuriat en Algérie est en plein essor, avec un nombre croissant d'entreprises créées chaque année. Les communautés cibles sont également de plus en plus prises en compte, avec un accent sur les entreprises à impact social ou environnemental.

L'Algérie a mis en place plusieurs mesures gouvernementales visant à stimuler l'entrepreneuriat et à favoriser l'émergence de startups. Ces initiatives s'inscrivent dans une volonté de diversifier l'économie nationale et de soutenir la jeunesse entrepreneuriale.

⁵⁰ <https://www.algerie-focus.com/algerie-les-start-up-en-pleine-croissance-grace-a-de-nouvelles-mesures-gouvernementales/> (consulter le 18 mai 2024)

CHAPITRE II : écosystèmes des start-up en Algérie

Conclusion

En résumé, dans ce chapitre que l'écosystème des startups en Algérie est en pleine croissance et présente un fort potentiel pour l'avenir. Malgré quelques obstacles à surmonter, la volonté politique, le dynamisme des entrepreneurs et le soutien des acteurs clés laissent entrevoir un avenir prometteur pour les startups algériennes. L'émergence des startups en Algérie est une tendance prometteuse pour l'avenir du pays. Les efforts du gouvernement, combinés à la passion des entrepreneurs, ont posé les bases d'un écosystème dynamique et propice à l'innovation. Malgré certains défis persistants, tels que le financement et la formation, l'Algérie s'engage résolument sur la voie de la réussite des startups. En levant ces obstacles et en continuant à soutenir l'entrepreneuriat, l'Algérie peut propulser ses startups vers le succès et les transformer en un moteur de croissance économique durable et inclusive.

En conclusion, les startups en Algérie représentent une opportunité majeure pour le développement économique et social du pays. En soutenant l'innovation et l'entrepreneuriat, en levant les obstacles et en accompagnant les startups dans leur développement, l'Algérie peut faire de ces jeunes entreprises des moteurs de sa transformation et de sa réussite sur la scène internationale.

**CHAPITRE III : ACCOMPAGNEMENT ET
FINANCEMENT DES STARTUPS, CAS DES
ENTREPRISES DE LIVRAISON DE COLIS DANS LA
VILLE DE BEJAIA**

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Introduction

Le secteur de la livraison de colis connaît une croissance exponentielle en Algérie, en particulier dans les villes densément peuplées comme Bejaïa. Cette croissance est stimulée par l'essor du commerce électronique et par la demande croissante des services de livraison rapides et fiables. Dans ce contexte, les startups de livraison de colis ont un rôle important à jouer pour répondre à cette demande croissante. Cependant, ces startups sont souvent confrontées à des défis importants, notamment en matière d'accès au financement et d'accompagnement.

Dans ce dernier chapitre nous allons présenter et analyser les résultats d'une enquête de terrain auprès d'un échantillon de startup, cas des entreprises de livraison des colis dans la commune de Bejaia. Dans la première section nous allons présenter la méthodologie et les techniques de recherche. Ensuite nous allons analyser et interpréter les résultats de notre enquête de terrain dans la seconde section.

Section 01: Méthodologie et les techniques de recherche

Dans cette section, nous allons présenterons une partie théorique sur les start-ups. Ensuite nous détaillerons les étapes clés de l'élaboration et de la rédaction du questionnaire utilisé dans notre étude sur l'accompagnement et le financement des startups de livraison de colis dans la ville de Bejaia.

1.1) Méthodologie et le déroulement de l'enquête

Notre méthodologie consiste d'abord à faire une recherche documentaire afin de cerner les concepts clés liés à notre sujet de recherche. Ensuite, nous avons élaboré un questionnaire. Ce dernier a été distribué au niveau de 5 agences de livraison de colis qui situent dans la ville de Bejaia: YALIDINE, DHD, NORD OUEST EXPRESS, UPS, MANIMAD EXPRESS. Le questionnaire a été distribué la fin du mois de mai 2024 et récupéré une semaine plus tard.

1.2) L'objectif de l'étude de cas

Notre étude consistera à mener une recherche sur le terrain en collaboration avec les entreprises de livraison de colis à Bejaia. L'objectif principal de cette étude est de recueillir des informations sur l'accompagnement et le financement des startups de livraison de colis à

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Bejaia. L'étude examinera les différentes formes d'accompagnement proposées, tout en analysant des exemples concrets de startups ayant bénéficié de financement et d'accompagnement.

1.3) L'échantillonnage

Nous avons donc rédigé un questionnaire qui est destiné à un échantillon d'entreprises dites « startup » qui exerce leurs activités dans le domaine de transport des colis au niveau de la ville de Bejaia.

1.4) Présentation de l'échantillon des startups étudiées

- **UPS** : (United Parce Service) est une entreprise postale.

Création : 28 aout 1907, Seattle, Washington, États-Unis, installé en Algérie en 2017.

Siege sociale : Atlanta, Géorgie, États-Unis

Nombre de salariés : 4000-5000

Site web : www.UPS.com

- **YALIDINE** : entreprise de courrier express, est le service de livraison le plus rapide en Algérie avec un système de suivi 100% réel, née de l'union entre deux personnes issues du secteur de la messagerie.

Date de création : 2013

Lieu de création : Zone d'activité Kaidi, lot N°63, Bordj El Kiffan, Alger

Nombre de salariés : plus de 6000

Site web : www.yalidine.com

- **DHD** : DHD livraison est une entreprise 100% algérienne opérant dans le secteur de livraison express, spécialisé dans la livraison à domicile des colis et courriels, nous intervenus dans 54 wilayas avec un maximum de flexibilité.

Date de création : 2019

Lieux de création : Zone Industrielle, Arrondissement 2, N°56 bis, portant le N°81, siège de Bouchama, Ouled Yaich, Blida

Nombre de salariés : 4000

- **MANIMAD EXPRESS** : Est une entreprise de livraison nationale de qualité en Algérie grâce à une logistique optimale et des équipes dédiées hautement qualifiées.

Date de création : 2021

Lieux de création : Bejaia

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Nombre de salariés : 1200

- **Nord-ouest express :** Est une entreprise de droit algérien activant dans le domaine logistique. Par un partenariat d'actionnaires possédants une expérience avéré dans le secteur du courrier express au standard international.

Date de création : 2018

Lieux de création : KARA MUSTAPHA, en face la mosquée, Ouled moussa, Boumerdes.

Nombre de salariés : 3000

1.5) Elaboration du questionnaire

La nature des questions posées se regroupe de deux catégories : des questions fermées et uniques c'est de choisir une seule réponse, et d'autres fermées, multiples, c'est-à-dire le répondant peut cocher plusieurs réponses. Pour l'élaboration de cette enquête nous avons élaboré un questionnaire constitué de 27 questions regroupé dans 5 parties.

La première partie englobe des questions sur l'entrepreneur, le porteur du projet (son sexe, l'âge et son niveau d'étude). La deuxième partir est sur les informations de leur startup, et la troisième parti est à propos l'accompagnement, la quatrième partie sur le financement. La cinquième partie qui est liée aux obstacles auxquels les porteurs de projet fond face lors de création de la start-up.

Après avoir récupérer les questionnaires, nous avons procédé au dépouillement et à l'analyse des données obtenues. La saisie des réponses a été effectuée sur le logiciel Sphinx, qui est un moyen efficace pour traitement des données de l'enquête. Nous avons d'abord saisie les réponses collectées sur le logiciel, ensuite analyser les données sur le logiciel également et enfin le traitement et l'analyse des données. Nous avons mis en évidences deux phases d'analyses : la première phase a commencé par l'observation des réponses données par les répondants, c'est-à-dire le dépouillement. Ensuite, la deuxième phase consiste à approfondir l'analyse pour aboutir à des résultats et des analyses importants et significatives de l'enquête. L'analyse des résultats, nous donne un aperçu de tous les résultats en générant un tableau ou un graphique des résultats, et une liste des réponses données.

Section 2 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Dans cette section, nous présenterons et analyserons les résultats de notre questionnaire, en se basant sur les réponses des start-ups qui ont accepté de participer à notre étude.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

2.1) Le profil de l'entrepreneur

Dans la partie suivante on procède au traitement des informations sur le profil de l'entrepreneur.

Tableau n° 1 : Le profil de l'entrepreneur

| Information | Pourcentage (100 %) |
|-----------------------|---------------------|
| Sexe | |
| Homme | 80% |
| Femme | 20% |
| Age | |
| 18-23 | 0% |
| 24-30 | 40% |
| 31-45 | 60% |
| Niveau d'étude | |
| Primaire | 0% |
| Secondaire | 20% |
| Supérieure | 80% |
| Formation | 0% |

Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

- Sexe

Le tableau n°1 indique que la majorité des entrepreneurs sont des hommes pour 80% des entrepreneurs enquêtées, avec une présence féminine significativement moindre avec taux de 20%. Cette disparité pourrait indiquer un besoin d'encourager et de soutenir davantage l'entrepreneuriat féminin dans ce secteur. Des initiatives ciblées pourraient aider à équilibrer cette distribution.

- Age

Les résultats du tableau n°1 montrent qu'aucune personne dans la tranche d'âge de 18-23 ans ne semble être impliquée, ce qui pourrait suggérer que les jeunes adultes tout juste sortis du système éducatif ne s'aventurent pas encore dans ce domaine ou n'ont pas les ressources nécessaires pour le faire. Les entrepreneurs sont principalement répartis entre 24-30 ans

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

(40%) et 31-45 ans (60%). Ceci montre une tendance à l'entrepreneuriat chez les individus ayant acquis un certain niveau d'expérience professionnelle et de maturité.

- Niveau d'étude

La grande majorité des entrepreneurs (80%) ont un niveau d'études supérieur, ce qui montre l'importance de l'éducation dans l'accès et la réussite dans le domaine entrepreneurial. Un pourcentage moindre a un niveau d'études secondaires (20%). Personne n'a mentionné avoir seulement un niveau primaire ou une formation spécifique. Cela pourrait indiquer une valorisation accrue des diplômes universitaires dans ce secteur spécifique et peut-être un besoin de programmes de formation spécialisée pour ceux qui ne choisissent pas de poursuivre des études à l'université.

2.2) Profil de la start-up

Dans cette section nous allons présenter les informations des startups, à propos leur nom en a : YALIDINE, UPS, service livraison DHD, NORD OUEST EXPRESS, MANIMAD EXPRESS, et les dates et lieux de création ainsi que le nombre des salariés, ses activités principale et le stade de développement.

2.2.1) La création de la start-up

Tableau N°02 : la création de startup

| NOM | LIEUX | DATE |
|---------------------------|------------------------|-------------|
| YALIDINE | En Algérie | 2013 |
| UPS | Etats-Unis, en Algérie | 1907,2017 |
| DHD | En Algérie | 2019 |
| MANIMAD EXPRESS | Bejaia | 2021 |
| NORD OUEST EXPRESS | Algérie | 2018 |

Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

La présence croissante d'entreprises telles que YALIDIN, DHD, MANIMAD EXPRESS, et NORD OUEST EXPRESS en Algérie, ainsi que l'installation d'UPS en 2017, illustre le potentiel de croissance du secteur de commerce électronique attire l'attention des investisseurs et entrepreneurs.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

- YALIDINE

Il est intéressant de noter que YALIDINE est la première et la plus ancienne start-up en Algérie qui est a été créée depuis 2013, possédant des agences dans toutes les wilayas notamment Bejaia

- UPS

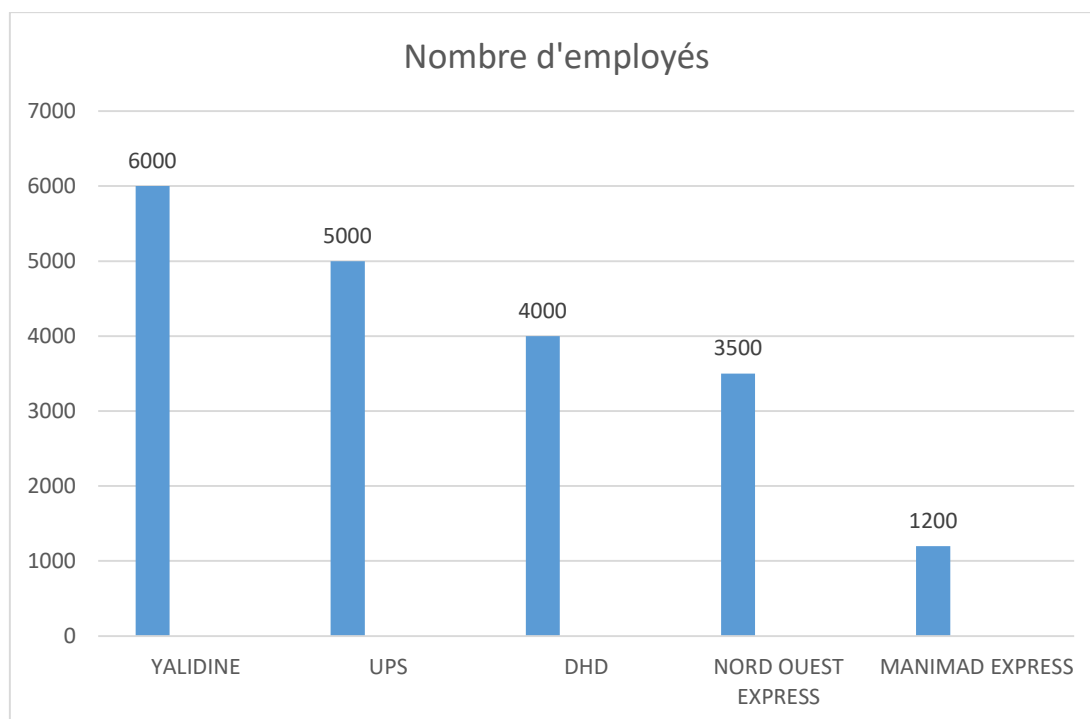
L'installation et le développement d'entreprise étrangère en Algérie, telle qu'UPS en 2017, démontre la confiance des grandes entreprises internationale dans le marché algérien.

- NORD OUEST EXPRESS (2018), DHD (2019), et MANIMAD EXPRESS :

Ces entreprises locales, fondées peu après l'installation d'UPS, illustrent une dynamique entrepreneuriale croissante dans le secteur de la logistique en Algérie. NORD OUEST EXPRESS, créée en 2018 à Boumerdes, DHD en 2019 à Blida et MANIMAD EXPRESS en 2021 à Bejaia, répondent à la demande croissante de services logistiques, stimulée par le e-commerce et l'augmentation des échanges commerciaux.

2.2.2) Le nombre d'employés des start-ups

Figure n°01: Nombre d'employés des entreprises enquêtées



Source : résultat de l'enquête de terrain

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Commentaire :

Les résultats de notre enquête, il ressort que le nombre d'employés le plus élevé revient à la startup YALIDINE qui se distingue comme le principal employeur parmi ces entreprises avec plus de 6000 employés. Cela souligne son rôle principal dans le marché d'emploi algérien et son influence considérable dans le secteur de la logistique et du transport.

Selon la figure n°1 on observe que l'entreprise UPS, montre une présence forte en Algérie, employant entre 5000 employés, en tant que multinationale, son niveau d'emploi témoigne de son engagement significatif du marché algérien.

Les entreprises locales DHD et NORD OUEST EXPRESS, avec environ 4000 et 3500 employés respectivement, montrent une croissance remarquable. Cela indique une dynamique entrepreneuriale robuste et une capacité à répondre à la demande croissante de services logistiques.

En dernière position MANIMAD EXPRESS, environ 1200 employés. Son évolution future pourrait suivre une trajectoire similaire à celle de ses prédécesseurs si les conditions du marché restent favorables.

A noter que le nombre d'employés présentés dans la figure n°1 est approximatif, présenter par les entrepreneurs.

2.2.3) Activité principale

Tableau n°03 : Activité principale

| Information | Pourcentage |
|---------------------------------------|--------------------|
| Livraison de colis entre particulier | 100% |
| Livraison de colis pour le e-commerce | 100% |
| Autre | 60% |

Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire :

Selon le tableau n°03 l'analyse des résultats de l'enquête indique que, toutes les startups enquêtées se concentrent principalement sur leur activité principale qui est la livraison de colis entre particuliers et pour le e-commerce. Ce qui montre leur adaptabilité aux besoins actuels du marché. Certaines start-ups telle que UPS, YALIDINE et MANIMAD EXPRESSE

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

se concentre sur d'autre livraison. Pour la startup UPS elle se focalise aussi sur import et export de colis, cela ajoutant de la valeur pour les clients ayant des besoins internationaux. A signaler que YALIDINE et MANIMAD EXPRESSE se focalise aussi sur la livraison de colis entre entreprises. Cela veut dire ces start-ups visent divers segments du marché et répondent à une gamme étendue de besoins en logistique.

2.2.4) Zone d'intervention

Tableau N°04 : Zone d'intervention

| ZONE | Pourcentage |
|------------------|--------------------|
| Commune | 30% |
| Wilaya | 30% |
| Nationale | 20% |
| Autre | 20% |

Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Le tableau n°04 montre que 30% des états enquêtées au Communales et Wilayas représentent des opérations logistiques, comme en témoignent les performances des startups dont DHD, Nord-Ouest EXPRESS et MANIMAD EXPRESS, soulignant l'importance des livraisons locales et régionales. Les activités nationales sont couvertes par 20% des startups enquêtés, représentée par la startup YALIDINE. De plus, 20 % des activités d'UPS concernent les services internationaux, y compris les services spécifiés.

2.2.5) Site web

Tableau N° 05 : site web

| Start-up | Site web |
|--------------------|--|
| YALIDINE | www.yalidine.com |
| UPS | www.ups.com |
| Nord-Ouest express | www.noest.com |
| DHD | www.dh-ddz.com |
| MANIMAD express | Pas de site (pas disponible) |

Source : résultat de l'enquête de terrain

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Commentaire

Selon le tableau n°05 il ressort que la majorité des start-ups montrent une prise de conscience de l'importance de la présence en ligne pour atteindre leurs clients et fournir des informations essentielles sur leurs services et l'absence de site web pour MANIMAD EXPRESS est un désavantage concurrentiel qui pourrait limiter sa croissance et son attractivité auprès des clients. Les entreprises avec des sites web bien développés sont mieux positionnées pour attirer et servir leurs clients efficacement, tandis que celles sans présence en ligne risquent de perdre des opportunités dans un marché de plus en plus digitalisé.

2.2.6) Le stade de développement de startups

Tableau n°6: Le stade de développement

| Stade | Pourcentage |
|--------------|--------------------|
| Idée | 0% |
| Prototype | 0% |
| Lancement | 60% |
| Croissance | 40% |

Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Nous constatons à travers le tableau n°6 que des entreprises enquêtés au stade de lancement avec 60%. Cela signifie que la plupart des entreprises actuelles sont encore en phase de démarrage de leurs activités, et 40% en phase de croissance, indique un secteur dynamique et en pleine évolution. L'absence d'entreprises en phase d'idée ou de prototype indique que les acteurs actuels sont déjà en phase opérationnelle, apportant des contributions concrètes au marché logistique.

2.3) Accompagnement

Cette partie traite de l'accompagnement des porteurs de projets, en abordant les types d'assistance dont ils ont bénéficié, les services fournis par leurs incubateurs, les méthodes utilisées pour trouver de l'aide, comment ils ont choisi leurs mentors ou conseillers, ainsi que les difficultés rencontrées lors de la recherche d'accompagnement.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Tableau N° 7 : Les avantages d'accompagnement à la création.

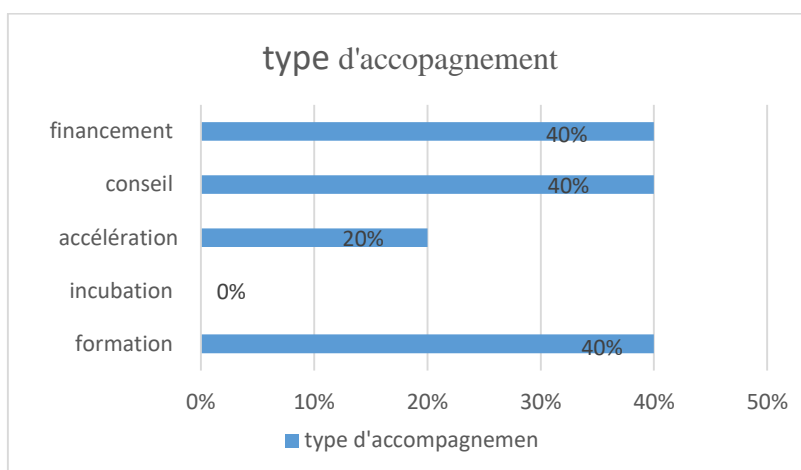
| Information | Non |
|-------------|-----|
| Oui | 40% |
| Non | 20% |
| Pas répondu | 40% |

Source : résultat de l'enquête (2024)

Commentaire

Le tableau n°07 indique que 40% de notre échantillon ont bénéficié d'un accompagnement à la création. Cela signifie que près de la moitié des start-ups interrogées ont eu accès à des ressources. 40 % des participants n'ont pas répondu à cette question. Cependant, il est important de noter que 20 % des répondants n'ont pas été accompagnés, ce qui représente une proportion non négligeable de start-ups qui n'ont pas bénéficié de ce soutien.

Figure N°02: type d'accompagnement



Source : résultat de l'enquête de terrain

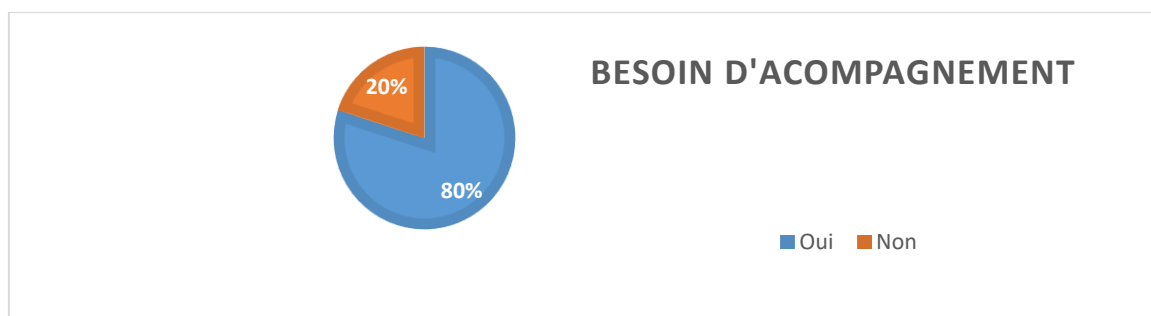
Commentaire

Selon la figure n°02 nous constatons que 40% des startups de notre échantillon ont été accompagnées se forme (formation, conseil et financement).L'accompagnement est crucial pour les startups car il leur fournit les ressources et les connaissances nécessaires pour réussir

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

dans le marché de la livraison de colis. 20% des start-ups étudiées ont été accompagnées par les accélérateurs. Ce sont des programmes efficaces pour les startups qui cherchent à accélérer leur développement et à passer rapidement de l'idée à la mise en œuvre opérationnelle.

Figure N°03: Besoin d'accompagnement.



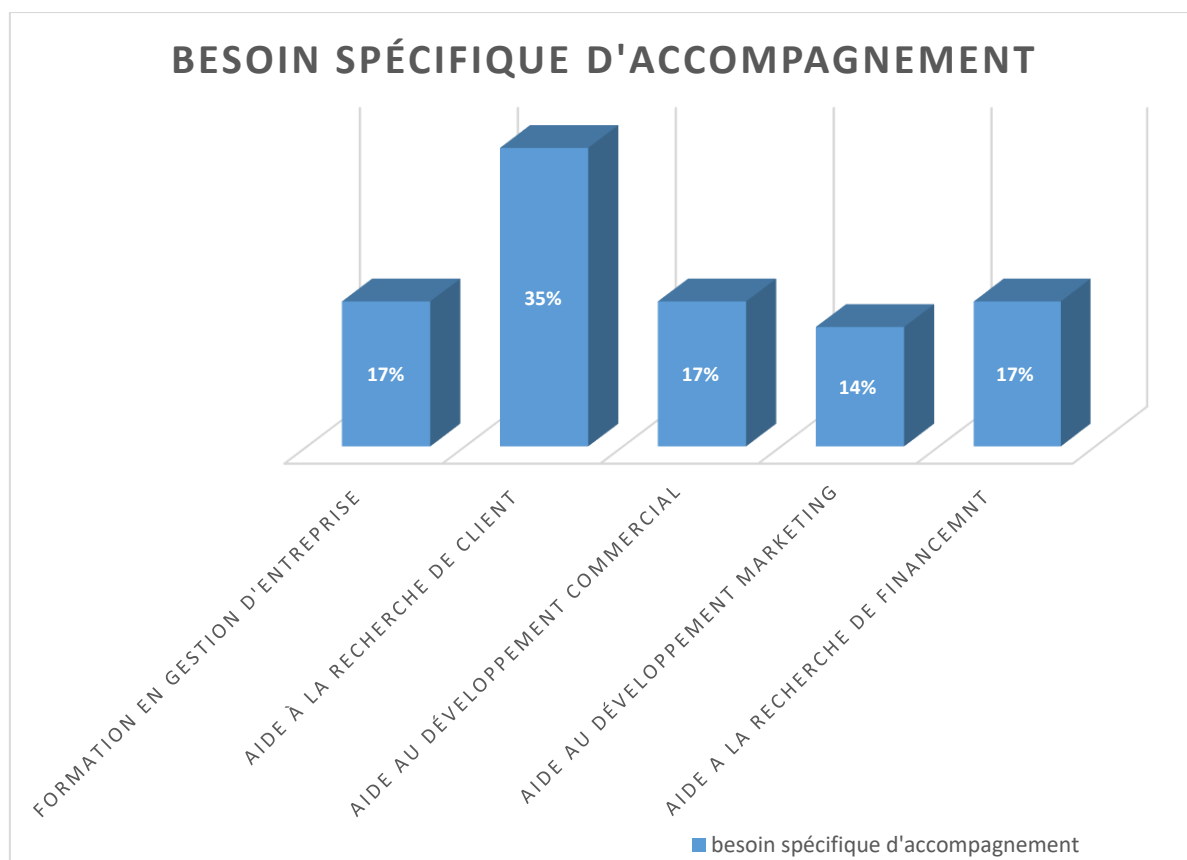
Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

La figure n°03 montre que 80% des startups enquêtés n'ont pas besoin d'accompagnement. Seulement 20% des start-ups ont indiqué qu'elles avaient besoin d'accompagnement. Ces start-ups voient l'accompagnement comme un levier crucial pour optimiser leurs chances de succès et pour accélérer leur développement.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Figure N°04 : besoin spécifique d'accompagnement



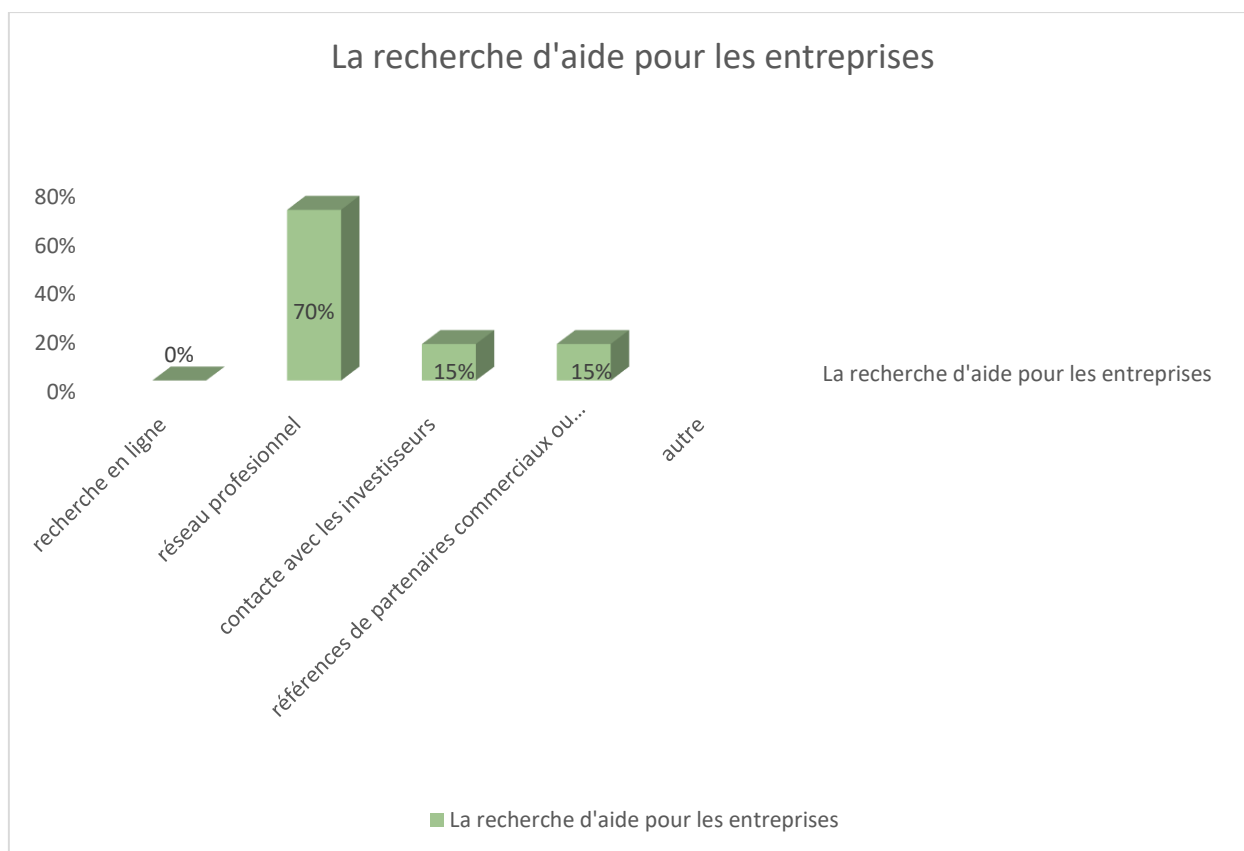
Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Selon les données de la figure n°04, l'aide à la recherche de clients est le besoin le plus significatif, indiqué par 35% des startups enquêtés. Cela suggère que ces entreprises cherchent à augmenter leurs revenus, à démontrer la valeur de leurs produits ou services, et à établir des bases solides pour leur croissance future. De plus, 17% des startups identifient un besoin spécifique de formation en gestion d'entreprise pour renforcer leurs compétences en gestion, améliorer leurs performances générales et mieux diriger leurs activités. De manière similaire, 17% des startups mentionnent le besoin d'assistance dans le développement de stratégies commerciales pour optimiser leurs opérations, leur croissance et leur compétitivité. Un besoin spécifique en recherche de financement est exprimé par 17% des startups, soulignant les défis financiers auxquels elles sont confrontées et l'importance de les accompagner dans ce volet. Enfin, seulement 14% des startups expriment l'aide au le développement du marketing.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Figure N°05 : la recherche d'aide pour les entreprises



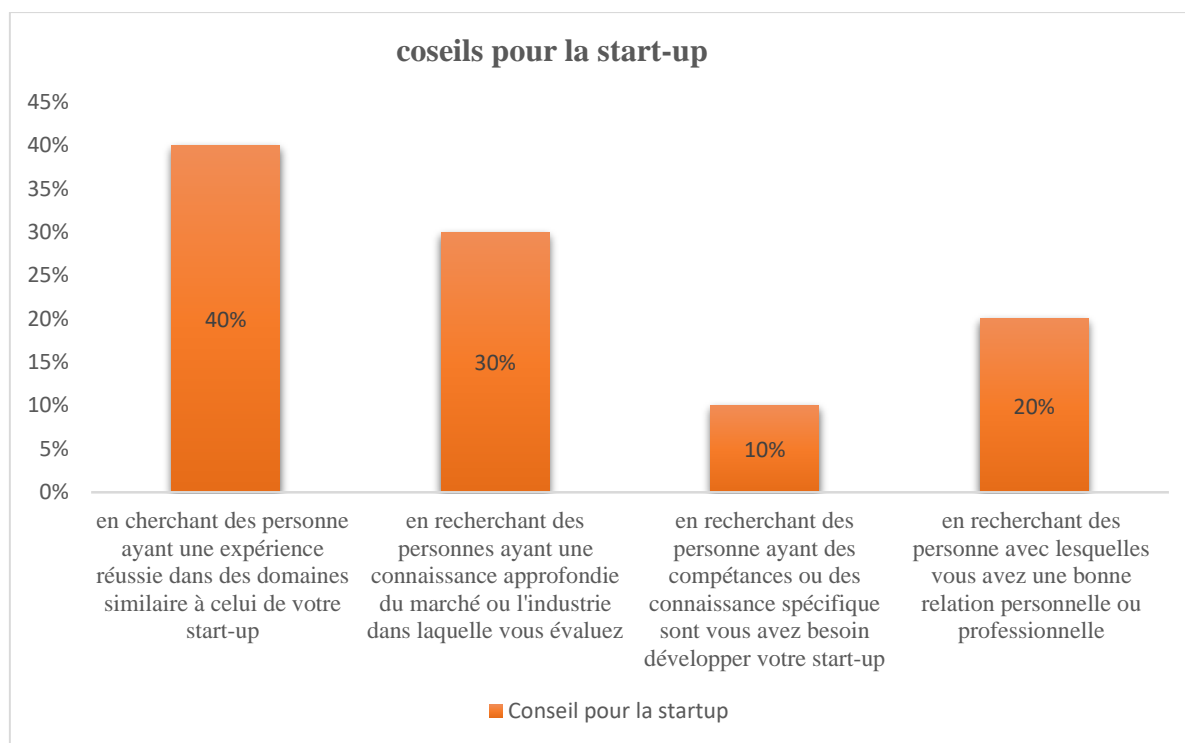
Source : le résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Les résultats de figure n°05 indique que les startups de notre échantillon utilisent principalement leur réseau professionnel pour rechercher de l'aide, dans 70% des cas sondés. . Cette forte dépendance au réseau professionnel souligne l'importance des relations et des échanges d'expérience dans le développement des jeunes entreprises. Par ailleurs, 15% des startups se tournent vers les contacts avec les investisseurs et les références de partenaires commerciaux ou d'autres entrepreneurs, ce qui met en lumière la valeur des conseils stratégiques et des connexions que ces groupes peuvent offrir. Soulignant la nécessité pour les startups de développer et de maintenir des relations solides et bénéfiques dans leur écosystème entrepreneurial.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Figure n°06: les conseils pour l'entreprise



Source : le résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Selon la figure n°06, 40% des entrepreneurs mettent l'accent sur des personnes ayant une expérience réussie dans des domaines similaires de sa start-up avec, cette approche permet éviter les pièges courants et à adopter des stratégies efficaces. 30% des startups recherchent des conseils de personnes ayant une connaissance approfondie du marché ou de l'industrie dans laquelle elles évoluent, cela peut offrir des perspectives précieuses sur les tendances, les opportunités et les défis spécifiques de l'industrie et aidant les startups à affiner leur stratégie et à s'adapter aux dynamiques du marché. 20% des startups recherchent des conseils auprès de personnes avec lesquelles elles ont une bonne relation personnelle ou professionnelle, ces relations peuvent faciliter des échanges plus honnêtes et constructifs, et permettre une meilleure compréhension des besoins et des défis spécifiques de la startup. Seulement 10% des startups cherchent des personnes ayant des compétences ou des connaissances spécifiques nécessaires pour le développement de leur startup.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

2.4) Source de financement

Dans cette partie nous allons traiter le coté de financement des start-ups, concernant leur recours au financement, type et les besoin spécifique de financement.

Tableaux n°08 : Recours des startups au financement

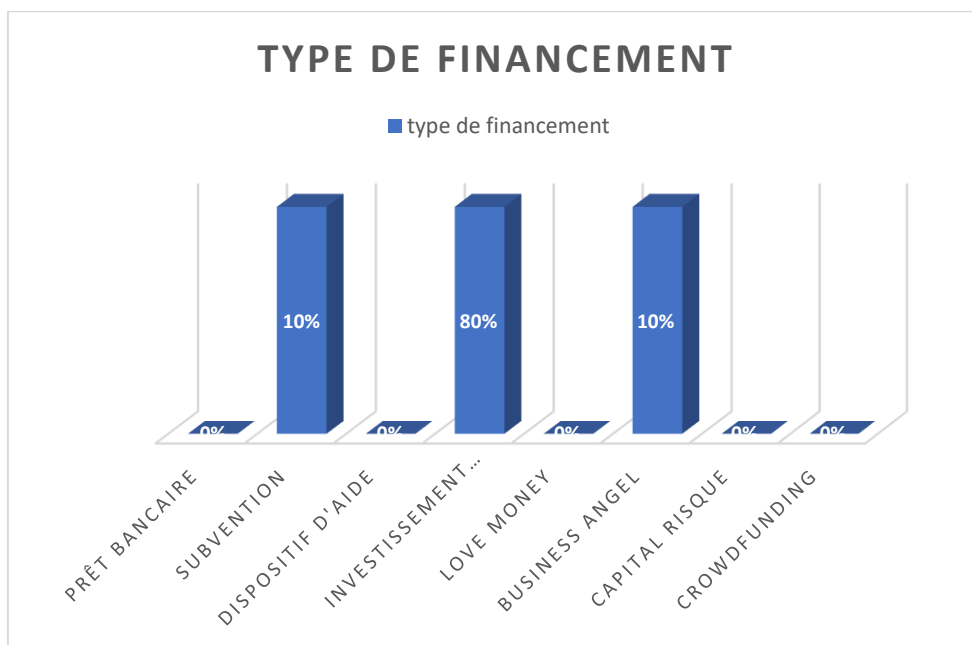
| Information | Pourcentage |
|-------------|-------------|
| Oui | 80% |
| Non | 20% |

Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Selon Le tableau n°8 la majorité des startups soit 80% ont bénéficié d'un financement pour leur activité, ce qui indique un accès relativement favorable aux ressources financières pour ces entreprises. Cependant, 20% n'ont pas obtenu de financement, ce qui pourrait refléter des difficultés d'accès ou des choix stratégiques de financement

Figure N°07 : les types de financement



Source : Le résultat de l'enquête de terrain

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Commentaire

La figure n°07 indique que 80% des startups utilisent leur investissement personnel, bien que significatif, peut ne pas être durable à long terme, les startups pourraient réduire leur risque personnel et développer leurs capacités d'investissement en diversifiant leurs sources de financement ; les subventions et les investissements de business Angels représentent chacun 10% des financements obtenus, les subventions peuvent fournir des fonds sans contrepartie financière, ce qui est avantageux pour les startups en phase de démarrage et les business angels apportent non seulement des fonds, mais aussi des conseils et des réseaux précieux ; tandis les autres types de financement n'ont pas été utilisés par les startups de l'échantillon telle que prêt bancaire et les dispositifs d'aide, cela liée à un manque de connaissance des dispositifs, et à une préférence pour éviter les dettes bancaires ; ainsi que l'absence de capital-risque et de Crowdfunding, les startups devraient considérer le capital risque pour des levées de fonds significatives, en particulier celles avec des projets à fort potentiel de croissance. Le crowdfunding pourrait également être exploré comme une alternative flexible et moderne pour financer des projets innovants.

Tableau n°09: Besoin de financement

| Information | Pourcentage |
|--------------------|--------------------|
| Oui | 20% |
| Non | 80% |

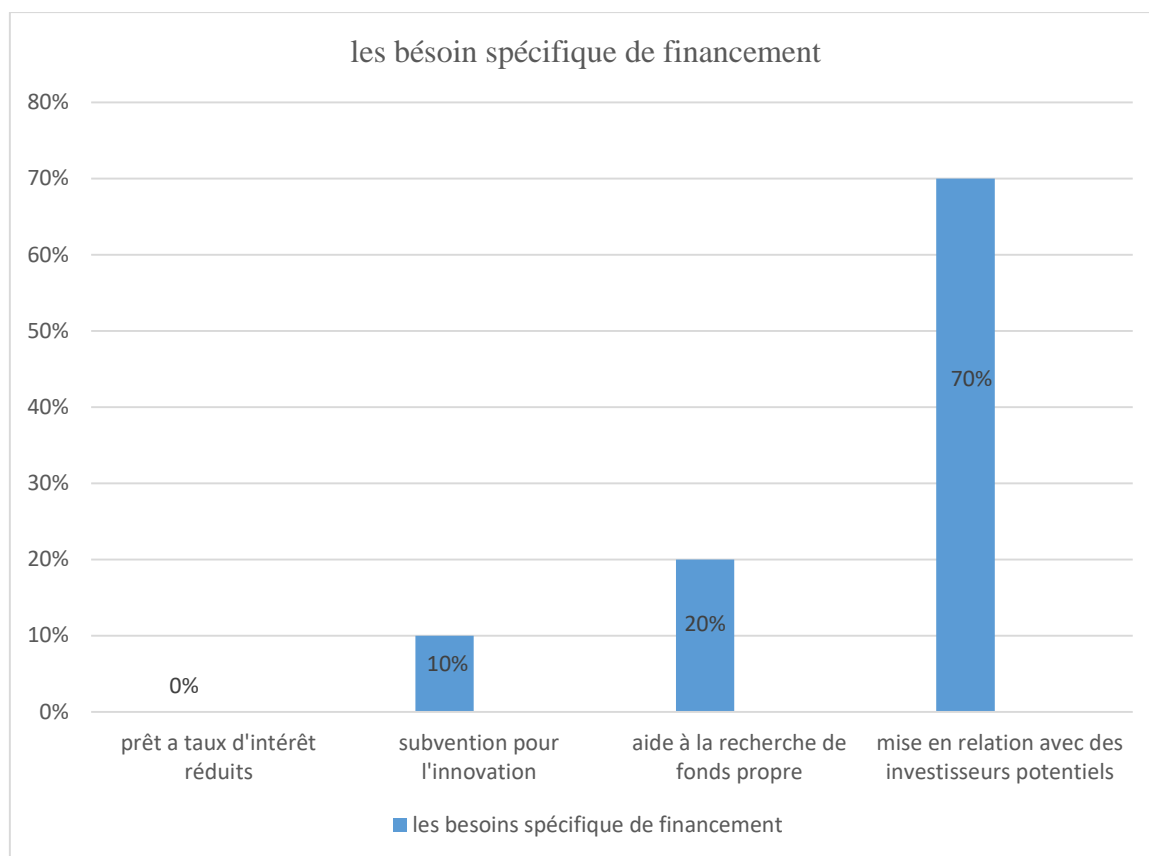
Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Comme l'indique le tableau n°09, la majorité des startups interrogées, soit 80 %, ont déclaré ne pas avoir besoin de financement. Il est essentiel de continuer à sensibiliser sur les avantages et les opportunités de financement. Seulement 20% des start-ups ont exprimé un besoin de financement. Cela est essentiel de s'assurer qu'elles ont accès aux ressources nécessaires pour soutenir leur croissance et leur développement

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Figure n°08 : Les besoin spécifique de financement



Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

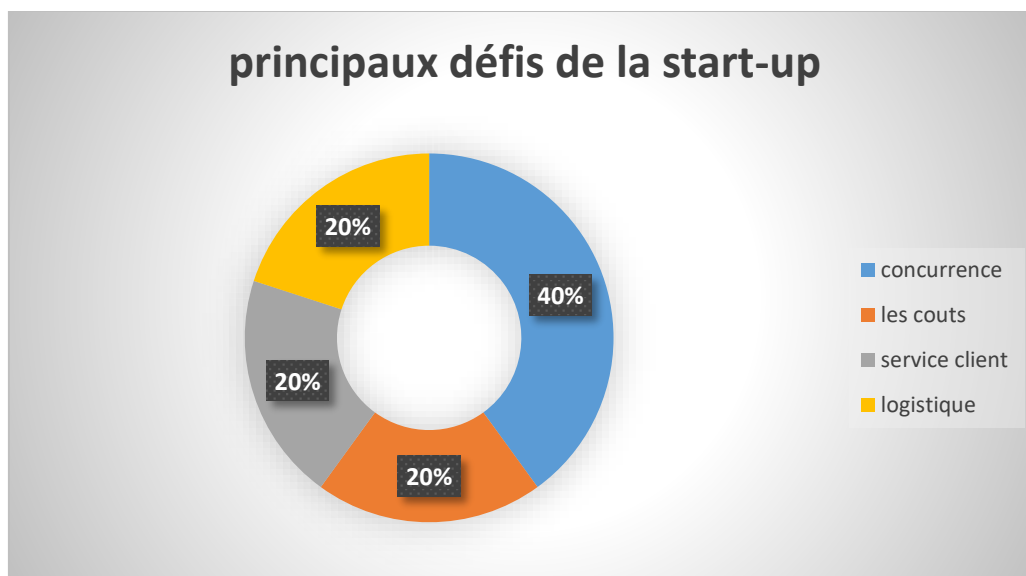
La figure n°08, ne ressort que la majorité des startups (70%) besoin d'être mises en relation avec des investisseurs potentiels. Cela montre l'accès aux investisseurs est une priorité, en raison de leur capacité à fournir non seulement des finances, mais aussi des conseils, du mentorat, et des connexions utiles. 20% des startups expriment ont besoin d'aide pour la recherche de fonds propres. Cela indique que les startups cherchent des moyens de renforcer leur capital sans augmenter leur endettement. tandis que une minorité de 10% des startups ont besoin de subventions pour l'innovation, cela peut encourager le développement technologique et l'innovation ; aucun des répondants n'a exprimé un besoin pour des prêts à taux d'intérêt réduits.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

2.5) Obstacles

Dans cette partie nous allons traiter les obstacles rencontrés par l'entrepreneur.

Figure N°09 : Les défis rencontrent la start-up



Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Les résultats indiqués dans la figure⁰⁹ révèlent que la concurrence est un défi majeur pour 40% des startups enquêtées. Ce qui indique l'existence d'un marché potentiellement saturé ou très compétitif. Cela peut nécessiter des stratégies de différenciation plus innovantes et des efforts accrus pour attirer et fidéliser les clients. Les coûts représentent un défi pour 20% des startups. Cela pourrait inclure des coûts élevés de production, de marketing, ou des coûts opérationnels généraux. 20% des startups sondées indiquent que le service client est un défi principal. Un bon service client est crucial pour la satisfaction des clients, mais peut être difficile à maintenir. La logistique est un défi pour 20% des startups. Alors elles doivent adopter des technologies logistiques avancées et des pratiques de gestion de la chaîne d'approvisionnement pour améliorer leur service logistique.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Tableau n°10: les problèmes de financement

| Information | Pourcentage |
|------------------------------|--------------------|
| Oui des problèmes importants | 0% |
| Non | 20% |
| Très peu | 80% |
| Pas de problème | 0% |

Source : le résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Selon le tableau n°10 La majorité des startups indiquent soit 80% avoir très peu de problèmes. Cela montre une situation relativement stable pour ces entreprises, avec des défis gérables. 20% des startups indiquent ne pas avoir de problèmes. Cela signifie, qu'elles ont des processus en place pour prévenir les problèmes avant qu'ils n'apparaissent ou qu'elles ont des stratégies efficaces de résolution de problèmes. Aucune startup n'a rapporté avoir des problèmes significatifs ou pas de problème du tout. Cela suggère une situation où les défis sont présents mais restent gérables pour les entreprises.

Tableau n°10 : Les difficultés de financement rencontré les start-ups

| Information | Pourcentage |
|--------------------|--------------------|
| Oui | 20% |
| Non | 80% |

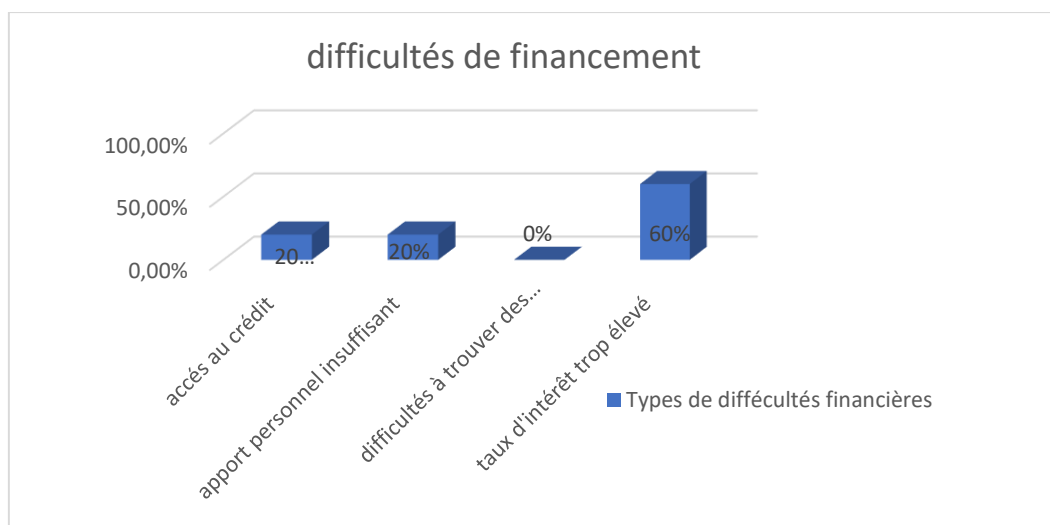
Source : le résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Selon le tableau n°10, la majorité des startups (80%) n'ont pas rencontré de difficultés pour financer leur activité, ce qui indique un accès relativement favorable aux sources de financement. Cependant, 20% ont signalé des difficultés, ce qui montre que des obstacles subsistent pour certaines entreprises.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Figure N°10 : Type de difficultés financière



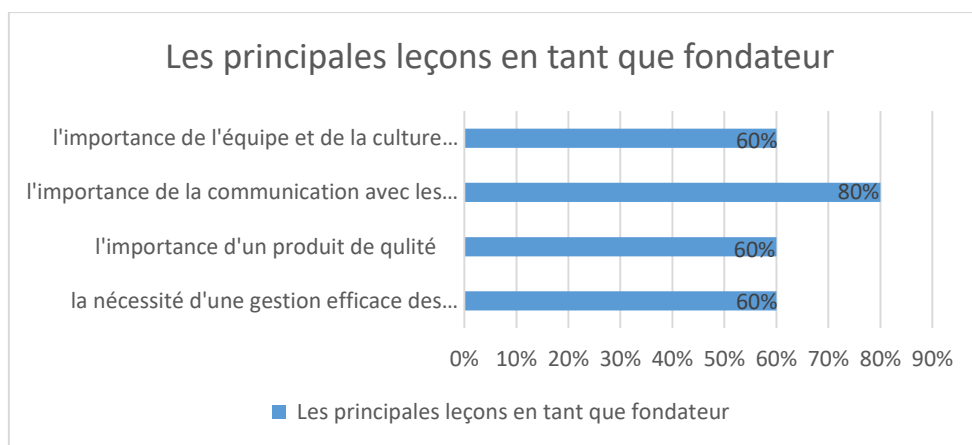
Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Selon la figure n°10 la majorité soit 60% des startups. Signalent les taux d'intérêt trop élevés est le principale obstacle. Cités par les entrepreneurs des startups étudiées 20% signalent des problèmes d'accès au crédit. Cela peut être dû à des exigences strictes des institutions financières ou à des critères de crédit inaccessibles pour les jeunes entreprises. 20% des startups indiquent que l'apport personnel insuffisant est une difficulté. Cela signifie que les entrepreneurs n'ont pas assez de fonds propres pour satisfaire les exigences de financement. Aucun des répondants n'a mentionné des difficultés à trouver des investisseurs, ce qui indique que les investisseurs sont relativement accessibles et que les startups n'ont pas encore recherché activement des investisseurs.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Figure N°11 : Les principales leçons en tant que fondateur



Source : résultat de l'enquête de terrain

Commentaire

Les résultats de la figure n°11 indiquent que l'importance de la communication avec les clients est la leçon la plus fréquemment mentionnée pour 80% étudiées. Pour les fondateurs, comprendre et répondre aux besoins des clients est crucial pour le succès de leur entreprise devraient être encouragées à établir des canaux de communication clairs et efficaces avec leurs clients. 60% des fondateurs reconnaissent l'importance cruciale de gérer efficacement les finances de l'entreprise. Cela signifie que la gestion des flux de trésorerie, la planification budgétaire et l'optimisation des ressources financières. La même proportion (60%) de fondateurs met l'accent sur l'importance de proposer un produit de qualité. Un produit de qualité est essentiel pour satisfaire les clients, fidéliser la clientèle et se différencier sur le marché. Reconnaître l'importance de l'équipe et de la culture d'entreprise est également une leçon clé. En effet pour 60% des fondateurs une équipe solide et une culture d'entreprise positive peuvent stimuler l'innovation, la productivité et la satisfaction au travail. Les leçons apprises par les fondateurs soulignent des domaines clés qui sont essentiels pour le succès des startups.

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

Conclusion

En résumer, notre étude montre que les startups de livraison de colis à Bejaia font face à des défis importants en matière d'accès au financement et d'accompagnement. Tout d'abord, nous avons constaté que la majorité des entrepreneurs dans ce secteur sont des hommes, principalement âgés entre 24 et 45 ans et ayant un niveau d'éducation supérieur. Cette démographie entrepreneuriale reflète une tendance vers l'entrepreneuriat chez des individus relativement jeunes et diplômés, ce qui est encourageant pour le développement économique de la région. Les startups de livraison de colis à Bejaia se caractérisent également sur la livraison de colis entre particuliers et pour le e-commerce. Soulignant l'importance des livraisons locales et régionales, aussi la startup YALIDINE se distingue comme le principal employeur dans le secteur de la logistique en Algérie, avec plus de 6000 employés, soulignant son rôle majeur dans le marché de l'emploi. Les startups étudiées se caractérisent par leur diversité en termes de stade de développement. Alors que certaines sont encore au stade de lancement, d'autres sont déjà en phase de croissance, témoignant de la vitalité de cet écosystème entrepreneurial émergent. Nous avons constaté que les startups s'appuient principalement sur leurs propres ressources financières et celles de leur famille. Il est donc crucial de développer des mécanismes de financement adaptés aux besoins des startups en démarrage et en croissance. Bien que certaines startups bénéficient déjà d'un certain soutien, tel que des programmes de formation et de conseil, il existe un besoin croissant de programmes plus complets qui fournissent une assistance dans des domaines tels que la mise en relation avec des investisseurs et l'acquisition de clients. Ce type d'accompagnement peut jouer un rôle crucial dans le développement durable des startups de livraison de colis à Bejaia.

Enfin, nous avons identifié plusieurs obstacles auxquels sont confrontées ces startups, notamment le manque de financement, les coûts et service client et logistique à un taux 20%. Pour surmonter ces défis, il est essentiel de mettre en place des politiques et des programmes qui favorisent l'accès au financement, et encouragent l'innovation et la compétitivité.

En conclusion, cette étude souligne l'importance de développer des stratégies d'accompagnement et de financement adaptées aux startups de livraison de colis à Bejaia. En mettant l'accent sur les besoins des entrepreneurs, le renforcement des capacités des startups

Chapitre III : accompagnement et financement des start-ups, cas des entreprises de livraison de colis dans la ville de Bejaia

locales et la création d'un environnement propice à l'innovation, nous pouvons contribuer significativement au développement durable de ce secteur prometteur dans la région.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

Dans un monde, où la mondialisation et le e-commerce influencent, de plus en plus nos modes de vie et nos habitudes de consommation. La livraison de colis est devenue un élément indispensable de notre société moderne, en grande partie grâce à la croissance extraordinaire du commerce électronique et à l'évolution des comportements d'achat des consommateurs. Les start-ups jouent un rôle essentiel dans ce domaine en offrant des solutions de transport innovantes et efficaces, capables de répondre aux exigences croissantes de rapidité et de fiabilité.

La pandémie de COVID-19 a effectivement été un déclencheur de changements positifs dans le secteur de la livraison de colis, poussant les startups à innover et à s'adapter rapidement pour répondre à des attentes élevées des consommateurs.

Le paysage de la livraison de colis en Algérie, en particulier dans la wilaya de Bejaia connaît une transformation fulgurante, rencontrent à la fois des opportunités considérables et des défis spécifiques.

L'étude sur l'accompagnement et le financement des start-ups en Algérie souligne l'importance de créer un environnement favorable à l'émergence et au développement de ces entreprises. Il est essentiel de concevoir des politiques publiques et des réglementations adaptées qui encouragent l'innovation, facilitent l'accès au financement et renforcent les structures d'accompagnement.

Par ailleurs, nous avons également montré les meilleures pratiques en matière d'accompagnement et de financement pour les startups de livraison des colis au niveau de la ville de Bejaia en mettant en lumière plusieurs aspects cruciaux pour le développement de ce secteur. Tout d'abord, elle souligne le dynamisme et la diversité des entrepreneurs engagés dans cette activité, avec une prédominance de jeunes diplômés, ce qui témoigne d'un potentiel prometteur pour l'économie locale. La présence de startups à différents stades de développement illustre également la vitalité de l'écosystème entrepreneurial dans la région.

Cependant, malgré ces aspects encourageants, les startups de livraison de colis à Bejaia sont confrontées à des défis majeurs, en particulier en ce qui concerne l'accès au financement et à un accompagnement adéquat. Si certaines initiatives sont en place pour soutenir ces entreprises, telles que des programmes de formation et de conseil, il est clair qu'il existe un besoin croissant de solutions plus complètes pour répondre aux besoins spécifiques

CONCLUSION GENERALE

de ces startups, notamment en matière de mise en relation avec des investisseurs et d'acquisition de clients.

Les obstacles identifiés, tels que le manque de financement et les défis liés au service client et à la logistique, nécessitent des politiques et des programmes ciblés pour favoriser l'innovation, la compétitivité et la durabilité des startups de livraison de colis à Bejaia. En mettant en place des mesures efficaces pour surmonter ces défis, le gouvernement, les institutions financières et les acteurs du secteur privé peuvent jouer un rôle crucial dans le développement et le succès continu de ces entreprises, tout en contribuant à la croissance économique et à la création d'emplois dans la région.

Les résultats de cette étude montrent qu'il est essentiel de concevoir des politiques publiques et des réglementations adaptées qui encouragent l'innovation, facilitent l'accès au financement et renforcent les structures d'accompagnement.

Les hypothèses de notre recherche, à savoir que les startups spécialisées dans le transport du colis sont des entreprises innovantes en phase de développement et de croissances et les créateurs sont des jeunes diplômés de l'université, ce qui est encourageant pour le développement économique de la région. L'adoption de meilleures pratiques d'accompagnement et de financement favorise la réussite, la croissance et l'innovation des startups de livraison de colis à Bejaïa, et les principaux obstacles des Start up sont liés au financement et à la concurrence, ont trouvé un écho favorable dans les résultats de notre enquête de terrain. Les start-ups bénéficiant d'un soutien financier et stratégique adéquat ont montré une capacité accrue à innover, à s'adapter aux défis du marché et à se développer de manière durable.

En conclusion, pour que les start-ups de livraison de colis puissent prospérer et continuer à répondre aux besoins croissants du marché, il est crucial de maintenir et d'amplifier les efforts d'accompagnement et de financement. Ces initiatives permettront non seulement de soutenir l'innovation et la croissance économique, mais également de générer des emplois qualifiés et de diversifier l'économie algérienne. La dynamique positive observée dans la wilaya de Bejaia pourrait servir de modèle pour d'autres régions du pays, contribuant ainsi à un développement durable et équilibré à l'échelle nationale.

REFERENCE ET BIBLIOGRAPHIE

REFERENCE ET BIBLIOGRAPHIE

Référence et bibliographie

A) Ouvrage

Andrews R.Knnet, le concept de stratégie d'entreprise, Edition Dow-Jones Irwin, 1971, p145

Peter Thiel, ZERO TO ONE, éditions Jean-Claude Lattès pour la traduction française, février 2016, P188.

ANSOFF Igor, « Stratégie du développement de l'entreprise », les Editions d'organisation, Paris, 1989, p322

Peter Thiel, ZERO TO ONE, éditions Jean-Claude Lattès pour la traduction française, février 2016, P188.

Frédérique Savignac. Le financement des entreprises innovantes. Economies et finances. Université Panthéon Sorbonne - Paris I, 2006

Chandler Alfred JR, Stratégie et structure : chapitres de l'histoire de l'entreprise industrielle américaine, MIT Presse, 1962, p98.

Estèle Jouison, « L'opérationnalité du Business Model en contexte de création d'entreprise », 2008, P17

Le Manuel d'Oslo de l'OCDE rassemble les « principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation ».

VERNIMMEN, Pierre (1988), Finance d'entreprise : Analyse et gestion, Édition, Dalloz, Paris, p.672

B) Article

Ben Romdhane, Emna, « Succès de la start-up : une étude de cas sur la base d'une approche intégrative et multidimensionnelle », Annecy, 31 mai – 3 juin 2022, p23

source : open édition journal JAKE ALIMOHAMED-WILSON

Khelil Sabrina, « Analyse de l'écosystème des startups en Algérie (Etat des lieux et Perspectives) », La Revue du développement et des Prospectives Pour Recherches et études VOL : 07 - N° : 01 – Juin 2022 P293-310

Guettoche HaddadFatma Zohra, Belaid Dehbia, Haddad Imene, « Les Green Startups aux services de l'accroissement des technologies », Journal of Contemporary Business and Economic Studies Vol(05) No. (3) (2022)

Rapport Robert Boyer Michel Didier, « Innovation et croissance », La Documentation Française, Paris, 1998 - ISBN : 2-11-004091-2

REFERENCE ET BIBLIOGRAPHIE

HABIBI. Z & GUATI. R (2022) «L’impact de l’innovation sur la performance des entreprises : une revue de littérature théorique et empirique», Revue Internationale des Sciences de Gestion «Volume 5 : Numéro 2» pp : 341 – 362

Beggah Malika, « Les Start up en Algérie : Caractéristiques et création », Volume: 08/ N°: 03(2023), P 639-647

Younès Rharbaoui Annabelle Bignon, Les secrets des meilleures startups pour prendre en main ta carrière», Edition DUNOD, Paris, 2019, p28.

Article, Hafsa Drouiche et Lamia Menai, « Le financement des Start-up en Algérie entre la réalité et les attentes », P 68 –P 86

Journal of Economic Integration, Riadh Beladjine, khalida Mohammed Belkebir, « Mécanismes de soutien et de financement des startups en Algérie», p360-374

BAGHLI, Abdallah El Moutawakil, TABET AOUAL, Wassila. (2021), Business Angels as component of the algerian entrepreneurial ecosystem, scope of issues and realities , Review MECAS V° 17/ N°1 p.139.

Article Le Crowdfunding : moyen de financement adapté aux startups, état des lieux en Algérie, Douadi-Amiar. L, Deridj. R, Volume VIII, n°03 (December 2022), p13

Dr. Chabha BOUZAR et Mr. Rosa LOUGGAR, « Le microcrédit à travers le dispositif Angem et son impact en Algérie », 2019

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. J.O n°70 du 25/11/2020.P,8.

Dabah Mohamed Ridha, Benbraika Abdelouahab « Le Crowdfunding comme mécanisme innovant de financement des start-up -Les plateformes Ninvesti et Twiiza comme modèle », VOL. 7, No2, decembre 2021, P 357-371.

Belbekhari Sami, « LE CROWDFUNDING : un nouveau mode de financement pour les startups en Algérie », Etudes Economiques volume : 22 numéro : 01 année 2022, P 555.

H. ABDALLAH EL HIRTSI, C. FEREDJ, A. TOUBINE, « Les Exigences de Création d’un Système de Financement Solidaire: Cas du Crowdfunding en Algérie 2010-2018 », Volume: 09 / N°: 03 (2019), p 360-371.

Mohammed DJELTI Prof. Bouchama CHOUAM, « Etat des lieux des incubateurs en Algérie Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran », P65.

Agence Nationale du développement des Parcs Technologiques.

REFERENCE ET BIBLIOGRAPHIE

Riadh Beladjine¹, Pr. Khalida Mohammed Belkebir, « Mécanismes de soutien et de financement des startups en Algérie », Volume: 11- Issue: 20 / Special Issue - Part 20 (March 2023), p 374.

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

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

Deira Abdelhafid, « Les startups à l'ère des nouvelles technologies : Etat des lieux des startups numériques en Algérie », REVUE NOUVELLE ECONOMIE, Volume: 13 / N°2 (2022), p 857-876.

Tax juridique

Décret exécutif n° 04-14 du 29 Dhou El Kaada 1424 correspondant au 22 janvier 2004 portant création et

Fixant le statut de l'agence nationale de gestion du micro-crédit. J.O n°6 du 25/01/2004. p. 6.

Site web

<https://agrinove-technopole.com/2020/04/financement-start-up/> (consulter le 17 mai 2024)

<https://www.shine.fr/blog/love-money-definition>

<https://www.l-expert-comptable.com/a/533944-comment-definir-et-presenter-son-business-model.html> (consulté le 18 mai 2024)

<https://www.techrun.fr/lerc-des-startups/> (consulté le 18 MAI 2024).

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/subvention/75146> (consulter le 18 mai 2024)

<https://www.l-expert-comptable.com/a/534017-start-definition-modele-economique-mentalite.html> (consulter le 20 mai 2024)

<https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-des-services/etude-de-marche/livraison-colis-messagerie-express-627483.htm>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Caisse_nationale_d%27assurance-ch%C3%B4mage# (consulter le 20 mai 2024)

<http://www.sofinance.dz> (consulter 20 mai 2024)

<https://www.eldjazair-istithmar.dz/fr/about> (consulter le 20 mai 2024)

<https://www.finalep.dz/> (consulter le 21 mai 2024)

REFERENCE ET BIBLIOGRAPHIE

<https://elwatan-dz.com/benabderrahmane-souligne-le-role-de-la-banque-dalgerie-dans-laccompagnement-du-developpement-economiqu> (consulter le 21 mai 2024)

<https://anpt.dz/evenement/nouvelle-promotion-dincubation-cyberparc-de-sidi-abdallah> (consulté le 23 mai 2024).

<https://anpt.dz/about> (consulté le 24 mai 2024).

<https://www.wearetech.africa/fr/fils/tech-stars/algeria-venture-premier-accelerateur-public-de-start-up-d-algerie> (consulter le 24 mai 2024)

<https://resilient.digital-africa.co/en/blog/2022/04/20/algeria-a-good-year-for-the-startup-financing-fund/> (consulté le 25 mai 2024)

https://fr.wikipedia.org/wiki/Agence_Ecofin#cite_note-2 (consulté le 25 mai 2024)

<https://www.algerie360.com/nombre-de-startups-creees-par-pays-lalgerie-2%E1%B5%89-en-afrique-et-dans-le-top-20-mondial/> (consulté le 25 mai 2024)

ANEXXES

ANEXXES

L'accompagnement et financement des start-ups de livraison de colis, cas de Wilaya de Bejaia

Question sur votre agence

I. Profit de l'entrepreneur

1. Sexe :

- Homme
- Femme

2. Age

- 18-23
- 24-30
- 31-45
- Autre (précisé)

3. Niveau d'étude

- Primaire
- Secondaire
- Supérieure
- Formation

II. Profit de la start-up

1. Nom de votre startup :

.....

2. Date de création :

- 2020
- 2021
- 2022
- Autre

3. Lieu de création :

.....

4. Nombre de salariés :

.....

5. Activité principale :

- Livraison de colis entre particuliers
- Livraison de colis pour le e-commerce
- Autre (précisez)

6. Zone d'intervention :

- Commune
- Wilaya

- Autre (précisez)
7. **Site web (si disponible) :**

.....

8. **Quel est le stade de développement de votre start-up ?**

- Idée
- Prototype
- Lancement
- Croissance

III. **Accompagnement**

1. **Avez-vous bénéficié d'un accompagnement à la création ou au développement de votre activité ?**

- Oui
- Non

2. **Si oui, de quel type d'accompagnement avez-vous bénéficié ?**

- Formation
- Incubation
- Accélération
- Conseil
- Financement
- Autre (précisez)

3. **Avez-vous des besoins spécifiques en matière d'accompagnement ?**

- Oui
- Non

4. **Si oui, quels sont vos besoins spécifiques ?**

- Formation en gestion d'entreprise
- Aide à la recherche de clients
- Aide au développement commercial
- Aide au développement marketing
- Aide à la recherche de financement
- Autre (précisez)

5. **Comment avez-vous cherché de l'aide pour votre entreprise jusqu'à présent ?**

- Recherche en ligne
- Réseau professionnel
- Contact avec des investisseurs
- Références de partenaires commerciaux ou d'autres entrepreneurs
- Autre

6. **Comment choisissez-vous les conseillers pour votre entreprise?**

- En recherchant des personnes ayant une expérience réussie dans des domaines similaires à celui de votre start-up

- En recherchant des personnes ayant une connaissance approfondie du marché ou l'industrie dans laquelle vous évaluez
- En recherchant des personnes ayant des compétences ou des connaissances spécifique dont vous avez besoin développer votre start-up
- En recherchant des personnes avec lesquelles vous avez une bonne relation personnelle ou professionnelle
- Autre

7. Comment évaluez-vous l'efficacité de l'accompagnement reçu pour votre start-up ?

- Formation en gestion d'entreprise
- Aide à la recherche de clients
- Aide au développement commercial
- Aide au développement marketing
- Aide à la recherche de financement
- Autre (précisez)

IV. Source de Financement

1. Avez-vous bénéficié d'un financement pour votre activité ?

- Oui
- Non

2. Si oui, de quel type de financement avez-vous bénéficié ?

- Prêt bancaire
- Subvention
- Dispositif d'aide :
 - ✓ ANGEM
 - ✓ ANADE (ENSEJ)
 - ✓ CNAC
- Investissement personnel
- Love money (amis famille)
- Business Angel
- Capital risque
- Crowdfunding
- Autre (précisez)

3. Avez-vous des besoins spécifiques en matière de financement ?

- Oui
- Non

4. Si oui, quels sont vos besoins spécifiques ?

- Prêts à taux d'intérêt réduits
- Subventions pour l'innovation
- Aide à la recherche de fonds propres
- Mise en relation avec des investisseurs potentiels
- Autre (précisez)

V. Obstacle

1. Quel est le principal défi que vous rencontrez dans votre activité ?

- Concurrence
- Les couts
- Service client
- Logistique
- Autre (précisez)

2. Rencontrez-vous actuellement des problèmes de financement pour votre start-up

- Oui des problèmes importants
- Non
- Très peut
- Pas de problème

3. Avez-vous rencontré des difficultés pour financer votre activité ?

- Oui
- Non

4. Si oui, quelles ont été les principales difficultés rencontrées ?

- Accès au crédit
- Apport personnel insuffisant
- Difficultés à trouver des investisseurs
- Taux d'intérêt trop élevés
- Autre (précisez)

5. Quelles sont les principales leçons que vous avez apprises en tant que fondateur de start-up ?

- La nécessité d'une gestion efficace des finances
- L'importance d'un produit de qualité
- L'importance de la communication avec les clients
- L'importance de l'équipe et de la culture d'entreprise
- Autre

Nous vous remercions par avance pour votre temps et votre participation.

TABLE DE MATIERE

TABLE DE MATIERE

Remerciements

Dédicace

Liste des figures

Liste des tableaux

SOMMAIRE

Introduction générale..... Erreur ! Signet non défini.

CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUELLE S UR LES STARTUPS 4

Introduction 5

Section 1 : Emergence des startups dans le monde 5

1.1) Emergence et impact sur l'économie moderne 5

1.2) Origine de la start-up 6

1.3) Définition la start-up 6

Section 2 : caractéristiques des start-ups 7

2.1) Distinct entre entreprise et la start-up 7

2.2) Les caractéristiques des start-ups 8

2.2.1) Temporaire 8

2.2.2) Innovation : 9

2.2.2.1) les catégories de l'innovation : 10

a) L'innovation de produit 12

b) L'innovation de procédé 12

c) L'innovation d'organisation 12

d) L'innovation de commercialisation 12

2.2.2.2) les types de l'innovation 13

a) Innovation mineure ou incrémentale 13

b) Innovation adjacente : 13

c) Innovation majeure ou radicale (Breakthrough) 13

TABLE DE MATIERE

| | |
|--|-----------|
| d) L'innovation de rupture | 14 |
| 2.2.3) Recherche d'un Business Model : | 14 |
| 2.2.4) Industrialisable/Reproductible | 15 |
| 2.2.4.1) L'industrialisation | 15 |
| 2.2.4.2) La reproductibilité | 166 |
| 2.2.5) Scalable | 16 |
| Conclusion | 16 |
| CHAPITRE II : ECOSYSTEME DES STARTUPS EN ALGERIE | 18 |
| INTRODUCTION | 19 |
| Section 1 : Les sources de financements des start-ups | 19 |
| 1.1) Le financement des start-ups | 19 |
| 1.2) Les sources de financement | 19 |
| 1.2.1) Financement interne | 20 |
| a) Autofinancement | 20 |
| b) Le love money | 21 |
| 1.2.2) Financement externe : | 21 |
| a) Prêt bancaires | 22 |
| b) Subventions gouvernementales | 22 |
| c) business Angel : | 22 |
| d) Crowdfunding : | 23 |
| Section 2 : Les mécanismes de financement et d'accompagnement des startups en Algérie | 23 |
| 2.1) Les mécanismes de financement et d'accompagnement en Algérie | 23 |
| 2.1.1) Les mécanismes de financement en Algérie | 24 |
| 2.1.1.1) Les dispositifs de financement des startups | 24 |
| a) Agence nationale de gestion du micro-crédit (ANGEM) | 24 |
| b) Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) : | 24 |

TABLE DE MATIERE

| | |
|---|-----------|
| c) La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) : | 25 |
| 2.1.1.2) La prise de participation au capital | 25 |
| a) SOFINANCE | 25 |
| b) El Djazair Istithmar | 25 |
| c) FINALEP | 26 |
| 2.1.1.3) Les banques d'Algérie | 26 |
| 2.1.1.4) Le financement participatif (Crowdfunding) : | 26 |
| b) exemple de la plateforme CHRIKY | 27 |
| 2.2) Les mécanismes d'accompagnement des startups en Algérie | 27 |
| 2.2.1) Les structures d'incubation | 277 |
| a) Cyberparc de Sidi Abdellah | 28 |
| b) Incubateur l'ANPT d'Ouargla | 28 |
| 2.2.2) Les accélérateurs..... | 288 |
| a) La création d'Algeria Venture | 29 |
| 2.2.3) Les Pépinières d'Entreprises | 29 |
| Section 3 : Etat des lieux des start-ups en Algérie..... | 29 |
| 3.1) Etat des lieux des start-ups en Algérie | 30 |
| 3.1.1) Le gouvernement algérien..... | 30 |
| a) l'Algeria Start-Up Fund (ASF) | 30 |
| b) Agence ECOFIN..... | 31 |
| 3.1.2) Classement des start-up : L'Algérie pointe à la 61ème place mondiale | 31 |
| a) Le nombre de start-up en Algérie..... | 31 |
| 3.1.3) Mesures gouvernementales favorisent l'essor de l'entrepreneuriat en Algérie. | 34 |
| Conclusion..... | 35 |
| CHAPITRE III : ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT DES STARTUPS, CAS DES ENTREPRISES DE LIVRAISON DE COLIS DANS LA | 36 |
| VILLE DE BEJAIA | 36 |

TABLE DE MATIERE

| | |
|---|----|
| Introduction | 37 |
| Section 01: Méthodologie et les techniques de recherche | 37 |
| 1.1) Méthodologie et le déroulement de l'enquête | 37 |
| 1.2) L'objectif de l'étude de cas | 37 |
| 1.3) L'échantillonnage | 38 |
| 1.4) Présentation de l'échantillon des startups étudiées | 38 |
| 1.5) Elaboration du questionnaire | 39 |
| Section 2 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête | 39 |
| 2.1) Le profil de l'entrepreneur | 40 |
| 2.2) Profil de la start-up | 41 |
| 2.2.1) La création de la start-up | 41 |
| 2.2.2) Le nombre d'employés des start-ups | 42 |
| 2.2.3) Activité principale | 43 |
| 2.2.4) Zone d'intervention | 44 |
| 2.2.5) Site web | 44 |
| 2.2.6) Le stade de développement de startups | 45 |
| 2.3) Accompagnement | 45 |
| 2.4) Source de financement | 51 |
| 2.5) Obstacles | 54 |
| Conclusion | 58 |
| CONCLUSION GENERALE | 60 |
| REFERENCE ET BIBLIOGRAPHIE | 63 |
| ANEXXES | 68 |
| Résumé | |

Résumé

L'objectif principal de ce mémoire est d'examiner et d'identifier les pratiques d'accompagnement et les sources de financement des startups de livraison de colis dans la ville de Bejaia.

Nous avons fait une recherche bibliographique qui nous a permis de cerner notre travail. Nous avons ensuite fait une enquête de terrain en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude. L'enquête de terrain a visé des dirigeants propriétaires de start-up spécialisées dans le transport de colis à Bejaïa : YALIDINE, DHD, UPS, MANIMAD EXPRESS et NORD OUEST EXPRESS. Cette enquête nous a permis de cerner un certain nombre de caractéristiques propres à notre échantillon.

Au terme de notre travail, nous avons conclu que les principales sources de financement des start-up sont l'épargne personnelle et la famille, et les principaux obstacles auxquels elles sont confrontées sont la concurrence et le financement.

Mot clés : startup, accompagnement, financement, livraison de colis

Abstract

The main objective of this thesis examines in depth and identifies in detail the support and financing of parcel delivery startups in the city of Bejaia, based on a field survey of five (5) startups. YALIDINE, DHD, UPS, MANIMAD EXPRESS and NORD OUEST EXPRESS. On a theoretical level, we integrated a conceptual model based on startups. The results of our study contain answers that lead us to resolve our research problem, to reveal the best practices in terms of supporting and financing a parcel delivery startup

Keywords : startup, support, funding, parcel delivery