

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université A. Mira de Bejaia



Titre du projet :

Création d'une Startup de Babysitting et de Garde d'Enfants en Algérie : WaldiFiAmane

Projet pour l'obtention d'un Diplôme-Startup / Diplôme-Brevet Dans le Cadre de l'Arrêté Ministériel n°1275



Le nom commercial

WaldiFiAmane

Réalisé par

Nom et Prénom	Spécialité
REDJDAL Zidane	Administration et Sécurité des Réseaux
MAAMERI Fairouz	Administration et Sécurité des Réseaux
AMRI Melissa	Marketing Industriel
AMROUCHE Selma	Marketing Industriel
HIOUNE Sadjia	Finance d'Entreprise
KACI Lyna	Finance d'Entreprise

Devant le jury composé de

Nom et Prénom	Qualité
AIT ATMANE Braham	Président
MERIDJA Azeddine	Encadrant
BAAR Abdelhamid	Co-Encadrant
BOUDRIES Abdelmalek	Co-Encadrant
ZAIDI Zakia	Examineur
MAHMOUDI Mourad	Représentant Incubateur/CDE/CATI/BLEU/Butt
LALAOUI Samir	Partenaire socio-économique

Promotion 2024

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, Nous tenons à remercier « **Allah** », le clément et le miséricordieux, de nous avoir donné la force et le courage de mener à bien ce modeste travail.

Nous tenons également à exprimer notre gratitude envers nos familles pour leur soutien et leurs encouragements constants tout au long de ce projet. Leur patience et leur compréhension ont été des piliers essentiels dans la réalisation de ce travail.

Nos chers promoteurs, **Monsieur D. MERIDJA**, **Monsieur D. BAAR** et **Monsieur D. BOUDRIES**, ont généreusement accepté de nous encadrer. Leurs conseils avisés, leurs orientations précieuses et leur disponibilité tout au long de ce travail ont grandement contribué à sa réussite.

Nous tenons à remercier également les membres de jury **Monsieur B. AIT ATMNE**, **Madame Z.ZAIDI**, **Monsieur M.MAHMOUDI** et **Monsieur S.LALAOUI** d'avoir accepté de juger et d'évaluer ce mémoire

Enfin, nous n'oublions pas nos amis et collègues qui ont partagé leurs idées et leur expérience, contribuant ainsi à l'amélioration de notre projet.

TABLE DES MATIERES

Remerciements	I
Liste des figures	V
Listes des Tableaux	VII
Listes des acronymes	VIII
Introduction Générale	1
Introduction	1
Problématique	2
Hypothèses	3
Méthodologie	3
Organisation du mémoire	3
1 D'une entreprise traditionnelle à une start-up	5
Introduction	5
1.1 Modèle start-up	5
1.1.1 Définition d'une start-up	5
1.1.2 Les caractéristiques des start-ups	5
1.2 Cycle de vie d'une start-up	6
1.3 Stratégie de financement des start-ups en Algérie	7
1.3.1 Fonds d'appui du développement de l'écosystème des startups	7
1.3.2 Fonds Algérien de Financement des Startups l'ASF (Algérien Start-up Fund)	9
1.3.3 Alegria Venture (A-VENTURE)	9
1.4 Sources de financement des Start-up en Algérie	10
1.5 Contraintes du financement des start-up en Algérie	11
1.5.1 Obstacles du financement par prêt bancaire	11
1.5.2 Obstacles du financement par les aides et subventions gouvernementales	12
1.5.3 Obstacles du financement par business Angels	13
1.5.4 Obstacles du financement par Capital-risque	13
1.5.5 Obstacles du financement par crowdfunding	14
1.6 Avantages fiscaux accordés aux start-ups en Algérie	15
Conclusion	16
2 Marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie	17
Introduction	17
2.1 Marketing Digital en Algérie	17
2.1.1 Adoption du marketing digital en Algérie	17

2.1.2	Adoption des réseaux sociaux par la population algérienne.....	18
2.2	Stratégie marketing digitale adaptée aux start-up algérienne	19
2.2.1	SEO (Search Engine Optimization)	19
2.2.2	SEM (Search Engine Marketing).....	20
2.2.3	Importance du marketing digitale des start-ups en Algérie.....	21
2.3	Commerce Électronique en Algérie : tendance et opportunité.....	21
2.3.1	Évolution récente et tendances de la croissance du commerce en ligne	21
2.3.2	Facteurs influençant le commerce électronique en Algérie	23
2.3.3	Opportunités pour les Consommateurs algériens	23
2.3.4	Opportunité pour les Entreprises Locales	24
2.3.5	Défis à Surmonter	24
	Conclusion.....	25
3	Analyse des besoins et conception	26
	Introduction	26
3.1	Présentation du langage UML	26
3.1.1	Définition du langage de modélisation UML	26
3.1.2	Les différents diagrammes UML.....	26
3.2	Diagramme de cas d'utilisation	27
3.2.1	Définition du diagramme de cas d'utilisation.....	27
3.2.2	Diagramme de cas d'utilisation par acteur	27
3.3	Diagramme de classes	31
3.3.1	Définition d'un diagramme de classes	31
3.3.2	Dictionnaire des données	31
3.3.3	Le diagramme de classes.....	34
	Conclusion.....	34
4	Réalisation de l'Application.....	35
	Introduction	35
4.1	Architecture du Système.....	35
4.2	Développement de l'application.....	36
4.2.1	Framework de développement.....	36
4.2.2	Langages de développement	37
4.2.3	Environnement de Développement	38
4.3	Interfaces graphiques	39
4.3.1	Interfaces de la page d'accueil	39
4.3.2	L'interface de connexion.....	41
4.3.3	Interfaces d'inscription.....	41

4.3.4	Interfaces de l'administrateur.....	43
4.3.5	Interfaces de profil du parent.....	45
4.3.6	Interfaces de publication d'annonces.....	46
4.3.7	Interfaces de communication.....	48
4.3.8	Interfaces de profil du babysitteur.....	48
4.3.9	Détail profil du babysitteur.....	50
	Conclusion.....	52
	Conclusion générale	53
	Bibliographie	54

LISTES DES FIGURES

3.1 Connexions internet mobiles en Algérie.....	18
3.2 Audience présente sur les réseaux sociaux en Algérie en 2013.....	19
3.3 Moteurs de classement de google	20
3.4 Nombre de croissance du commerce électronique en Algérie	22
4.1 Diagramme de cas d'utilisation de l'administrateur	28
4.2 Diagramme de cas d'utilisation du parent.....	29
4.3 Diagramme de cas d'utilisation du babysitteur	30
4.4 Diagramme de cas d'utilisation du visiteur.....	30
4.5 Diagramme de classes	34
5.1 Interface d'accueil	40
5.2 Interface de connexion	41
5.3 Interface d'inscription	42
5.4 Email de confirmation	42
5.5 Profil de l'administrateur	43
5.6 Profil de l'administrateur : Liste des Babysitteurs	44
5.7 Profil de l'administrateur : Liste des Parents.....	44
5.8 Profil de l'administrateur : Liste des Utilisateurs.....	45
5.9 Profil du parent.....	46
5.10 Formulaire de l'annonce	47
5.11 Interface de Publication d'Annonce pour le Parent.....	47
5.12 Interface de Consultation des Annonces pour le Babysitteur.....	47

LISTE DES FIGURES

5.13 Interface de Discussion.....	48
5.14 Interface des Messages Échangés.....	48
5.15 Profil du babysitteur.....	49
5.16 Édition de la biographie et de l'expérience	50
5.17 Détail profil du babysitteur.....	51

LISTES DES TABLEAUX

3.1 Statistiques des infrastructures numériques et logistiques en Algérie pour 2023.....	23
4.2 Dictionnaire des données	31

LISTES DES ACRONYMES

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

ANGEM : L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit

ASF : Algerian Startup Fund

BADR : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

BDL : Banque de Développement Local

BNA : Banque Nationale d'Algérie

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

CNEP : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance

CPA : Crédit Populaire d'Algérie

CSS : Cascading Style Sheets

FGMMC : Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédit

ORM : Object-Relational Mapping

PHP : Hypertext Preprocessor

SEM : Search Engine Marketing

SEO : Search Engine Optimization

SERP : Search Engine Result Page

UML : Unified Modeling Language

HTML : HyperText Markup Language

1 INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION

Dans notre société moderne, de plus en plus des mères se retrouvent sur le marché du travail, jonglant entre les responsabilités professionnelles et familiales. Cette évolution sociétale a engendré un besoin croissant de solutions de garde d'enfants fiables et sécurisées. Les mères, et par extension les parents, sont confrontés à la recherche de garderies et de services de babysitting de qualité pour assurer le bien-être et le développement de leurs enfants pendant leur absence.

Les études ont largement démontré l'impact positif d'une bonne qualité de garde d'enfants sur le développement cognitif, social et émotionnel des jeunes enfants. Une garderie de qualité offre un environnement stimulant et sécurisé, favorisant l'apprentissage précoce, les interactions sociales et le développement des compétences sociales chez les enfants. Pour les parents, avoir accès à de telles garderies représente non seulement un soulagement pratique, mais aussi une tranquillité d'esprit quant au bien-être de leurs enfants pendant leur absence.

L'avènement des applications de babysitting et des plateformes en ligne offre aux parents une plus grande accessibilité et une gamme élargie d'options en matière de garde d'enfants. Ces plateformes permettent aux parents de rechercher, comparer et réserver des services de garde en ligne, offrant une commodité accrue et une transparence dans le processus de sélection. De plus, elles ouvrent de nouvelles opportunités pour les fournisseurs de services de garde en leur offrant une visibilité accrue et un accès à une clientèle plus large.

Cependant, malgré les avantages potentiels du commerce électronique dans le domaine de la garde d'enfants, des défis subsistent. La question de la confiance et de la sécurité demeure primordiale pour les parents, qui accordent une importance capitale à la

Introduction Générale

attentes des parents, ainsi qu'une adaptation des modèles de réservation et de paiement pour répondre à ces exigences spécifiques.

Dans cette optique, cette étude vise à explorer l'impact du commerce électronique dans le domaine de la garde d'enfants, en mettant l'accent sur le développement d'une application de babysitting innovante. Nous chercherons à comprendre les besoins des parents en matière de garde d'enfants, les défis rencontrés dans leur recherche de services de qualité, et le rôle potentiel du commerce électronique dans la résolution de ces problématiques. Enfin, nous formulons une problématique de recherche pour guider notre étude et explorer les pistes de solution pour une intégration efficace du commerce électronique dans cette application.

PROBLEMATIQUE

Quelles sont les stratégies et les défis associés à la création et à l'implémentation d'une application de babysitting intégrant le commerce électronique en Algérie ?

Cette problématique conduit à examiner les questions spécifiques suivantes :

- Quelles sont les caractéristiques essentielles d'une startup par rapport à une entreprise traditionnelle en Algérie ? Quels dispositifs d'aide existent en Algérie pour soutenir le développement d'une startup technologique telle qu'une application de babysitting ?
- Quelle est l'importance du marketing digital pour attirer et fidéliser les utilisateurs d'une application de babysitting en Algérie ? Comment mesurer l'impact de ces stratégies sur la croissance de l'application ?
- Quel est l'état actuel du commerce électronique en Algérie et comment cela influence-t-il la mise en œuvre d'une application de babysitting ? Quels défis doivent être surmontés pour intégrer avec succès le commerce électronique dans cette application de services de garde d'enfants ?

Introduction Générale

HYPOTHESES

- 1 L'intégration réussie du commerce électronique dans une application de babysitting en Algérie améliorera la commodité et l'accessibilité des services de garde d'enfants, répondant ainsi à la demande croissante des parents pour des solutions pratiques et sûres.
- 2 Une stratégie de marketing digital efficace, adaptée au contexte culturel et aux préférences locales, augmentera la visibilité et l'adoption initiale de l'application de babysitting en Algérie, contribuant ainsi à son succès et à sa croissance sur le marché.

METHODOLOGIE

Pour approfondir notre compréhension du rôle croissant du commerce électronique dans le secteur de la garde d'enfant, nous avons opté pour une recherche documentaire intensive. Nous avons exploré une variété de sources telles que des publications académiques, des articles de presse spécialisés, et des études de marché. Cette approche nous a permis de suivre l'évolution des pratiques et des innovations dans l'intégration du commerce électronique dans les services de garde d'enfant, ainsi que de comprendre les défis et les opportunités qui en découlent. En consolidant ces connaissances, nous avons pu analyser de manière approfondie comment le commerce électronique transforme le paysage de la garde d'enfant, en examinant ses implications pour les parents, les prestataires de services, et le secteur dans son ensemble.

ORGANISATION DU MEMOIRE

Ce mémoire est structuré en quatre chapitres distincts afin d'explorer de manière approfondie la création et l'implémentation d'une application de babysitting, avec un accent particulier sur l'intégration du commerce électronique en Algérie.

Le premier chapitre est consacré à la transition d'une entreprise traditionnelle vers une start-up. Il examine le modèle start-up, en définissant et en caractérisant les start-ups, et explore le cycle de vie spécifique à ce type d'entreprise. Ce chapitre détaille également les dispositifs d'aide disponibles en Algérie pour la création de start-ups, tels que la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), l'Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (EX-ANSEJ) et l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM). En outre, il aborde les stratégies et les sources de financement des start-ups en Algérie.

Introduction Générale

Le deuxième chapitre met l'accent sur le marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie. Il analyse l'adoption du marketing digital et des réseaux sociaux par la population algérienne, et explore les stratégies de marketing digital adaptées aux start-ups algériennes, telles que le SEO (Search Engine Optimization) et le SEM (Search Engine Marketing). Ce chapitre examine également l'état actuel du commerce électronique en Algérie, en étudiant les tendances, les facteurs influençant le commerce en ligne, ainsi que les opportunités et les défis pour les consommateurs et les entreprises locales.

Le troisième chapitre est dédié à l'analyse des besoins et à la conception de l'application. Il présente le langage de modélisation UML et ses différents diagrammes, y compris les diagrammes de cas d'utilisation et les diagrammes de classes. Cette section comprend également le dictionnaire des données et la réalisation des diagrammes, fournissant une base solide pour la conception de l'application.

Enfin, dans le dernier chapitre nous traitons de la réalisation de l'application. Il décrit l'architecture du système et le processus de développement, y compris le choix du framework, des langages de développement et de l'environnement de développement. Ce chapitre se penche également sur la conception des interfaces graphiques, couvrant les différentes interfaces de l'application, telles que la page d'accueil, la connexion, l'inscription, les interfaces administrateur, les profils des parents et des babysitteurs, ainsi que les interfaces de publication d'annonces et de communication.

Cette structure méthodologique permet d'explorer de manière rigoureuse et systématique les différentes dimensions et implications de la création et du développement d'une application de babysitting, avec une perspective orientée vers l'innovation et la réussite entrepreneuriale dans le contexte algérien.

1 D'UNE ENTREPRISE TRADITIONNELLE A UNE START-UP

INTRODUCTION

Dans un paysage économique en perpétuelle évolution, la transition d'une entreprise traditionnelle vers une start-up représente souvent un pivot stratégique vers l'innovation, la flexibilité et la croissance exponentielle. Ce chapitre explore les différentes facettes de cette transformation dynamique, en mettant l'accent sur le modèle start-up, le cycle de vie spécifique qui caractérise ces jeunes entreprises, ainsi que les dispositifs d'aide et les stratégies de financement disponibles en Algérie. En examinant ces aspects clés, nous découvrirons comment les start-ups algériennes émergent et prospèrent dans un environnement entrepreneurial en pleine mutation, contribuant ainsi à redéfinir les paradigmes économiques et à stimuler l'innovation dans le pays.

1.1 MODELE START-UP

1.1.1 Définition d'une start-up

Une start-up, selon Steve Blank, est une organisation temporaire créée pour trouver un modèle économique répétable et scalable. Contrairement à une entreprise traditionnelle qui optimise un modèle économique existant, une start-up explore et expérimente pour découvrir un modèle viable. Elle se distingue par son potentiel de croissance élevé et son innovation. Les start-ups sont souvent financées par leurs fondateurs qui croient en la demande pour leur produit ou service. Le terme "start-up" vient de l'anglais "to start up" et désigne une jeune entreprise innovante cherchant à imposer un produit ou une idée unique sur le marché.

1.1.2 Caractéristiques des start-ups

Une start-up possède une différence par rapport aux autres formes d'entreprise et des caractéristiques spécifiques. ELMEKI Wissam nous présente quatre caractères à savoir [1] :

- a) **Temporaire** : Une start-up est une phase particulière, et le principal objectif est d'en sortir. Elle n'a pas vocation à le rester toute sa vie. Être start-up n'est pas un objectif en soi en Algérie.
- b) **Recherche d'un Business Model** : Une start-up se distingue par sa capacité à offrir une valeur unique aux clients à travers un produit ou un service totalement innovant. L'objectif principal d'une start-up est de découvrir et de développer un modèle

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

économique adapté à cette innovation. Ce modèle économique ne doit pas simplement imiter des structures existantes et n'est souvent pas évident dès le début de l'entreprise. Il est crucial de différencier le Business Model, qui englobe l'ensemble des mécanismes permettant à une entreprise de générer des revenus, du Business Plan, un document écrit formalisant le projet d'entreprise. Le Business Plan intervient généralement après l'évaluation initiale du projet et peut aussi être utilisé pour le développement de nouvelles activités au sein d'une entreprise existante.

- a) **Industrialisable/Reproductible** : Une start-up explore un modèle capable d'être étendu à grande échelle une fois validé, adaptable à différents lieux ou reproductible par d'autres. L'exemple le plus parlant est celui d'Airbnb ou d'Uber, qui se déploient ville par ville à partir d'une recette qui fonctionne.
- b) **Scalable (pour une croissance exponentielle)** : Cela implique qu'un modèle où les marges augmentent à mesure que le nombre de clients croît. Les premiers clients sont plus coûteux que les suivants, et ainsi de suite. Cette capacité à scaler et à reproduire le modèle est ce qui permet aux start-ups de croître rapidement et de manière significative en comparaison aux entreprises plus traditionnelles. Ainsi, être une start-up ne se résume pas à une image cool avec des employés en baskets et des distractions comme un baby-foot dans la salle de pause. Ce qui compte vraiment, c'est la capacité à créer une structure efficace et adaptative qui résout réellement les problèmes identifiés. L'objectif ne devrait pas être de simplement suivre la tendance en créant une start-up à tout prix, mais de développer la meilleure organisation pour répondre aux besoins spécifiques que vous souhaitez adresser [2].

1.2 CYCLE DE VIE D'UNE START-UP

Le cycle de vie d'une start-up passe par les étapes suivantes :

a) Phase de conception (Idéation)

Cette phase représente la première étape de la création d'une start-up, qui consiste à la recherche d'une idée innovante sur le marché. Cette idée doit viser à résoudre un problème spécifique ou à satisfaire un besoin. Par conséquent, l'entrepreneur doit définir sa clientèle cible et s'assurer que son idée correspond à un projet rentable. À ce stade, la question de l'argent n'est pas encore pertinente.

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

b) Phase de création

Après avoir défini sa clientèle cible, le porteur de projet doit développer son produit et le tester sur le marché pour valider l'existence d'une demande. Le coût de cette phase varie en fonction du projet.

c) Phase de l'efficacité

Après avoir confirmé la demande du marché, l'entrepreneur doit établir et développer un modèle économique durable et évolutif. À ce stade, les fonds nécessaires dépendent de la rapidité avec laquelle il pourra définir ce modèle commercial durable.

d) Phase de croissance

L'objectif de la start-up est de collecter des fonds. Pour ce faire, elle doit rechercher des financements en présentant un dossier commercial comprenant des informations sur l'équipe, le modèle économique, le plan d'affaires, les études de marché et les prévisions financières. En résumé, la réussite de la start-up réside dans la capacité à trouver l'adéquation produit-marché et à établir un modèle économique durable. L'argent n'est qu'un moyen pour atteindre cet objectif. L'argent qui compte est celui que les clients sont prêts à payer [3].

1.3 STRATEGIE DE FINANCEMENT DES START-UPS EN ALGERIE

Le décret exécutif n°20-54 de 25 février 2020 a créé un ministre délégué chargé de l'économie de la croissance et des start-ups.

1.3.1 Fonds d'appui du développement de l'écosystème des start-ups

Le décret n° 21-303, publié le 1^{er} août 2021 dans le journal officiel n°60, établit le fonds d'appui et de développement de l'écosystème des start-ups. Ce décret fixe les règles de fonctionnement du compte d'affectation spéciale n° 302-150, qui est administré par le représentant du Premier ministre chargé de l'économie du savoir et des start-ups. L'objectif de ce fonds est de soutenir et de développer l'écosystème des start-ups.

Les recettes et les dépenses de ce fonds sont également définies dans le même décret, plus précisément dans l'article 2. Les recettes comprennent les dotations de l'État, les taxes fiscales et parafiscales, les dons et legs, ainsi que d'autres ressources et contributions. Ces recettes les fonds disponibles pour le fonctionnement du fonds d'appui et de développement. Les dépenses du fonds sont détaillées dans le décret, et elles sont liées aux missions du fonds. Cela signifie que les dépenses sont destinées à soutenir les activités en relation avec le développement et l'épanouissement des start-ups. Ainsi il s'agit des dépenses ayant une relation avec les missions du fonds [7] :

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

- **Financer les études de faisabilité :**
 - Frais d'études de faisabilité à caractère technologique.
 - Frais d'études de faisabilité à caractère économique.
- **Financer l'élaboration du Business Plan :**
 - Frais d'élaboration du plan d'affaires (Business Plan).
- **Financer les assistances techniques :**
 - Frais de certification des centres de prototypage
 - Frais de certification du Data Center.
- **Financer les frais de création d'un prototype :**
 - La conception, la simulation et les tests de validation des concepts.
 - Réalisation, test et la validation des prototypes en faveur des start-ups et des projets innovants labélisés.
 - Acquisition des équipements, de matières premières et de logiciels.
 - Les frais de réalisation de travaux techniques et d'accompagnement.
 - Frais d'essais, à l'homologation, à la certification et à la normalisation.
 - Financer les prototypes pour le projet innovant.
- **Financer les formations :**
 - Frais de formation des formateurs.
 - Frais d'encadrement spécialisé.
- **L'incubation des « start-up » :**
 - Frais d'hébergement pour les start-ups labélisées.
 - Frais d'incubation de projets innovants labélisés.
 - Installations des programmes thématiques de lancement et d'appui des start-ups en participation avec des acteurs économiques.
- **Promotion de l'écosystème start-up :**
 - Frais d'interventions des experts pour le comité chargé de la labellisation.
 - Frais de promotion et de financement des start-up labélisées.
 - Frais de dépôt sur le plan national et international de brevet, de marque et leur maintien pendant la période de validité de la labellisation de la start-up et projet innovant
 - Frais de brevet de convention de coopération pour la propriété intellectuelle et des extensions du brevet pour les start-up et projets innovants labélisés

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

- Frais d'acquisition de base de données des brevets et autres formes de propriété intellectuelle.
- Application des programmes d'appui et lancement des start-ups conformément aux besoins technologiques des entreprises nationales.

1.3.2 Fonds Algérien de Financement des Start-ups l'ASF (Algérien Start-up Fund)

Algérien Startup Fund [8] est une collaboration entre le ministère chargé de l'économie de la croissance et des start-ups avec six (6) banques publiques à savoir : CPA / BEA/ BNA / CNEP / BADR/ BDL. Il représente l'un des piliers pour l'émergence d'un écosystème adopté à la réussite des start-ups en encourageant une approche de capitale risque et en investissent dans les secteurs de la technologie.

L'ASF accorde des financements d'une valeur de 510 millions de DA aux porteurs de projets depuis sa mise en place en 2021, à coté de plusieurs services y compris l'accélération de la croissance, l'accompagnement pour trouver des mécanismes de financement qui convient, des conseils de gestion et une expertise dans plusieurs secteurs d'activité.

1.3.3 Alegria Venture (A-VENTURE)

Le Décret exécutif n° 20-356 du 30 novembre 2020 porte sur la création de l'établissement de promotion et de gestion des structures d'appui aux start-up, connu sous le nom d'Alegria. Venture, Il s'agit d'un établissement public à caractère industriel et commercial qui a pour mission de promouvoir, soutenir et gérer les structures d'appui aux start-ups. L'établissement est dirigé par le président du conseil d'administration, qui est le ministre lui-même ou son représentant. Le conseil d'administration est composé de 11 membres représentant différents ministères, ainsi que des représentants de Sonatrach, de l'Algerian Start-up Fund (ASF) et du président du conseil scientifique de l'établissement. L'établissement a pour mission principale de :

- Participer dans la mise en place de la stratégie nationale en ce qui concerne la promotion et la gestion des structures d'appui des start-ups par secteur d'activité.
- Participer à l'élaboration des nouvelles structures d'appui pour renforcer les capacités nationales d'accompagnement de l'innovation en vue de favoriser la création de start-up et de contribuer au développement économique et social.
- La création et la mettre en place des programmes annuels et pluriannuels de développement des incubateurs et des accélérateurs des start-ups en collaboration avec les différents intervenants concernés et d'en assurer le suivi et l'évaluation.

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

- Accomplir toute opération industrielle, commerciale, mobilière et immobilier essentiel à ses activités et de nature à favoriser son développement.
- Effectuer toute opération financière en relation avec la participation dans le capital de fonds d'investissement consacré aux start-ups.
- Solliciter toute compétence ou organisme pour les besoins d'expertise, d'encadrement et de suivi des start-ups.
- Obtenir tout emprunt jugé utile pour son activité.

1.4 SOURCES DE FINANCEMENT DES START-UP EN ALGERIE

a) Les sources de financements internes

- **L'autofinancement** : C'est une forme de financement représenté avec un apport personnel de l'entrepreneur, pour financer ses investissements et sa croissance sans avoir demandé un financement extérieur.
- **La "love money" ou les "3F"** : désignent un moyen de financement interne utilisé pour créer une entreprise. Il s'agit d'une somme d'argent apportée par la famille, les amis et les proches pour aider le porteur de projet à financer ses investissements. En échange, ces investisseurs deviennent souvent associés de la société. C'est un moyen pour garantir le sérieux de projet dans le cas de demande de financement auprès des établissements financiers.

b) Les sources de financements externes

- **Le financement par prêt bancaire** : la banque s'intéresse aux projets avec un taux de risque faible contrairement aux start-ups qui ont en général un taux de risque élevé, de ce fait l'idée uniquement n'est pas suffisante pour avoir le prêt bancaire, l'entreprise doit les convaincre avec un business plan très solide afin d'avoir plus de chances pour obtenir le prêt.
- **Le financement par les aides et subventions gouvernementales** : l'Algérie a mis en place une politique de soutien pour les porteurs des projets innovants à travers des organismes qui font références aux CNAC / ANADE et ANGEM. Les organismes gouvernementaux offrent du financement, comme des subventions qui peuvent être offertes à l'entreprise. Néanmoins, il peut être difficile d'obtenir ces subventions pour raison d'une forte concurrence et les critères d'attribution souvent rigoureux
- **Le financement par business Angles** : Selon (Heller et autres, 2019, pp.11-12), les « Business Angles » [9] sont généralement des particuliers (des personnes physiques) fortunés ou des dirigeants d'entreprises à la retraite, qui investissent une partie de leur patrimoine

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

personnel dans une petite entreprise appartenant à un autre, afin de bénéficier d'une exonération fiscale. Ces investisseurs ont tendance à financer les premières étapes de l'entreprise. Selon ces mêmes auteurs, ces derniers ont une place importante dans la vie de ces jeunes entrepreneurs comme financeurs et mentors, car ils fournissent une aide concrète au développement de la start-up. En échange de risquer leur argent, ils se réservent le droit de superviser les pratiques de gestion de l'entreprise.

- **Le financement par capital risque** : Le capital-risque appelé venture capital est une approche de financement des start-ups adopté par le fonds des start-ups algérien (ASF) créé en 2020. Ce mode de financement s'est développé bien avant de faire l'objet d'une Réglementation à travers la loi n°06-11 du 24 juin 2006 portant création de sociétés de Capital investissement pour le financement des PME. Il offre un financement plus accessible que les prêts bancaires, mais comporte le risque de perte en cas d'échec de la start-up. En cas de succès, les investisseurs peuvent réaliser des gains importants.
- **Financement participatif (crowdfunding)** : Selon (Joffre, Trabelsi, 2018, p.69), le Crowdfunding [10] est un outil de financement alternatif, sans l'aide des acteurs traditionnels, et fréquemment associé à l'économie sociale et solidaire. Ce mécanisme est défini comme le processus de mobilisation de ressources financières d'un grand nombre de personnes, afin de fournir le financement nécessaire à un projet à travers des plateformes de financement disposant de sites Internet spécialisés (Dabah, Benbraïka, 2021, p.363). Les investisseurs acquièrent des parts de la société et en deviennent actionnaires (Heller et autres, 2019, p.13). Les plateformes de Crowdfunding sont considérées comme faisant partie du phénomène des Fintech (Financial technology), compte tenu du caractère financier de leur activité. L'expression Fintech désigne les start-ups proposant des services financiers en appuyant sur les nouvelles technologies. Ces nouveaux services concurrencent les segments de la banque traditionnelle : gestion de portefeuille par des conseillers-robots, dépôts sur téléphone portable, crypto monnaies, moyens de paiement dématérialisés...etc. (Joffre & Trabelsi, 2018, p.70).

1.5 CONTRAINTES DU FINANCEMENT DES START-UP EN ALGERIE

1.5.1 Obstacles du financement par prêt bancaire

Les obstacles rencontrés par les start-ups en Algérie lorsqu'elles cherchent à se financer via le prêt bancaire [11] sont résumés comme suit :

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

- a) **Complexité du processus de décision d'octroi de crédit** : Les procédures et les critères de décision pour l'obtention d'un prêt bancaire peuvent être complexes et exiger une documentation détaillée. Les start-ups, en particulier, peuvent trouver difficile de satisfaire à toutes les exigences et de naviguer dans ce processus.
- b) **Taux d'intérêt variable et élevés** : Les taux d'intérêt appliqués aux prêts bancaires peuvent être sujets à des variations et peuvent être élevés, ce qui peut augmenter le coût global du financement pour une start-up.
- c) **Intégration du risque dans le taux d'intérêt** : Les banques intègrent le risque associé à la durée du prêt et à la nature du projet dans les taux d'intérêt. Cela signifie que les start-ups considérées comme plus risquées peuvent être confrontées à des taux d'intérêt encore plus élevés.
- d) **Garanties demandées inadaptées** : Les garanties requises par les banques, telles que des actifs en garantie, peuvent ne pas correspondre aux besoins ou aux ressources limitées des start-ups. Cela peut rendre difficile pour les jeunes entreprises de fournir les garanties nécessaires.
- e) **Inadaptation des crédits classiques** : Les offres de crédits traditionnels ne sont souvent pas flexibles et peuvent ne pas répondre aux besoins spécifiques des start-ups en termes de montant, de délai de remboursement ou de structure.
- f) **Manque d'actifs et d'expérience** : Les start-ups ont souvent un historique limité et peu d'actifs à offrir en garantie. Cela peut entraîner une faible probabilité d'obtenir des prêts significatifs, car les banques peuvent être réticentes à prêter en l'absence de garanties solides.
- g) **Réticence des banques envers les start-ups** : En raison de leur nature fragile et de leur manque d'actifs, les banques peuvent hésiter à financer les start-ups, car elles perçoivent un risque plus élevé de non-remboursement.

1.5.2 Obstacles du financement par les aides et subventions gouvernementales

- a) **Exclusion d'entrepreneurs ayant d'autres activités** : Les critères d'éligibilité des dispositifs ANSEJ/CNAC peuvent exclure des entrepreneurs qui ont d'autres activités en parallèle de leur projet entrepreneurial.
- b) **Limitation de l'accès aux start-ups établies** : Les règles d'éligibilité peuvent restreindre l'accès aux start-ups qui sont déjà établies et en activité.

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

- c) **Restriction de l'utilisation du capital** : Les start-ups ne sont pas libres d'utiliser leur capital comme elles le souhaitent, ce qui peut entraver leurs capacités de recrutement et de rémunération des employés.
- d) **Limitation des services étrangers** : Les dispositifs ANSEJ/CNAC ne permettent pas la souscription à des services étrangers essentiels au développement technologique des start-ups.
- e) **Impact des modifications des statuts** : Toute modification future des statuts de l'entreprise peut potentiellement affecter les avantages fiscaux accordés dans le cadre des dispositifs gouvernementaux.

1.5.3 Obstacles du financement par business Angels

- a) **Réseaux de business angels peu développés** : En l'absence d'une réglementation favorable, les réseaux de business angels en Algérie sont peu développés, ce qui restreint les opportunités d'investissement.
- b) **Manque d'informations et de transparence** : Certaines structures d'investissement ne fournissent pas suffisamment d'informations sur leurs activités, créant ainsi un manque de confiance et de transparence pour les investisseurs.
- c) **Absence de réglementation spécifique** : L'absence de réglementation spécifique aux business angels peut entraver le potentiel de croissance et l'attractivité de ce mode de financement.
- d) **Durée des levées de fonds** : Les levées de fonds peuvent prendre en moyenne de 6 à 9 mois, ce qui représente un délai considérable pour les start-ups qui cherchent un financement rapide.

1.5.4 Obstacles du financement par Capital risque

Les obstacles du financement par capital risque sont [12] :

- a) **Culture économique peu favorable au risque et à l'innovation** : L'absence de goût pour le risque et l'innovation financière dans la culture économique algérienne peut entraver le développement du capital-risque.
- b) **Absence d'un marché boursier actif** : L'absence d'un marché boursier actif peut contribuer au sous-investissement dans le capital-risque.
- c) **Mauvaise conception des dossiers de financement** : Les entrepreneurs pourraient éprouver des difficultés de financement en raison d'une mauvaise conception de leurs dossiers de financement.

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

- d) **Manque de ressources des Sociétés de Capital Investissement (SCI) :** Les SCI pourraient manquer de ressources pour investir dans le capital-risque, considéré comme plus risqué que d'autres domaines d'investissement.
- e) **Prudence des SCI due aux échecs passés :** Les échecs antérieurs de start-up pourraient inciter les SCI à être prudents dans leurs investissements, limitant ainsi le financement de ces entreprises.
- f) **Contraintes bureaucratiques et légales :** Les procédures bureaucratiques, les contraintes légales et le faible développement technique peuvent ralentir le développement du capital-risque en Algérie.

1.5.5 Obstacles du financement par crowdfunding

- a) **Absence de cadre légal :** L'absence de cadre légal pour le crowdfunding en Algérie crée de l'incertitude et peut entraver son développement.
- b) **Solutions de paiement électronique limitées :** Le manque de solutions de paiement électronique efficaces peut rendre difficile le traitement des transactions sur les plateformes de crowdfunding.
- c) **Dépendance des plateformes locales :** Bien qu'il existe quelques plateformes algériennes de crowdfunding, leur succès dépend de facteurs tels que la réglementation et les solutions de paiement, limitant ainsi les options pour les start-ups.
- d) **Interdiction de la possession de monnaie virtuelle :** L'interdiction de la possession de monnaie virtuelle en Algérie limite les possibilités de financement via des ICO (levées de fonds en crypto-monnaies).
- e) **Risque d'escroquerie ou de piraterie :** Comme partout dans le monde, le crowdfunding peut être vulnérable à des pratiques d'escroquerie ou de piraterie, nécessitant une régulation adéquate.

En somme, les start-ups en Algérie font face à divers obstacles lorsqu'elles cherchent à obtenir du financement, que ce soit par prêt bancaire, aides gouvernementales, business Angels, capital-risque ou crowdfunding. Ces défis vont de la complexité des processus à l'absence de réglementation spécifique, en passant par le manque de ressources et les contraintes légales.

1.6 AVANTAGES FISCAUX ACCORDES AUX START-UPS EN ALGERIE

En Algérie, les start-ups bénéficient de divers avantages fiscaux selon les différentes lois de finances :

Chapitre 1. D'une entreprise traditionnelle à une start-up

- a) **Selon la loi de finance 2020** ; Cette loi de finances [13] accorde :
- L'exonération de L'IBS et la TVA pour les transactions commerciale.
 - L'exonération de L'IRG / IBS / TAP pour une durée de trois (3) ans à compter de la date de début d'activité.
 - L'exonération de la TVA pour les équipements acquis par la start-up dans le cadre de la réalisation de projet.
- b) **Selon la loi de finance 2021** : La loi de finance 2021 [14] a modifié l'article 33 de la loi de finance complémentaire de 2020, de ce fait les entreprises qui disposent de label start-up bénéficient des avantages fiscaux pour une durée de quatre (4) ans à partir de la date de l'obtention de label avec une année supplémentaire.
- c) **Selon la loi de finance 2023** : Le décret exécutif n°23 du 6 septembre 2023 modifiant le décret exécutif n°21-170 du 28 avril 2021, informe que les sociétés disposant de label sont soumises à 5% des droits de douane. Et sont exonérées de la TAP / IRG / IBS/ TVA et IFU pour une durée de quatre (4) ans à compter de la date de l'obtention de label.
- d) **Selon la loi de finance 2024** : Cette loi de finances [15] accorde aux start-ups une réduction du taux de TVA, passant de 5 % à 0,5 %, tout en incluant une couverture sociale.

CONCLUSION

Ce chapitre a mis en lumière la transformation des entreprises traditionnelles en startups, en soulignant le modèle agile des start-ups, leur cycle de vie distinctif, et les aides et financements disponibles en Algérie. Ces éléments illustrent comment les start-ups algériennes innovent et se développent, jouant un rôle crucial dans la dynamique économique du pays.

2 MARKETING DIGITAL DANS LE CADRE D'UNE START-UP EN ALGERIE

INTRODUCTION

Réussir le lancement d'une start-up, c'est lui assurer une croissance forte et durable. À force d'entendre parler du succès de ces « jeunes pousses » à la télévision, à la radio ou sur les réseaux sociaux, de nombreux jeunes et moins jeunes souhaitent désormais créer leur propre start-up. Ils s'appuient sur des compétences solides en développement de produits et/ou de services, une veille technologique et une protection par les brevets. La stratégie de marketing digital est la clé de voûte de la croissance et du succès d'une start-up.

2.1 MARKETING DIGITAL EN ALGERIE

2.1.1 Adoption du marketing digital en Algérie

L'Algérie a connu une croissance significative dans le domaine du marketing digital ces dernières années. Selon une étude menée par Hootsuite, en 2022, l'Algérie compte environ 19,8 millions d'utilisateurs d'Internet et plus de 24 millions d'utilisateurs de téléphones mobiles (voir la figure 3.1). Cela a conduit à une augmentation de la demande pour les professionnels du marketing digital dans le pays. Les compétences requises pour réussir dans le domaine du marketing digital en Algérie incluent la connaissance des outils de gestion de projet, l'analyse de données, les compétences techniques comme la programmation web, le webdesign et la rédaction web.



Figure 3.1 : Connexions internet mobiles en Algérie

2.1.2 Adoption des réseaux sociaux par la population algérienne

Les réseaux sociaux jouent un rôle central dans la vie quotidienne des Algériens (voir la figure 3.2). Facebook est le réseau social le plus populaire, suivi par Instagram, LinkedIn, et plus récemment, TikTok. Environ 22 millions d'Algériens utilisent Facebook, ce qui représente une part significative de la population connectée.

Les Algériens utilisent les réseaux sociaux non seulement pour rester en contact avec leurs amis et leur famille, mais aussi pour suivre des marques, des entreprises et des influenceurs. Cette tendance offre une opportunité considérable pour les entreprises qui souhaitent atteindre leur public cible via des campagnes de marketing digital sur ces plateformes et les techniques d'affiliation.

Réseau social	Nbre d'inscrits		
	24 000 000	63%	38%
	4 900 000	56%	44%
	3 650 000	40%	60%
	2 300 000	70%	30%
	846 500	70%	30%

Figure 3.2 : Audience présente sur les réseaux sociaux en Algérie en 2013

En outre, les professionnels algériens du marketing digital doivent être conscients des changements technologiques et des tendances du marché pour s'adapter rapidement et offrir des solutions modernes et innovantes aux clients [6].

2.2 STRATEGIE MARKETING DIGITALE ADAPTEE AUX START-UPS ALGERIENNES

Les start-ups en Algérie, surtout celles dans le domaine technologique, exploitent pleinement les stratégies du marketing digital. Elles investissent dans le SEO, le SEM (Search Engine Marketing) et les campagnes de contenu pour accroître leur visibilité et attirer une clientèle ciblée.

2.2.1 SEO (Search Engine Optimization)

Il s'agit de mettre en œuvre différentes stratégies pour afficher les pages d'un site web le plus haut possible dans les résultats organiques (non sponsorisés) des moteurs de recherche (voir la figure 3.3) ou SERP (Search Engine Result Pages), en l'occurrence la première position. La mise en place d'une stratégie SEO repose sur 3 piliers fondamentaux [16] :

- a) **Le contenu :** Pour améliorer leur classement sur les moteurs de recherche, les entreprises doivent offrir aux utilisateurs un contenu pertinent et engageant, qu'il s'agisse de textes, d'images, de vidéos, d'audio ou d'autres formats. Il est essentiel d'optimiser ce contenu en identifiant une requête clé qui correspond précisément à ce que les utilisateurs recherchent, assurant ainsi une réponse efficace à leurs besoins et attentes.

Chapitre 2. Marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie

- b) **Les aspects techniques :** Cela concerne la structure technique du site, incluant le temps de chargement, les balises Hn, les balises Meta, les redirections, etc. Ces éléments jouent un rôle crucial
- c) **Les liens :** Il s'agit des liens internes et externes. Le maillage interne définit l'architecture du site et crée une structure logique facilitant la navigation pour les utilisateurs et les Crawlers. Il est parfois appelé « cocon sémantique ». Les liens externes, quant à eux, proviennent de sites tiers et contribuent à renforcer l'autorité du site, augmentant ainsi son crédit auprès des moteurs de recherche dans l'accessibilité du site par les utilisateurs et les moteurs de recherche.

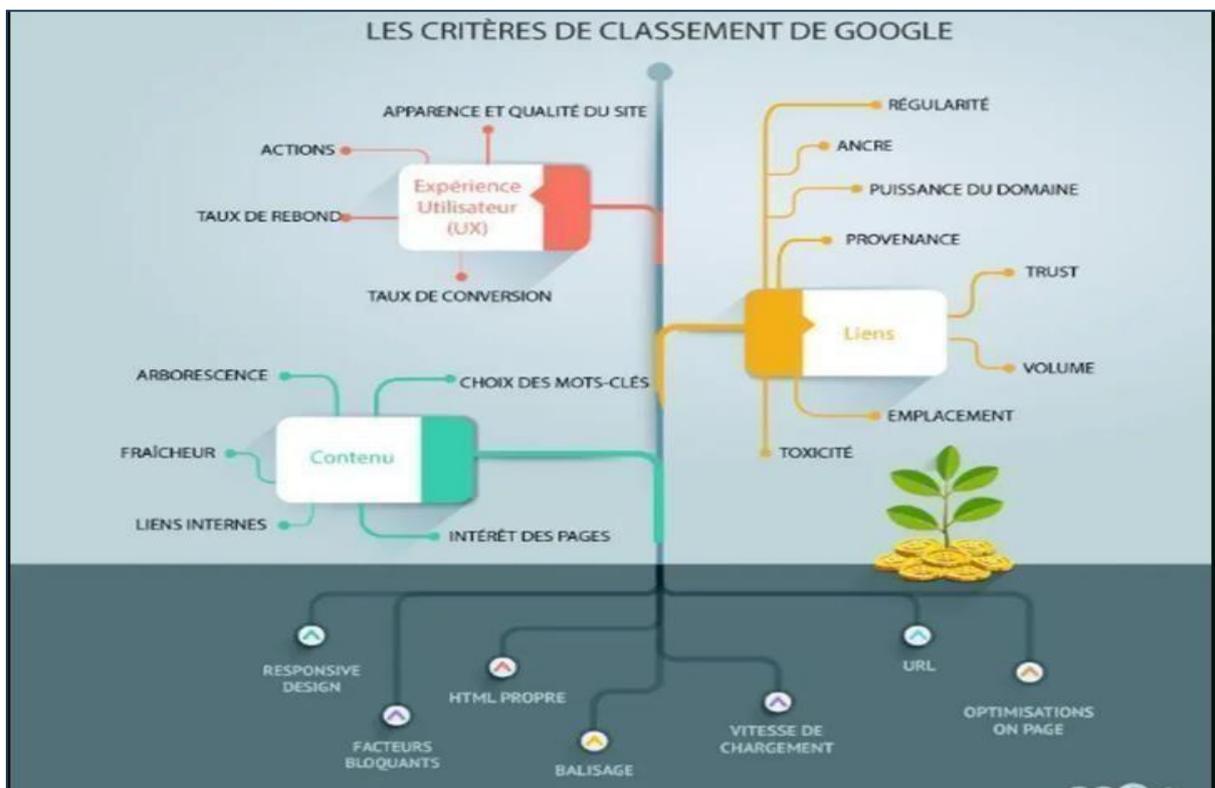


Figure 3.3 : Moteurs de classement de google

2.2.2 SEM (Search Engine Marketing)

Englobe toutes les techniques de marketing visant à augmenter la visibilité d'un site web dans les SERP par le biais de publicités payantes. Contrairement au SEO qui se concentre sur l'optimisation organique à long terme.

Chapitre 2. Marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie

2.2.3 Importance du marketing digitale des start-ups en Algérie

Une stratégie de marketing digital bien planifiée et exécutée peut avoir un impact significatif sur la réussite d'une entreprise en Algérie. Voici quelques raisons pour lesquelles une stratégie de marketing digital est essentielle :

- a) **Augmenter la visibilité en ligne** : Avec une stratégie de marketing digital efficace, vous pouvez améliorer la visibilité de votre entreprise en ligne. Cela signifie que lorsque les utilisateurs algériens recherchent des produits ou services similaires, votre entreprise apparaîtra parmi les premiers résultats de recherche.
- b) **Atteindre votre public cible** : En utilisant les bons canaux de marketing numérique, vous pouvez vous assurer que votre message atteint votre public cible en Algérie. Cela vous permet de maximiser l'impact de vos efforts de marketing et d'obtenir un meilleur retour sur investissement
- c) **Construire la confiance et l'autorité** : Une stratégie de marketing numérique bien conçue vous permet de créer une relation de confiance avec votre public cible en Algérie. En fournissant un contenu de qualité et en vous engageant de manière significative avec vos clients potentiels, vous pouvez établir votre entreprise [17].

En résumé, le marketing digital se révèle être un pilier fondamental pour les start-ups en Algérie, facilitant leur émergence et leur croissance sur le marché. Les stratégies de marketing digital permettent non seulement d'optimiser la visibilité et l'engagement des clients, mais aussi de naviguer efficacement dans le paysage économique en constante évolution. En adoptant des pratiques marketing adaptées, les start-ups algériennes peuvent exploiter pleinement les avantages offerts par le digital, assurant ainsi leur positionnement et leur succès à long terme.

2.3 COMMERCE ELECTRONIQUE EN ALGERIE :TENDANCE ET OPPORTUNITE

2.3.1 Évolution récente et tendances de la croissance du commerce en ligne en Algérie

Tout récemment, le consommateur algérien s'est tourné vers le choix du commerce en ligne suite aux fermetures des commerces physiques et de l'instauration du confinement afin de prévenir l'expansion de la pandémie de la COVID-19. Ce type d'achat lui permet de faire des achats sans avoir à se déplacer et sans courir le risque d'être contaminé [18].

Chapitre 2. Marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie

Les entreprises ont dû s'adapter rapidement, en renforçant leurs capacités de vente en ligne, en améliorant leurs plateformes de commerce électronique, et en développant des services de livraison efficaces pour répondre à cette demande croissante. Les consommateurs ont également été plus enclins à utiliser les options de paiement en ligne, facilitant ainsi les transactions sans contact et renforçant la confiance dans les transactions numériques.

Cette période a non seulement accéléré l'adoption du commerce électronique en Algérie, mais a également ouvert de nouvelles opportunités pour les entreprises locales et internationales de capturer une part croissante du marché en ligne. Alors que les effets directs de la pandémie commencent à se dissiper, l'impact durable sur le paysage du commerce électronique en Algérie se manifeste par une demande continue pour des solutions numériques et une adaptation accrue aux technologies de vente en ligne.

- **Un changement de comportement du consommateur** : Selon une étude prévisionnelle de Statista, un portail de statistiques réputé, le nombre d'acheteurs en ligne est en croissance pérenne en Algérie, comme le démontre le graphe ci-dessous (voir la figure 3.4). Cela met en exergue que les craintes des Algériens quant aux achats en ligne commencent peu à peu à se dissiper et que cette tendance d'achat commence même à atteindre des tranches d'âge qu'on aurait cru jamais convaincus par ce mode d'achat [19].

Nombre de croissance du commerce électronique en Algérie.

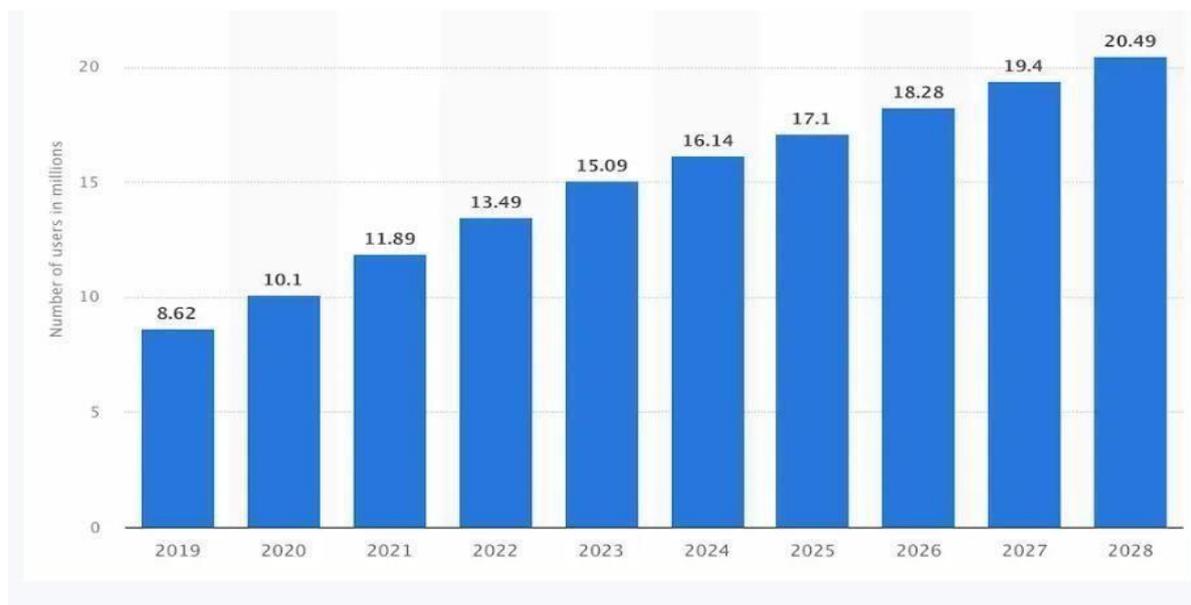


Figure 3.4 : Nombre de croissance du commerce électronique en Algérie.

Chapitre 2. Marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie

2.3.2 Facteurs influençant le commerce électronique en Algérie

Le commerce électronique en Algérie est influencé par plusieurs facteurs clés, notamment les infrastructures numériques et logistiques ainsi que les réglementations et politiques gouvernementales. Les infrastructures numériques, telles que l'accès à Internet haut débit et l'adoption croissante des smartphones, jouent un rôle crucial dans la facilitation des achats en ligne (voir le tableau 3.1). De plus, l'amélioration des services de paiement en ligne et des systèmes de livraison contribue à rendre le commerce électronique plus accessible et fiable pour les consommateurs.

Cependant, le développement de ce secteur est également conditionné par les réglementations et les politiques gouvernementales. Les efforts du gouvernement pour mettre en place un cadre réglementaire favorable, incluant la protection des consommateurs et la sécurisation des transactions en ligne, sont essentiels pour renforcer la confiance des utilisateurs et encourager l'essor du commerce électronique.

En outre, des initiatives pour soutenir les petites et moyennes entreprises dans leur transition vers le numérique peuvent stimuler davantage la croissance de ce secteur en Algérie.

Statistiques des infrastructures numériques et logistiques en Algérie pour l'année 2023

Catégories	Statistiques
Pourcentage de la population ayant accès à Internet	32.09 millions
Nombre d'abonnements à Internet fixe et mobile.	48.53 millions
Taux de pénétration des smartphones parmi la population.	116,50%
Nombre d'utilisateurs de smartphones.	51.52 millions

Tableau 3.1 : Statistiques des infrastructures numériques et logistiques en Algérie pour l'année 2023 (source : Algérie Eco)

Chapitre 2. Marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie

2.3.3 Opportunités pour les consommateurs algériens

Les Algériens sont de plus en plus connectés, ce qui a ouvert la voie à un certain nombre d'opportunités en matière d'E-commerce :

- **Large choix de produits** : L'E-commerce offre aux consommateurs un accès à une vaste gamme de produits, qu'il s'agisse de vêtements, d'électronique, d'équipement de maison ou de produits alimentaires.
- **Confort et Accessibilité** : Les plateformes E-commerce permettent de faire des achats depuis le confort de son domicile, ce qui est particulièrement apprécié dans un pays de vastes étendues comme l'Algérie.
- **Comparaison des prix** : Les consommateurs peuvent comparer les prix et les caractéristiques des produits en ligne, ce qui favorise la recherche de bonnes affaires.
- **Livraison à Domicile** : De nombreuses entreprises de commerce en ligne proposent la livraison à domicile, ce qui simplifie le processus d'achat [12].

2.3.4 Opportunité pour les entreprises locales

L'E-commerce offre également des opportunités pour les entreprises locales en Algérie. De nombreuses entreprises traditionnelles se tournent vers le commerce en ligne pour toucher un public plus large :

- **Expansion des Petites Entreprises** : Les petites entreprises peuvent élargir leur clientèle en vendant en ligne, même en dehors de leur région d'origine.
- **Promotion des Produits Locaux** : L'E-commerce permet de promouvoir les produits locaux, ce qui favorise le commerce national.
- **Création d'Emplois** : Le secteur de l'E-commerce crée des emplois dans les domaines de la logistique, de la technologie et du service à la clientèle.

2.3.5 Défis à surmonter

Malgré ces opportunités, l'E-commerce en Algérie est confronté à plusieurs défis :

- **Infrastructures Logistiques** : Les infrastructures logistiques en Algérie doivent être améliorées pour garantir des livraisons efficaces et fiables.
- **Moyens de Paiement** : Les méthodes de paiement en ligne doivent être davantage développées et sécurisées pour garantir la confiance des consommateurs.

Chapitre 2. Marketing digital dans le cadre d'une start-up en Algérie

- **Éducation aux Achats en Ligne** : Une plus grande éducation des consommateurs est nécessaire pour leur apprendre à naviguer en toute sécurité dans l'environnement en ligne.
- **Protection des Consommateurs** : Les lois et les réglementations de protection des consommateurs doivent être renforcées pour garantir la sécurité des acheteurs en ligne.

CONCLUSION

En conclusion, le commerce électronique en Algérie présente un potentiel prometteur malgré les défis actuels. L'adoption croissante des technologies numériques et l'émergence de nouvelles habitudes d'achat en ligne montrent une évolution positive. Pour saisir pleinement ces opportunités, il est capital d'investir dans l'amélioration des infrastructures numériques et logistiques, ainsi que dans la mise en place de régulations favorables. Ces efforts contribueront à renforcer la confiance des consommateurs, à soutenir la croissance des entreprises locales, et à positionner le pays sur la carte numérique mondiale.

3 ANALYSE DES BESOINS ET CONCEPTION

INTRODUCTION

Dans le cadre du développement de notre application, il est essentiel d'analyser et de concevoir méticuleusement la base de données. Dans ce chapitre, nous nous concentrons sur la définition et la structuration des données. Nous avons utilisé des outils de modélisation comme UML, afin de développer des diagrammes de classes et de séquences qui illustrent les interactions et les relations entre les différentes entités, ce qui nous fournira une structure rigoureuse pour la base de données.

3.1 PRESENTATION DU LANGAGE UML

3.1.1 Définition du langage de modélisation UML

L'UML (Langage de Modélisation Unifié) se définit comme un langage de modélisation graphique et textuel destiné à comprendre et à décrire des besoins, spécifier et documenter des systèmes, esquisser des architectures logicielles, concevoir des solutions et communiquer des points de vue. UML unifie à la fois les notations et les concepts orientés objet [20].

3.1.2 Différents diagrammes UML

En UML les diagrammes sont réparties en deux grands groupes, les diagrammes structurels et les diagrammes comportementaux [20].

i. Les diagrammes structurels

Ces diagrammes représentent l'aspect statique d'un système (classes, objets, composants), nous avons six diagrammes :

- Diagramme de classes
- Diagramme d'objets
- Diagramme de paquetage
- Diagramme de structure composite
- Diagrammes de composants
- Diagrammes déploiement

Chapitre 3. Analyse des besoins et conception

i. Les diagrammes comportementaux

Ces diagrammes représentent la partie dynamique d'un système, ils permettent de produire les résultats attendus par les utilisateurs.

- Diagramme de cas d'utilisation
- Diagramme de vue d'ensemble des interactions
- Diagramme de séquence
- Diagramme de communication
- Diagramme de temps
- Diagramme d'activité
- Diagramme d'états

3.2 DIAGRAMME DE CAS D'UTILISATION

3.2.1 Définition du diagramme de cas d'utilisation

Les diagrammes de cas d'utilisation modélisent le comportement d'un système et permettent de capturer les exigences du système. Ils permettent de décrire les fonctions générales et la portée d'un système, ainsi que les interactions entre le système et ses acteurs [21].

- **Acteur** : représente un rôle joué par un utilisateur (humain, dispositif matériel ou autre système) qui interagit directement avec le système.
- **Cas d'utilisation** : décrit une fonction qu'un système exécute pour atteindre l'objectif de l'utilisateur.
- **Interaction** : permet de décrire les échanges entre un acteur et un cas d'utilisation.

3.2.2 Diagramme de cas d'utilisation par acteur

Les figures suivantes correspondent aux diagrammes de cas d'utilisation respectifs pour chaque acteur.

A. Acteurs principaux

a) Administrateur

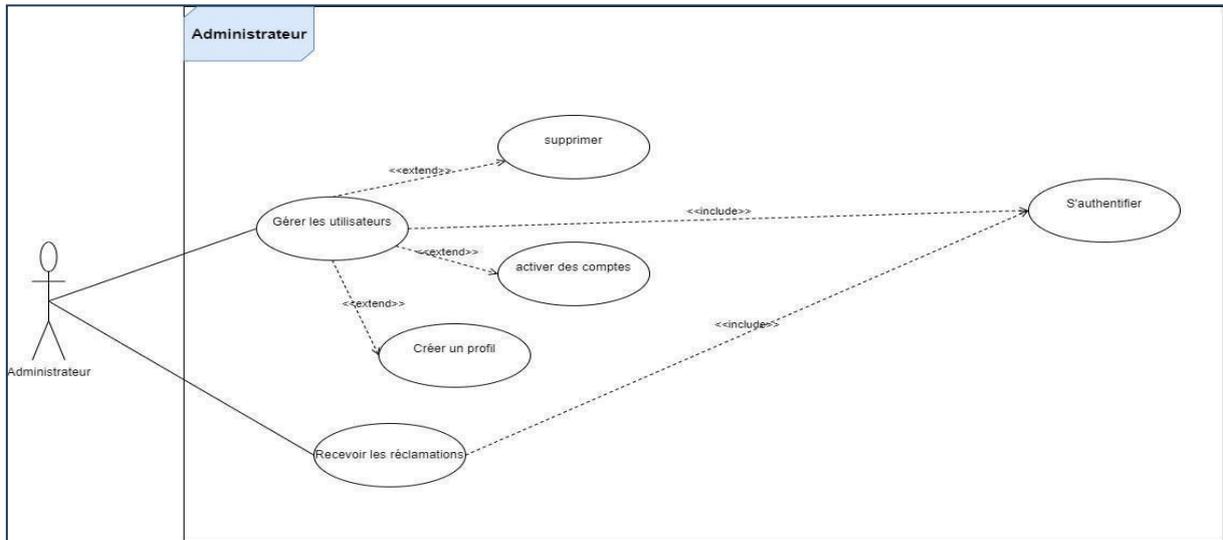


Figure 4.1 : Diagramme de cas d'utilisation de l'administrateur.

b) Parent

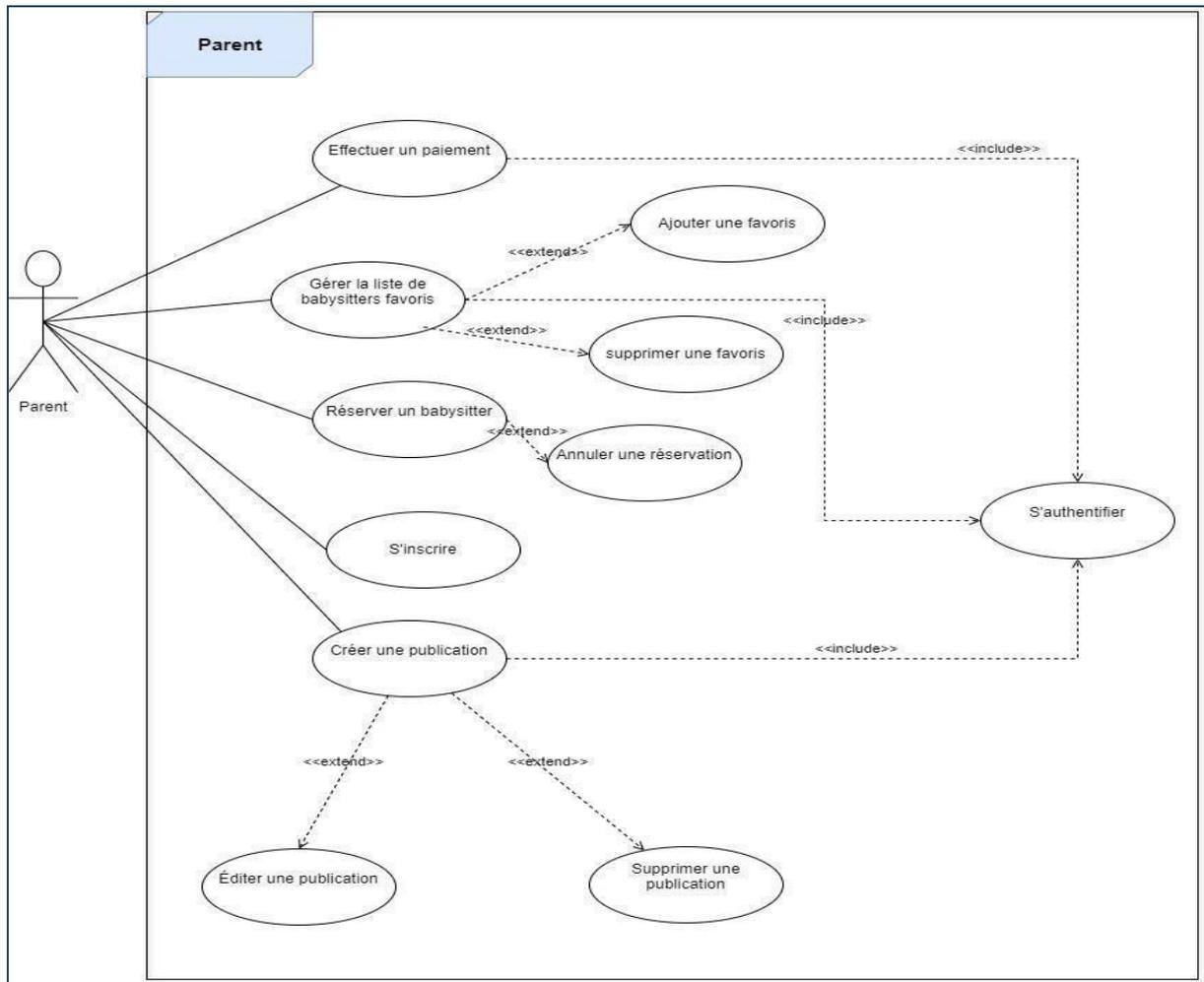


Figure 4.2 : Diagramme de cas d'utilisation du parent

c) **Babysitter**

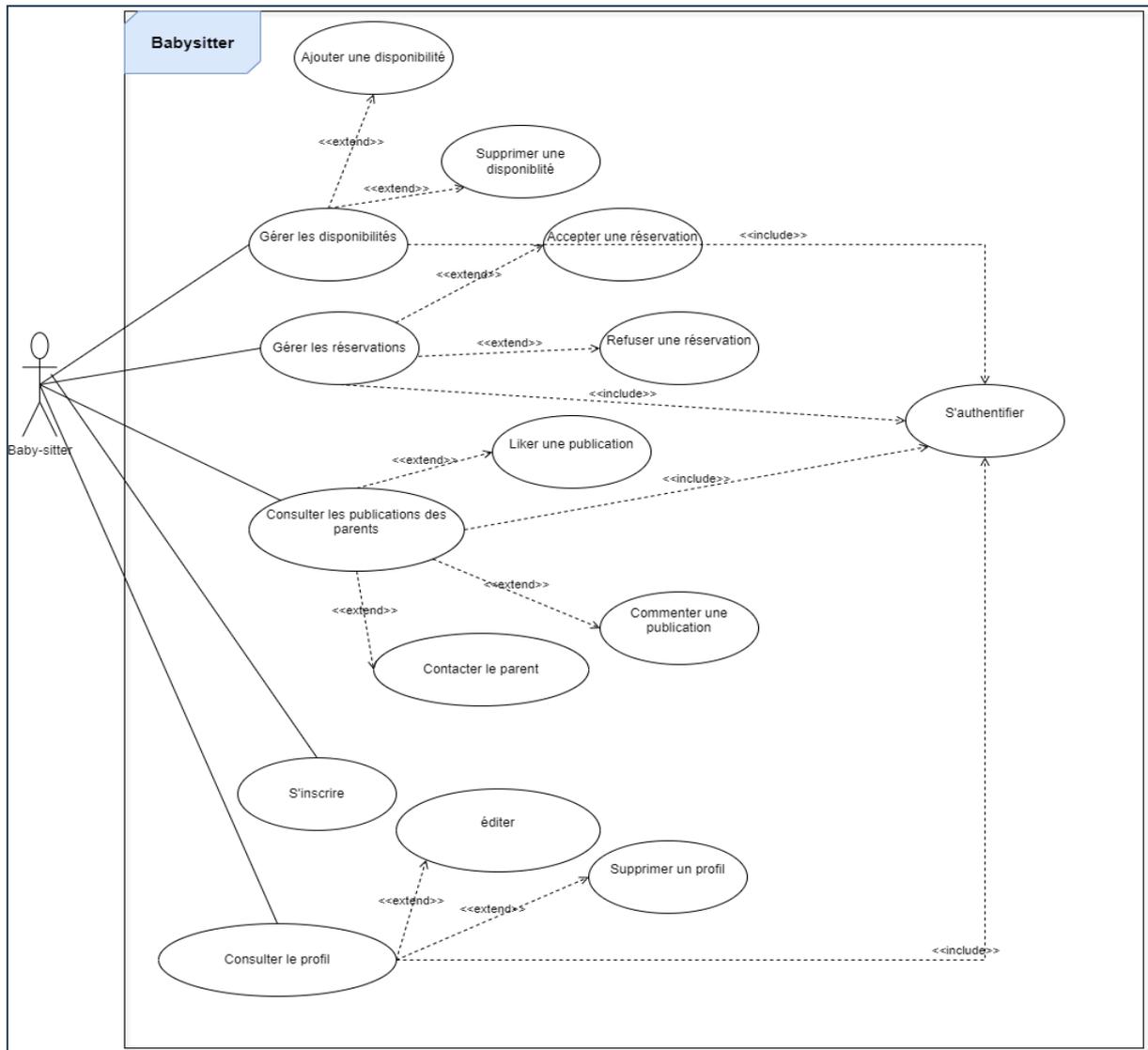


Figure 4.3 : Diagramme de cas d'utilisation du babysitter

B. Acteur secondaire

1. Visiteur

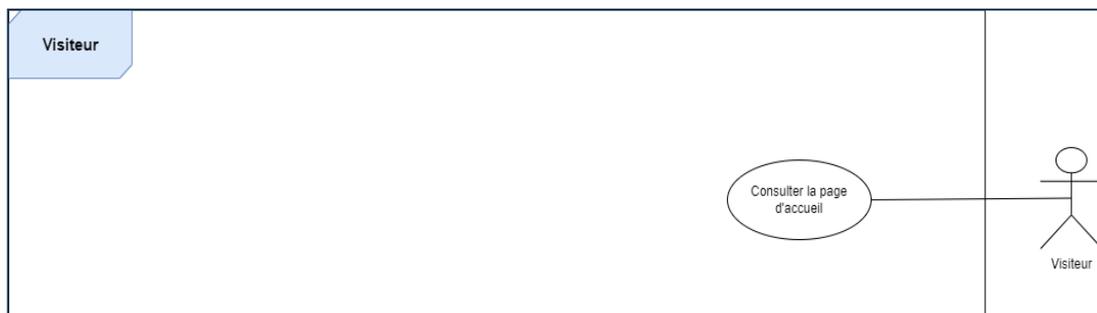


Figure 4.4 : Diagramme de cas d'utilisation du visiteur

Chapitre 3. Analyse des besoins et conception

3.3 DIAGRAMME DE CLASSES

3.3.1 Définition d'un diagramme de classes

Le diagramme de classe constitue l'un des pivots essentiels de la modélisation avec UML. Il est le point central dans un développement orienté objet. Il a pour objectif de décrire la structure des entités manipulées par les utilisateurs.

Le diagramme de classes met en œuvre des classes, contenant des attributs et des opérations, et reliées par des associations ou des généralisations [22].

3.3.2 Dictionnaire des données

Le tableau 4.1 ci-dessous représente l'ensemble des données utilisées pour élaborer notre système :

Classe	Attribut	Désignation	Type
Utilisateur	Id	Identifiant de l'utilisateur	Integer
	Rôle	Rôle de l'utilisateur, il peut être un administrateur, parent ou babysitteur	Texte long
	Email	L'email de l'utilisateur	String
	Mot de passe	Le mot de passe de l'utilisateur	String
	Est vérifié	Indique si l'utilisateur est vérifié	Boolean
	Nom	Le nom de l'utilisateur	String
	Prénom	Le prénom de l'utilisateur	String
	Téléphone	Le numéro de téléphone de l'utilisateur	String
	Genre	Le genre de l'utilisateur soit une femme ou un homme	String
	Date de naissance	La date de naissance de l'utilisateur	Date
	Adresse	L'adresse de l'utilisateur	String
	Code postal	Le code postal de l'utilisateur	String
	Photo	La photo de profil de de l'utilisateur	String
En ligne	Le statut de l'utilisateur, indique s'il est en ligne ou pas	Boolean	
Administrateur	Id	Identifiant de l'administrateur	Integer

Chapitre 3. Analyse des besoins et conception

Parent	Id	Identifiant du parent	Integer
Babysitteur	Id	Identifiant du babysitteur	Integer
	Validité	Indique si le babysitteur est validé par l'administrateur	Boolean
	Biographie	La biographie du babysitteur	String
	Expérience	L'expérience du babysitteur	String
Publication	Id	Identifiant de la publication	Integer
	Contenu	Contenu de la publication	String
	Date	La date de la publication	Date
	Photo	L'image ajoutée par le parent dans la publication	String
Disponibilité	Id	Identifiant de la disponibilité	Integer
	Date de début	Indique la date de début de la disponibilité	Date
	Date de fin	Indique la date de la fin de la disponibilité	Date
	Tarif	Indique le tarif de la disponibilité	Double
	Statut	Indique si la disponibilité est réservée	Boolean
	Réservation	Id	Identifiant de la disponibilité
Réservation	Date	Indique la date de la réservation	Date
	Payé	Indique si la réservation est payée	Boolean
	Confirmé	Indique si la réservation est confirmée	Boolean
	Refusé	Indique si la réservation est refusée	Boolean
	Conversation	Id	Identifiant de la conversation
Message	Id	Identifiant du message	Integer
	Contenu	Le contenu du message	String
	Lecture	Indique si le message a été lu	Boolean
	Date	Indique la date de l'envoi du message	Date

Chapitre 3. Analyse des besoins et conception

Paiement	Id	Identifiant du paiement	Integer
	Tarif	Indique le tarif payé	Double
	Date	Indique la date du paiement	Date

Tableau 4.1 : Dictionnaire des données.

Chapitre 3. Analyse des besoins et conception

3.3.3 Diagramme de classes

Le diagramme de classes de la figure 4.5 suivante décrit l'ensemble des classes participantes aux fonctionnalités de notre plateforme :

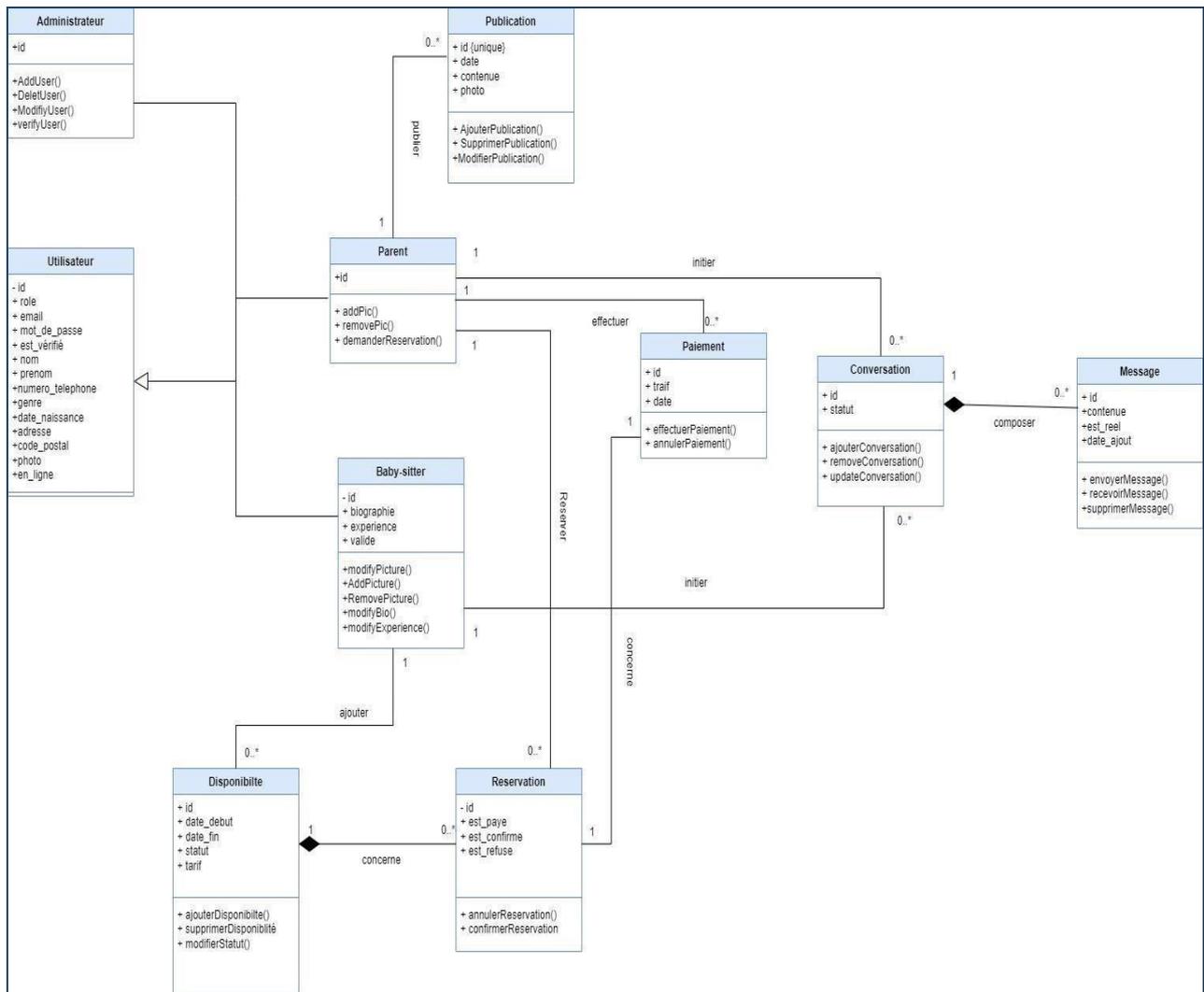


Figure 4.5 : Diagramme de classes

CONCLUSION

En résumé, ce chapitre a mis en lumière l'importance d'une analyse précise des besoins et de la conception d'une base de données où grâce à l'utilisation de l'UML, des diagrammes de classes et de séquences, ainsi qu'au modèle relationnel, nous avons établi une base de données structurée et robuste.

Dans le prochain chapitre, nous allons aborder la partie réalisation de notre projet où nous allons définir l'architecture du système et les différents outils de développement utilisés en se basant sur les mécanismes et les solutions déterminées dans la phase de conception.

4 REALISATION DE L'APPLICATION

INTRODUCTION

Dans ce chapitre, nous allons présenter en premier lieu l'architecture de notre système, l'environnement de développement et les outils qui ont servi à la réalisation de notre application, et nous finissons par la présentation de ses fonctionnalités à travers ses différentes interfaces.

4.1 ARCHITECTURE DU SYSTEME

Pour la conception de notre application nous avons opté pour une architecture basée sur le modèle MVC (Modèle-Vue-Contrôleur), qui sépare les différentes parties d'une application en trois parties distinctes : les données et la logique métier (le Modèle), l'interface utilisateur (la Vue), et la logique de contrôle pour gérer les interactions entre le Modèle et la Vue (le Contrôleur). Cette séparation nous permet d'apporter des modifications sans affecter les autres parties du code, la collaboration entre les développeurs travaillant sur le même projet, ainsi que la réutilisation des différents composants ce qui augmente l'efficacité du développement [23].

Symfony, le Framework PHP choisi pour notre projet, utilise cette architecture de la façon suivante :

- **Le Modèle** : définit la logique métier et interagit avec la base de données, il s'occupe de récupérer et de préparer les données, il est principalement composé de classe de l'ORM (Doctrine) qui se charge de générer les requêtes à effectuer sur les entités spécifiées
- **La Vue** : responsable de la présentation des données à l'utilisateur, c'est lui qui apporte la réponse au visiteur. Elle est constituée de Template Twig (un moteur de Template intégré à Symfony).
- **Le Contrôleur** : orchestre les interactions entre le Modèle et la Vue en récupérant les éléments nécessaires auprès du modèle et les passe à la Vue pour les afficher.

Chapitre 4. Réalisation de l'application

4.2 DEVELOPPEMENT DE L'APPLICATION

Pour mieux comprendre le processus de développement de l'application, nous devons d'abord explorer les outils et les technologies utilisés.

4.2.1 Framework de développement

L'utilisation d'un framework est essentielle pour assurer la robustesse et la maintenance d'une application.

a) Notion de Framework

Un Framework est un ensemble de composants logiciels structurels, qui assure une le développement d'une application bien structuré, maintenable et facilement mise à jour. Un Framework inclut généralement des bibliothèques de code, des modèles de conception, des modules et des règles de programmation qui simplifient le développement et offrent la robustesse des solutions éprouvées [24].

b) Qu'est-ce que Symfony ?

Symfony est un Framework PHP open source, développé par SensioLabs. Il se base sur l'architecture MVC (Modèle-Vue-Contrôleur).

C'est un ensemble de composants découplés et réutilisables qui peuvent être utilisé ensemble ou séparément pour construire des application complexes

c) Caractéristiques de Symfony

Symfony est composé de nombreux composant PHP réutilisable, comme HttpFoundation, HttpKernel, Routing et bien d'autre. Parmi les autres caractéristiques de ce Framework on trouve sa compatibilité avec de nombreux systèmes de gestion de base de données relationnelles. Il est aussi constitué de bundles qui sont un ensemble de fonctionnalités regroupées de manière cohérente et réutilisable.

Symfony intègre des mécanismes de sécurité robustes et avancées, il est conçu pour être évolutif, facile à étendre et à adapter aux différents besoins changeants des projets

Chapitre 4. Réalisation de l'application

d) L'architecture globale d'un projet Symfony

L'architecture d'un projet Symfony est organisée de manière à être claire et facile à naviguer, on retrouve principalement [6] :

- **BIN/** : ce répertoire contient la console Symfony, permettant d'exécuter diverses tâches comme la création de contrôleurs, l'exécution de migrations de base de données, etc.
- **Config/** : contient les configurations des différents bundles, les routes, la sécurité et les services.
- **Public/** : c'est le répertoire public et accessible du site. Il contient le contrôleur frontal **index.php** (point d'entrée de toutes les requêtes http) et les assets (CSS, JS, images) nécessaires pour le front-end.
- **SRC/** : contient le code et les principales fonctionnalités du projet, principalement le modèle et les contrôleurs.
- **Templates/** : contient les vues. Symfony utilise le moteur de Templates Twig par défaut pour générer les pages HTML.
- **VAR/** : contient les logs, le cache et les fichiers temporaires, ils servent à améliorer les performances et déboguer.
- **Vendor/** : ce répertoire est géré par Composer, qui est l'outil de gestion des dépendances PHP, il contient toutes les bibliothèques nécessaires au fonctionnement de votre application.

4.2.2 Langages de développement

La mise en œuvre du projet a nécessité l'utilisation de plusieurs langages de développement orientés objets et de technologies Web, ces derniers nous ont permis de développer notre application Web et d'offrir une expérience utilisateur fluide et une gestion efficace des réservations des babysitteurs. Notre choix s'est porté sur les technologies suivantes :

- **PHP** : qui est un langage de scripts généraliste et Open Source, spécialement conçu pour le développement d'applications web. Il a été utilisé pour implémenter la logique métier côté serveur, en s'appuyant sur les fonctionnalités offertes par le Framework Symfony [25].
- **HTML** : langage de balises pour l'hypertexte, est utilisé pour créer et représenter le contenu d'une page Web et sa structure [26].

Chapitre 4. Réalisation de l'application

- **CSS** : qui est un langage de feuille de style utilisé pour décrire la présentation d'un document et sa mise en forme [27].
- **JavaScript** : c'est un langage de programmation de scripts utilisé pour l'interactivité et la dynamique des pages.

4.2.3 Environnement de développement

Pour développer notre application, nous avons utilisé plusieurs outils et nous allons faire leurs présentations dans cette partie.

- **XAMPP** : c'est une application Apache légère qui offre des outils permettant aux développeurs de créer facilement un serveur Web. Il nous a permis de configurer rapidement un environnement de développement local compatible avec Symfony. XAMPP possède également PhpMyAdmin pour gérer plus facilement les bases de données [28].
- **Visual Studio Code** : est un éditeur de code redéfini et optimisé pour la création et le débogage d'applications Web et cloud modernes. Il nous a facilité le processus de développement en nous offrant des fonctionnalités d'édition avancées et des outils de débogage intégrés [29].
- **MySQL** : Système de Gestion de Base de Données Relationnelle (SGBDR) le plus répandu et le plus populaire au niveau du développement Web Open Source. Il permet de créer des bases de données relationnelles pour y stocker des données dans le but d'être publié dynamiquement sur un site Internet ou une application Web. Couplé avec PHP, il permet de produire des sites Internet et des applications Web dynamiques, fiables et à moindre coût [30].
- **PHPMysqlAdmin** : c'est un outil logiciel écrit en PHP, destiné à gérer l'administration de MySQL sur le Web. Il prend en charge un large éventail d'opérations sur MySQL et MariaDB, ses dernières peuvent être effectuées via l'interface utilisateur, tout en ayant la possibilité d'exécuter directement n'importe quelle instruction SQL [31].

Chapitre 4. Réalisation de l'application

4.3 INTERFACES GRAPHIQUES

Dans cette partie, nous faisons une présentation des fonctionnalités de notre application

4.3.1 Interfaces de la page d'accueil

C'est la première page qui s'affiche au lancement de l'application (voir la figure 5.1), le visiteur aura le choix entre l'inscription autant que parent ou babysitteur, ou bien s'il est déjà inscrit il pourra se connecter directement.

Chapitre 4. Réalisation de l'application



Figure 5.1 : Interface d'accueil

Chapitre 4. Réalisation de l'application

4.3.2 Interface de connexion

Cette interface autorise les utilisateurs à se connecter (voir la figure 5.2). En cas de saisie correcte de l'identifiant et du mot de passe, l'utilisateur accède à sa page principale ; autrement, un message d'erreur lui est envoyé.

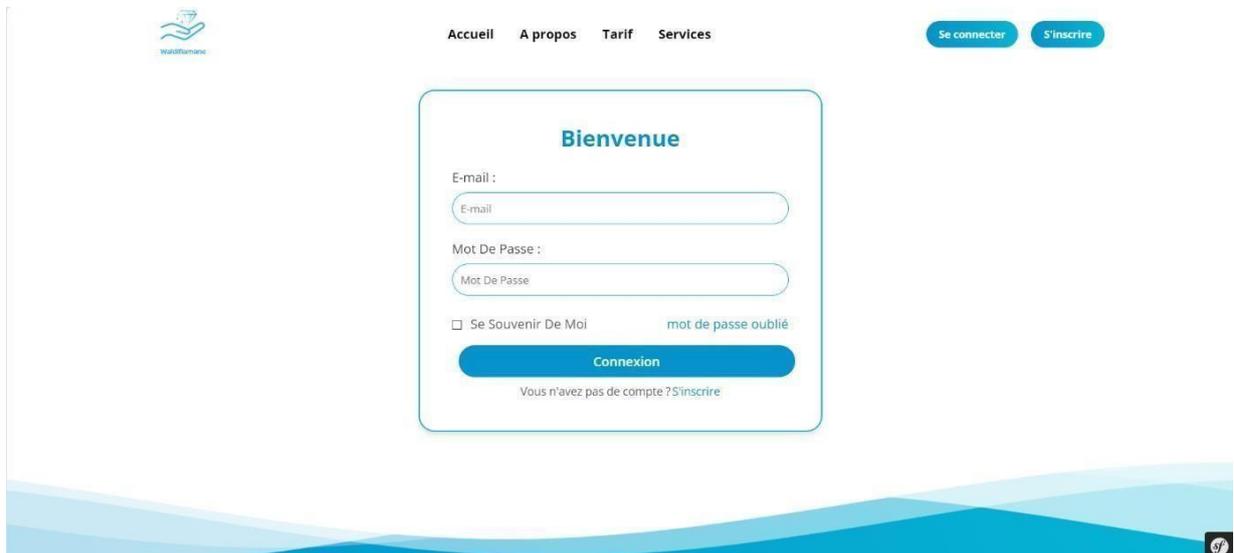


Figure 5.2 : Interface de connexion

4.3.3 Interfaces d'inscription

L'interface d'inscription est la première étape pour les nouveaux utilisateurs souhaitant accéder à la plateforme (voir la figure 5.3). Elle permet de recueillir les informations nécessaires pour créer un compte utilisateur, que ce soit pour un parent ou un babysitteur. Une fois l'inscription soumise, un email de confirmation est envoyé à l'utilisateur (voir la figure 5.4), lui permettant de choisir son rôle sur la plateforme : parent ou babysitteur.

Chapitre 4. Réalisation de l'application

Accueil A propos Tarif Services

Se connecter S'inscrire

Bienvenue sur Waldi fi Amane

Nom Prénom

Date de Naissance Genre

Adresse Code Postal

Numéro de téléphone

E-mail

Mot de Passe

Accepter les [Termes et Conditions](#)

Déjà un compte ? [Se connecter](#)

WaldiFiAmane

WaldiFiAmane offre une expérience de babysitting sûre et personnalisée, avec une équipe de babysitters qualifiés adaptés à chaque étape du développement de votre enfant, garantissant ainsi la tranquillité d'esprit des parents et la flexibilité nécessaire pour mener une vie équilibrée.

Contact

23 Rue RZ Bejaia
WaldiFiAmane@gmail.com
+213 553322655

Liens utiles

A propos de nous
Politique de sécurité
Condition d'utilisation

Copyright © 2024 WaldiFiAmane. Tous Droits Réservés

f i l t

Figure 5.3 : Interface d'inscription

Bonjour Meriem,

Nous vous remercions pour votre inscription sur notre plateforme. Pour finaliser la création de votre compte, veuillez répondre à la question ci-dessous :

Si vous n'avez pas initié cette démarche sur notre plateforme, vous pouvez simplement ignorer cet email.

Bien cordialement,
L'équipe de WaldiFiAmane

Figure 5.4 : Email de confirmation

Chapitre 4. Réalisation de l'application

4.3.4 Interfaces de l'administrateur

Dans cette interface, l'administrateur dispose de plusieurs fonctionnalités essentielles pour la gestion de l'application (voir la figure 5.5). Il a la possibilité de modifier ou supprimer les profils des babysitters (voir la figure 5.6) et des parents (voir la figure 5.7), ainsi que de valider les nouveaux comptes. L'administrateur a accès à une vue d'ensemble des utilisateurs (voir la figure 5.8) et peut intervenir pour garantir le bon fonctionnement de la plateforme.

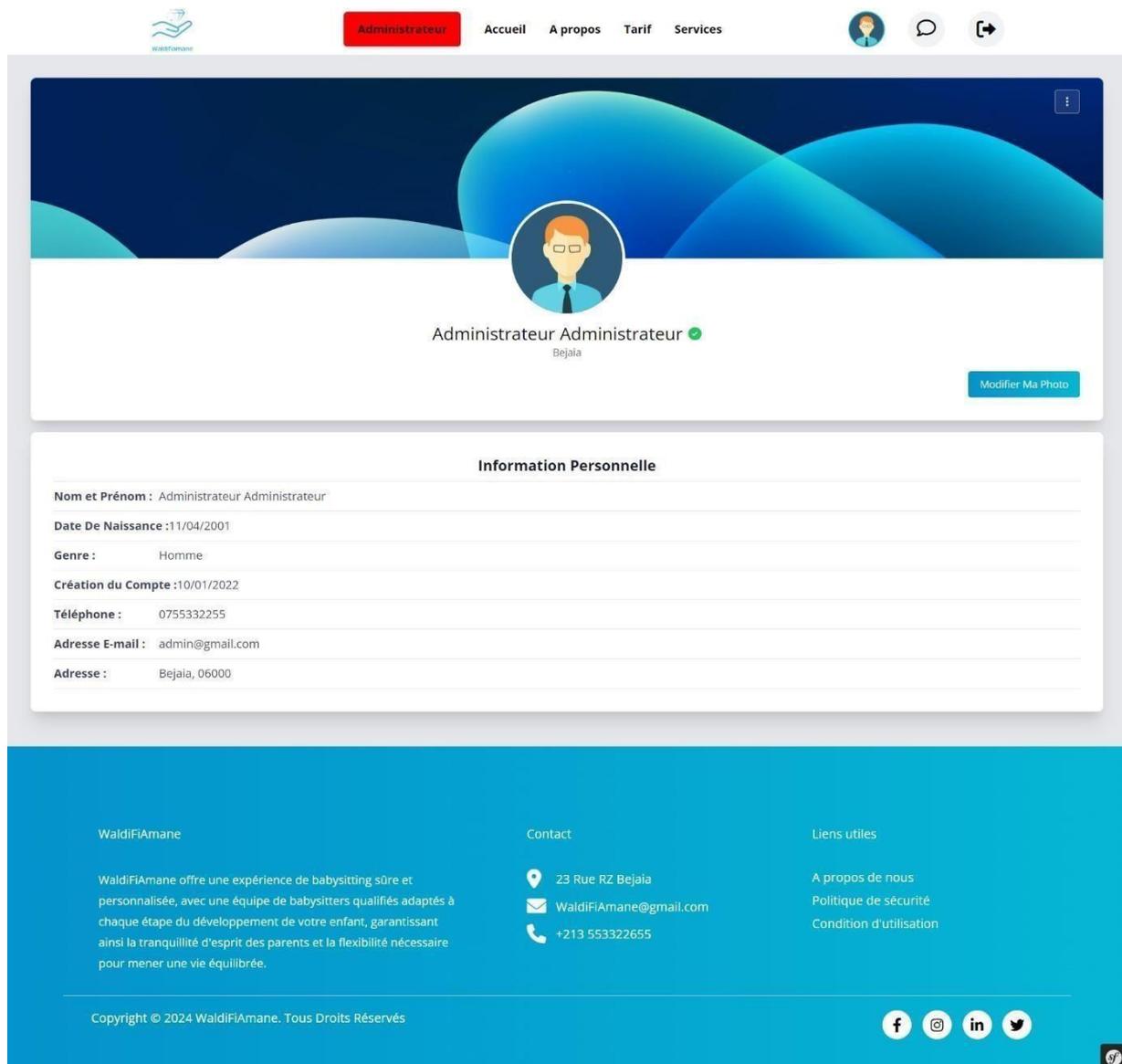


Figure 5.5 : Profil de l'administrateur

Chapitre 4. Réalisation de l'application



Figure 5.6 : Profil de l'administrateur : Liste des Babysitteurs



Figure 5.7 : Profil de l'administrateur : Liste des Parents

Chapitre 4. Réalisation de l'application



Figure 5.8 : Profil de l'administrateur : Liste des Utilisateurs

4.3.5 Interfaces de profil du parent

Dans cette interface les informations des parents et ses réservations sont affichées (voir la figure 5.9). Il peut voir et mettre à jour ses coordonnées et accéder à des détails spécifiques pour chaque réservation effectuée.

Chapitre 4. Réalisation de l'application

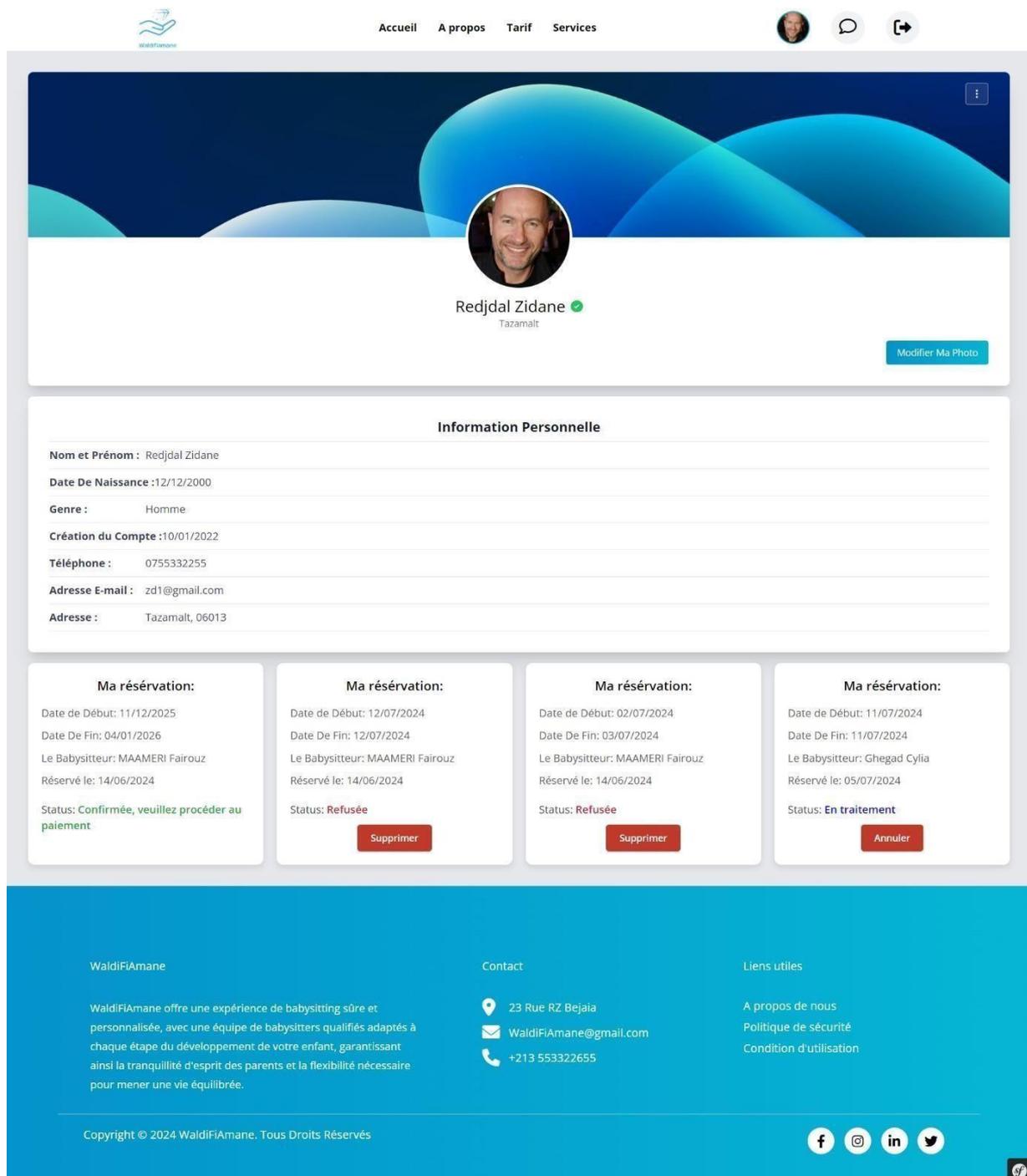


Figure 5.9 : Profil du parent

4.3.6 Interfaces de publication d'annonces

Elle permet aux parents de poster des annonces pour trouver des babysitteurs (voir la figure 5.10). Elle comprend un formulaire où le parent peut entrer le contenu de l'annonce et ajouter une photo. Une fois l'annonce créée, le parent peut également la supprimer si nécessaire (voir la figure 5.11). Les babysitteurs quant à eux peuvent consulter ces publications et contacter les parents (voir la figure 5.12).

Chapitre 4. Réalisation de l'application

Filtres de Recherche

Recherché par nom

Rechercher

Bienvenue sur notre plateforme
Parcourez les annonces des familles à la recherche de babysitters

Ajoutez votre publication

Ajouter une photo

Publier

Figure 5.10 : Formulaire de l'annonce

Accueil A propos Tarif Services

Votre publication a été publiée avec succès.

Filtres de Recherche

Recherche par nom

Rechercher

Bienvenue sur notre plateforme
Parcourez les annonces des familles à la recherche de babysitters

Vous cherchez quelqu'un pour garder votre enfant? Ajoutez votre annonce par ici!

REDJDAL ZIDANE
Publié le 29/06/2024 16:21:07

À la recherche d'un(e) babysitter fiable et attentionné(e) pour notre enfant. Contactez-moi pour plus d'informations. Merci !

Supprimer

MAAMERI FAIROUZ
Publié le 20/06/2024 19:28:05

Figure 5.11 : Interface de Publication d'Annonce pour le Parent

Accueil A propos Tarif Services

Filtres de Recherche

Recherche par nom

Rechercher

Bienvenue sur notre plateforme
Parcourez les annonces des familles à la recherche de babysitters

REDJDAL ZIDANE
Publié le 29/06/2024 16:21:07

À la recherche d'un(e) babysitter fiable et attentionné(e) pour notre enfant. Contactez-moi pour plus d'informations. Merci !

Contacter

MAAMERI FAIROUZ
Publié le 20/06/2024 19:28:05

Cherche babysitteur pour notre enfant. Fiable et attentionné(e). Contactez-nous pour plus d'infos. Merci !

Contacter

Figure 5.12 : Interface de Consultation des Annonces pour le Babysitteur

Chapitre 4. Réalisation de l'application

4.3.7 Interfaces de communication

Ces interfaces comprennent une vue des discussions en cours entre les parents et les babysitteurs, permettant de naviguer entre les conversations (voir la figure 5.13), et une vue détaillée des messages échangés (voir la figure 5.14).



Figure 5.13 : Interface de Discussion

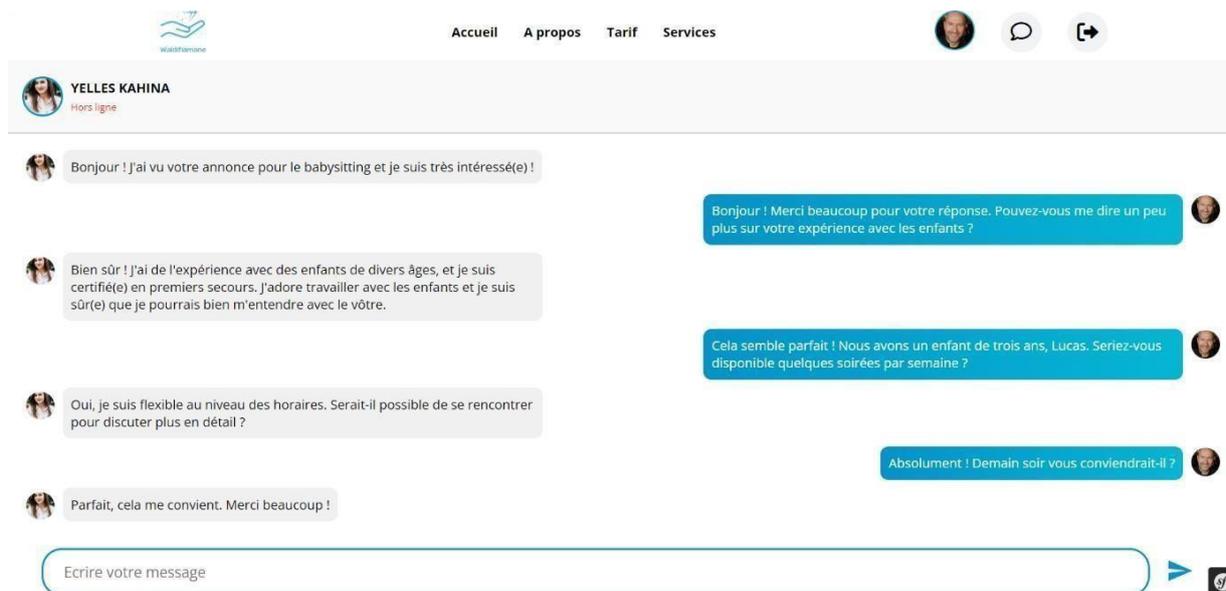


Figure 5.14 : Interface des Messages Échangés

4.3.8 Interfaces de profil du babysitteur

L'interface de profil du babysitteur (voir la figure 5.15) regroupe ses informations personnelles, sa biographie et son expérience, qu'il peut modifier (voir la figure 5.16). Il offre également une fonctionnalité de gestion des disponibilités. Les demandes de réservation reçues sont répertoriées pour lui permettre d'accepter ou de rejeter les demandes selon sa disponibilité.

Chapitre 4. Réalisation de l'application

The screenshot displays a user profile for MAAMERI Fairouz. The profile includes a header with navigation links (Accueil, A propos, Tarif, Services) and a user profile card with a photo and a 'Modifier Ma Photo' button. Below this are sections for 'Information Personnelle', 'A Propos', 'Ajouter une Disponibilité', 'Disponibilité', and 'Les Demandes de Réreservation'. The footer contains contact information and social media links.

Information Personnelle

Nom et Prénom : MAAMERI Fairouz
Date De Naissance : 11/04/2001
Genre : femme
Création du Compte : 10/01/2022
Téléphone : 0555555555
Adresse E-mail : fm1@gmail.com
Adresse : Rue Berkani Seddouk, 06011

A Propos

Biographie:
Amoureux des enfants, attentionné et créatif. Toujours là pour rendre leurs journées joyeuses

Expérience:
13 ans

[Modifier](#)

Ajouter une Disponibilité

Date de début
jj/mm/aaaa --:--

Date de fin
jj/mm/aaaa --:--

[Ajouter](#)

Disponibilité

Action	Date de début	Date de fin	La durée
	12/07/2024	12/07/2024	13:13-14:14
	13/07/2024	13/07/2024	14:13-15:15
	02/07/2024	03/07/2024	15:15-15:15

Les Demandes de Réreservation

Confirmer	Refuser	Date de début	Date de fin	La durée
confirmée	11/12/2025	04/01/2026	03:12-00:00	NULL
confirmer	Refuser	11/04/2025	12/04/2025	11:11-13:13
confirmée	16/01/2025	16/01/2025	11:01-16:16	NULL
confirmer	Refuser	15/01/2025	15/01/2025	16:16-20:00

WaldiFIAMane
WaldiFIAMane offre une expérience de babysitting sûre et personnalisée, avec une équipe de babysitters qualifiés adaptés à chaque étape du développement de votre enfant, garantissant ainsi la tranquillité d'esprit des parents et la flexibilité nécessaire pour mener une vie équilibrée.

Contact
23 Rue RZ Bejaia
WaldiFIAMane@gmail.com
+213 553322655

Liens utiles
A propos de nous
Politique de sécurité
Condition d'utilisation

Copyright © 2024 WaldiFIAMane. Tous Droits Réservés

[f](#) [@](#) [in](#) [t](#)

Figure 5.15 : Profil du babysitteur



The screenshot shows a form titled "Biographie" and "Expérience" for editing a babysitter's profile. The "Biographie" section has a text input field containing "Amoureux des enfants, attentionné et créatif. Toujours là pour rendre leurs journées joyeuses" and a red "200 Caractères" label. The "Expérience" section has a text input field containing "13 ans" and a red "100 Caractères" label. At the bottom, there are two blue buttons: "Enregistrer" and "Annuler".

Figure 5.16 : Édition de la biographie et de l'expérience

4.3.9 Détail profil du babysitteur

Elles offrent aux parents une vue détaillée des informations personnelles du babysitteur qu'ils consultent, ainsi que de ses disponibilités (voir la figure 5.17).

WaldiFIAmane

Accueil A propos Tarif Services

MAAMERI Fairouz
Rue Berkani Seddouk

Message Options

Information Personnelle

Bio: Amoureux des enfants, attentionné et créatif. Toujours là pour rendre leurs journées joyeuses

Sexe: femme

Adresse: Rue Berkani Seddouk, 06011

Email: fm1@gmail.com

Téléphone: 0555555555

Expérience: 13 ans

Disponibilités

DÉBUT	FIN	ACTION
06/07/2024	06/07/2024	En cours
14/07/2024	14/07/2024	Réserver
11/07/2024	11/07/2024	Réserver
07/07/2024	07/07/2024	En cours

WaldiFIAmane

WaldiFIAmane offre une expérience de babysitting sûre et personnalisée, avec une équipe de babysitters qualifiés adaptés à chaque étape du développement de votre enfant, garantissant ainsi la tranquillité d'esprit des parents et la flexibilité nécessaire pour mener une vie équilibrée.

Contact

23 Rue RZ Bejaia
WaldiFIAmane@gmail.com
+213 553322655

Liens utiles

A propos de nous
Politique de sécurité
Condition d'utilisation

Copyright © 2024 WaldiFIAmane. Tous Droits Réservés

f i in t

Figure 5.17 : Détail profil du babysitteur

Chapitre 4. Réalisation de l'application

CONCLUSION

Dans ce dernier chapitre, nous avons détaillé la phase de réalisation en décrivant les langages de programmation utilisés, l'environnement de développement, ainsi que l'architecture logicielle adoptée. De plus, les fonctionnalités principales de l'application sont illustrées avec quelques interfaces.

5 CONCLUSION GENERALE

La création et l'implémentation d'une application de babysitting intégrant le commerce électronique en Algérie représentent un défi stimulant et complexe, mais porteur de nombreuses opportunités. Cette étude a permis d'explorer divers aspects cruciaux nécessaires à la réussite d'une telle entreprise technologique dans le contexte algérien.

Tout d'abord, il est essentiel de comprendre les différences entre une start-up et une entreprise traditionnelle en Algérie. Les start-ups se distinguent par leur agilité, leur capacité d'innovation et leur orientation vers la croissance rapide, contrairement aux structures plus rigides des entreprises traditionnelles. Les dispositifs d'aide disponibles en Algérie, tels que les fonds d'appui et les initiatives comme l'Algérien Start-up Fund et Alegria Venture, jouent un rôle crucial en fournissant un soutien financier et stratégique nécessaire au développement initial et à la croissance des start-ups technologiques comme une application de babysitting.

Le marketing digital se révèle être un levier puissant pour attirer et fidéliser les utilisateurs d'une application de babysitting. En Algérie, l'adoption croissante des réseaux sociaux et des stratégies telles que le SEO et le SEM sont essentielles pour accroître la visibilité de l'application et renforcer son engagement avec les utilisateurs. Mesurer l'impact de ces stratégies sur la croissance de l'application nécessite une analyse continue des données et des métriques pertinentes pour ajuster les stratégies marketing en temps réel.

L'état actuel du commerce électronique en Algérie présente à la fois des opportunités et des défis pour une application de babysitting. Bien que le commerce électronique soit en pleine expansion, plusieurs défis doivent être surmontés, tels que les infrastructures de paiement en ligne, la confiance des consommateurs et les réglementations gouvernementales. Intégrer avec succès le commerce électronique dans une application de services de garde d'enfants nécessite une approche stratégique et une adaptation aux spécificités du marché local.

En conclusion, le développement d'une application de babysitting avec une composante de commerce électronique en Algérie nécessite une approche holistique qui combine innovation technologique, soutien financier, stratégies marketing avancées et adaptation aux réalités locales du marché du commerce électronique. En naviguant avec adresse à travers ces défis, il est possible de créer une solution viable et pertinente qui répond aux besoins croissants des utilisateurs algériens tout en contribuant à dynamiser l'écosystème des start-ups technologiques dans le pays.

BIBLIOGRAPHIE

- [1]. <https://bpifrance-creation.fr/>
- [2]. DJEKIDEL, Yahia et all. (2021). La startup en Algérie : Caractéristiques et Obligations
Revue d'excellence pour la recherche en économie et en gestion. Vol05, N°01, P417- 427.
Repéré à : <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/440/5/1/15316>
- [3]. TEGOUA Rania. CHOUAM .Op.cit. P.458-459.
- [4]. Nasri, N., &Ayadi, A. (2020). Accompagnement de l'entreprenariat en Algérie, entre
nécessité économique et enjeu politique. (Cas des TP/PME créées par le biais de l'ANSEJ).
Elmishkat en économie, développement et droit, v05, n1, p 370-371, Ain Témouchent
(Algérie).
- [5]. Harrar, S. (2021). Écosystème D'accompagnement Entrepreneurial en Algérie : Etat
des Lieux. Revue AbaadIktissadia, Vol.11, N.01, p.408, Boumerdès (Algerie).
- [6]. Berbar, M., &AknineSouidi, R. (2017). Le microcrédit ANGEM et la valorisation des
savoir-faire locaux artisanaux dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Revue des sciences
économiques, Science de gestion et des sciences commerciale, vol.18, p.80, Msila
(Algérie).
- [7]. KHELIL S (2022) « Analyse de l'écosystème des startups en Algérie (Etat des lieux et
Perspectives) » Revue du développement et des Prospectives Pour Recherches et études
VOL: 07-N° 01 P304-305.
- [8]. Revue d'Etudes juridiques et économiques ISSN 2602-7321/EISSN 2773-2649 N°02
année(2022) ; p : 1358-1359.
- [9]. Heller et autres, (2019), pp.11-12.
- [10]. Joffre, Trabelsi,(2018), p.69_70 ;Dabah, Benbraika, (2021), p.363 ; Heller et autres,
(2019), pp.13.
- [11]. HATTOU, Hakim. Op. cit.
- [12]. BOUMENDIL, Maçyl, Op.cit.583-584
- [13]. Article 69 de la loi n° 19-14 du 11 décembre 2019. p.26.

- [14]. Article 86 de la loi n° 20-16 du 31 décembre 2020 portant loi de finances pour 2021. J.O n°83 du 31/12/2020.p35.
- [15]. Consulté le 26 juin 2024 www.lentrepreuralgerien.com
- [16]. Consulté le 01 juillet 2024 <https://www.seo.fr/definition/seo-definition>
- [17]. Consulté le 01 juillet 2024 <https://www.fancommunication.dz/Comment-reussir-votre-strategie-de-marketing-digital-en-Algerie>
- [18]. Bliidi Amel (2020). Le boom du e-commerce aura-t-il lieu <https://www.elwatan.com/edition/actualite/le-boom-du-e-commerce-aura-t-il-lieu-05-04-2020>.
- [19]. Consulté le 01 juillet 2024, <https://webservices.dz/>
- [20]. Roques, P. (s.d.). UML2 Modéliser une application web (éd. 4e édition). EYROLLES.
- [21]. Diagrammes de cas d'utilisation. (s.d.). Consulté le 31 mai 2024, sur IBM: <https://www.ibm.com/docs/fr/rsas/7.5.0?topic=diagrams-use-case>
- [22]. Roques, P. (2004). UML 2 par la pratique: études de cas et exercices corrigés.
- [23]. Séance 1 : Introduction & Eco-système Symfony : Le concept du MVC. (s.d.). Consulté le 03 juin 2024, sur [cours.davidannebicque Symfony](https://cours.davidannebicque.fr/symfony/semestre-3/seance-1): <https://cours.davidannebicque.fr/symfony/semestre-3/seance-1>
- [24]. Séance 1 : Introduction & Eco-système Symfony : Notion de Framework. (S.d.). Consulté le 03 juin 2024, sur [Cours Davidannebicque Symfony](https://cours.davidannebicque.fr/symfony/semestre-3/seance-1) : <https://cours.davidannebicque.fr/symfony/semestre-3/seance-1>
- [25]. Séance 2 : Architecture de Symfony & première page. (s.d.). Consulté le 04 juin 2024, sur <https://cours.davidannebicque.fr/symfony/semestre-3/seance-2>
- [26]. Langage serveur (Backend) : PHP. (s.d.). Récupéré sur [Apprendre la programmation](https://apprendre-la-programmation.net/programmation-web-langages-logiciels/): <https://apprendre-la-programmation.net/programmation-web-langages-logiciels/>
- [27]. HTML (HyperText Markup Language). (s.d.). Consulté le 29 mai 2024, sur <https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/HTML>
- [28]. CSS : Feuilles de style en cascade. (s.d.). Consulté le 29 mai 2024, sur <https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/CSS>
- [29]. Apprendre La Porgrammation : My SQL. (s.d.). Consulté le 29 mai 2024, sur <https://apprendre-la-programmation.net/programmation-web-langages-logiciels/#mysql>

[30]. (s.d.). Consulté le 28 mai 2024, sur <https://xampp-windows.fr.softonic.com/>

[31]. Visual Studio Code. (s.d.). Consulté le 28 mai 2024, sur <https://code.visualstudio.com/>

[32]. PHP MyAdmin. (s.d.). Consulté le 28 mai 2024, sur <https://www.phpmyadmin.net/>

