

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des
Sciences de Gestion

Département des Sciences de Gestion

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER EN SCIENCES DE GESTION

Option : Management des Ressources Humaines

L'INTITULE DU MEMOIRE

**La digitalisation des services de proximité en Algérie comme levier de
formalisation et de valorisation du travail informel à travers les initiatives
portées par les startups digitales**

Préparé par :
ASSOUL Celia

Dirigé par :
Dr BOUDACHE Souad
Dr AYAD Naima
Dr AMGHAR Malika

Date de soutenance : 23/06/2026

Jury :

Président : ZIDELKHIL Halim

Examineur : SLIMANI Radia

Rapporteur :

Année universitaire : 2025/2026

Remerciements

La réalisation de ce mémoire marque l'aboutissement de plusieurs années d'études, d'efforts et de persévérance. A travers ces quelques lignes, je souhaite exprimer ma profonde gratitude envers toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à l'élaboration de ce travail.

Je tiens tout d'abord à remercier Allah pour la force, la patience et le courage qu'Il m'a accordée tout au long de ce parcours universitaire.

J'adresse mes plus sincères remerciements à mes encadrantes, Madame BOUDACHE Souad, madame AYAD Naima et madame AMGHAR Malika, pour leur accompagnement précieux, leur disponibilité, leurs conseils pertinents ainsi que leur soutien tout au long de la réalisation de ce mémoire. Leurs orientations, leurs remarques constructives et leur bienveillance ont grandement contribué à l'aboutissement de ce travail.

Je remercie également l'ensemble de mes enseignants pour la qualité des enseignements dispensés, leurs encouragements et les connaissances qu'ils m'ont transmises tout au long de mon cursus universitaire. Leur engagement a largement contribué à ma formation académique et personnelle.

Je souhaite adresser une pensée toute particulière à ma mère. Aucun mot ne saurait exprimer pleinement ma gratitude envers elle. Tout ce que je suis aujourd'hui, je le lui dois en grande partie. Merci pour ton amour, ton soutien inconditionnel, tes sacrifices, ta patience et ta présence constante dans les moments les plus difficiles. Merci d'avoir toujours cru en moi, de m'avoir encouragée à ne jamais abandonner et d'avoir été ma plus grande source de motivation. Ce travail est aussi le tien.

Je remercie également ma famille, mes proches et mes amis pour leur soutien moral, leurs encouragements et leur présence tout au long de cette aventure universitaire.

Enfin, j'adresse mes sincères remerciements à toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à la réalisation de ce mémoire.

À tous, merci infiniment.

Dédicace

Je dédie ce mémoire à mes très chers parents,

À ma mère

Symbole de courage, de patience et d'amour inconditionnel. Merci pour tous tes sacrifices, ton soutien constant et toutes les valeurs que tu m'as transmises. Si j'en suis arrivée là aujourd'hui, c'est en grande partie grâce à toi.

À mon père

Pour ses encouragements, sa présence et son soutien tout au long de mon parcours.

À mes chères sœurs : Ghanouche, Kenza, Zina et Imene,

Merci pour votre affection, votre soutien et tous les moments partagés. Votre présence a toujours été une force pour moi.

À mon petit frère adoré, Sifou,

Pour toute la joie et le bonheur qu'il apporte dans ma vie.

À mes nièces et mon neveu : Tassnime, Sidra et Aksel,

Que ce travail soit pour vous un exemple de persévérance et de réussite.

À toute ma famille, mes proches et toutes les personnes qui me portent dans leurs prières et leurs pensées positives.

Je vous dédie ce travail avec tout mon amour et ma reconnaissance.

Liste des figures

Figure 1 Recours aux services de proximité	32
Figure 2 La fréquence d'utilisation	32
Figure 3 Répartition des types de services de proximité demandés selon le genre.....	33
Figure 4 Répartition des principales raisons du recours à un tiers selon la situation professionnelle	34
Figure 5 Modes de recherche des prestataires.....	35
Figure 6 types de problèmes rencontrés	36
Figure 7 Les critères de choix de prestataire	37
Figure 8 Intention de proposer des services	38
Figure 9 L'expérience des prestataires.....	38
Figure 10 Répartition de l'offre de services de proximité par genre et nature des missions	39
Figure 11 Analyse des facteurs de motivation des prestataires selon leur situation socio- professionnelle	40
Figure 12 Les contraintes et difficultés rencontrées par les prestataires	41
Figure 13 Comparaison des intentions d'adoption et d'utilisation de la plateforme digitale entre les clients et les prestataires.....	42
Figure 14 Les avantages attendus par les clients.....	43
Figure 15 Les avantages attendus par les prestataires	44
Figure 16 Les conditions d'acceptation et d'adoption de la solution digitale	45
Figure 17 Acceptation du système d'évaluation par les prestataires	46
Figure 18 Les habitudes et préférences de paiement selon le profil des utilisateurs (en %).....	46

Liste des tableaux

Tableau 1 Répartition selon le genre	29
Tableau 2 Répartition selon l'âge.....	30
Tableau 3 Situation professionnelle	30
Tableau 4 Positionnement : client ou prestataire.....	31

Sommaire

Remerciements.....	1
Dédicace.....	2
Liste des figures	3
Liste des tableaux	4
Sommaire.....	5
INTRODUCTION GENERALE.....	6
Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité.....	11
Introduction	10
Section 1 : La digitalisation et les nouvelles dynamiques du travail.....	10
Section 2 : Le travail informel et les services de proximité dans l'économie algérienne	14
Section 3 : Les startups digitales comme levier d'innovation et de formalisation des activités informelles	21
Conclusion	26
Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité.....	28
Introduction	28
Section 1 : La démarche méthodologique de la recherche.....	28
Section 2 Analyse et interprétation des résultats.....	30
Section 3 : Discussion des résultats et validation des hypothèses.....	49
Conclusion	53
CONCLUSION GENERALE.....	54
Bibliographie.....	57
ANNEXES	61

INTRODUCTION GENERALE

Au cours des dernières décennies, le monde du travail a connu des transformations profondes sous l'effet des avancées technologiques et de la diffusion rapide des technologies numériques. La digitalisation constitue aujourd'hui l'un des principaux moteurs de changement dans les organisations, les modes de production et les relations de travail. Elle se traduit par l'intégration croissante des outils numériques dans les processus économiques et sociaux, modifiant ainsi la manière dont les activités professionnelles sont organisées, réalisées et contrôlées. (Haut-Commissariat à la Numérisation, 2024)

Dans ce contexte, les plates-formes numériques, les applications mobiles et les systèmes d'information jouent un rôle central dans l'émergence de nouvelles formes d'organisation du travail. Ces outils facilitent la mise en relation entre l'offre et la demande de services, améliorent la circulation de l'information et permettent une gestion plus flexible des activités professionnelles. Par ailleurs, la digitalisation favorise l'apparition de nouvelles formes d'emploi, notamment le travail à la demande, les missions de courte durée et les services proposés via des plates-formes numériques. Dans de nombreux pays, cette transformation numérique a contribué à structurer certains secteurs d'activité qui étaient auparavant peu organisés ou largement informels. En particulier, les services de proximité tels que les services d'aide à domicile, de réparation, de transport ou d'assistance quotidienne ont connu un développement important grâce aux outils numériques qui facilitent la mise en relation entre prestataires et clients et permettent une meilleure organisation des activités.

En Algérie, les services de proximité occupent une place importante dans l'économie et dans la vie quotidienne des citoyens. Ces services répondent à de nombreux besoins quotidiens et couvrent une diversité d'activités allant de l'entretien domestique aux travaux de réparation, en passant par l'assistance aux personnes ou encore certains services techniques. Toutefois, une grande partie de ces activités s'inscrit dans le secteur informel. Le travail informel se caractérise généralement par l'absence de cadre réglementaire clair, le manque de protection sociale, l'absence de traçabilité des activités et une faible reconnaissance des compétences des travailleurs. Cette situation peut limiter les opportunités de développement professionnel, fragiliser les conditions de travail et rendre difficile la mise en place de pratiques structurées de gestion des ressources humaines. (Bensaadi, 2021)

Les statistiques illustrent clairement l'ampleur de ce phénomène. Selon le Centre Algérien de Diplomatie Économique, près de 6,2 millions de personnes en Algérie ne sont pas affiliées à l'administration fiscale, contre seulement 4,7 millions de personnes bénéficiant d'une couverture sociale, ce qui correspond à un taux de non-affiliation de 57 % des travailleurs exerçant dans le secteur informel. Ces chiffres mettent en évidence l'importance du travail

INTRODUCTION GENERALE

Informel dans l'économie nationale et soulignent les défis liés à la formalisation de ces activités ainsi qu'à la protection et à la valorisation des travailleurs. (Bensaadi, 2021)

Parallèlement, l'Algérie connaît une progression rapide de l'usage des technologies numériques. Le numérique se déploie en effet à un rythme accéléré, porté par l'amélioration continue des infrastructures technologiques et par l'attrait croissant des citoyens pour les services en ligne. Selon le rapport « Algérie Digital 2024 » du cabinet international Datareportal, 54,8 millions de connexions mobiles cellulaires sont actives en Algérie au début de l'année 2025, ce qui correspond à un taux de développement de 116 %. Par ailleurs, 36,2 millions de personnes utilisent internet, tandis que l'accès aux différents services en ligne atteint 76,9 %. Ces données témoignent d'une diffusion importante des technologies numériques dans la société algérienne et mettent en évidence le potentiel du digital pour transformer différents secteurs d'activité. (Digital 2025: Algeria, 2025)

Dans ce contexte marqué à la fois par le positionnement du travail informel dans l'économie algérienne et par la progression rapide de l'usage du numérique, de nouvelles opportunités émergent pour repenser l'organisation de certaines activités économiques. Parmi les acteurs susceptibles de contribuer à cette transformation figurent les start-ups numériques, qui occupent aujourd'hui une place croissante dans les dynamiques d'innovation et de modernisation des économies. Les start-ups digitales se caractérisent généralement par leur capacité à développer des solutions innovantes fondées sur les technologies numériques afin de répondre à des besoins spécifiques du marché. Dans le domaine des services de proximité, ces entreprises peuvent proposer des plates-formes ou des applications mobiles permettant de faciliter la mise en relation entre prestataires et clients, de structurer les missions, d'améliorer la visibilité des travailleurs et d'assurer une meilleure transparence des transactions.

En Algérie, l'écosystème des start-ups connaît d'ailleurs une évolution rapide au cours des dernières années. Selon les données récentes, plus de 7 800 start-ups sont enregistrées dans le pays et environ 2 300 sont labellisées au début de l'année 2026, contre seulement 200 en 2019. Cette dynamique est fortement soutenue par les pouvoirs publics dans le cadre d'une stratégie visant à diversifier l'économie nationale et à encourager l'innovation. L'État s'est notamment fixé comme objectif d'atteindre 20 000 start-ups d'ici la fin du mandat présidentiel, témoignant ainsi de l'importance accordée au développement de l'entrepreneuriat innovant et à la transformation numérique. (Algeria Invest, 2024)

C'est dans cette perspective que s'inscrit le présent mémoire, qui s'intéresse à ***la digitalisation des services de proximité en Algérie comme levier de formalisation et de***

INTRODUCTION GENERALE

valorisation du travail informel à travers les initiatives portées par les start-ups digitales.

L'étude vise à analyser dans quelle :

Dans quelle mesure la digitalisation des services de proximité et des missions de courte durée en Algérie, à travers les initiatives des start-up digitales, peut-elle constituer un levier de formalisation et de valorisation du travail informel ?

Afin d'approfondir cette problématique, plusieurs questions de recherche secondaires ont été formulées :

- Comment la digitalisation influence-t-elle les formes d'organisation et les modes de travail dans les services de proximité et les missions de courte durée en Algérie ?
- Dans quelle mesure les plates-formes numériques développées par les start-up peuvent-elles contribuer à la formalisation et à la reconnaissance du travail dans un contexte largement informel ?
- Quels impacts la digitalisation des services de proximité peut-elle exercer sur la structuration des activités et sur la valorisation des compétences des travailleurs ?

Dans le cadre de cette recherche, les hypothèses suivantes ont été formulées :

✓ **Hypothèse 1 :** La digitalisation des services de proximité et des missions de courte durée en Algérie peut favoriser la formalisation du secteur informel en introduisant des pratiques plus structurées, traçables et transparentes.

✓ **Hypothèse 2 :** Les plates-formes numériques développées par les start-ups digitales peuvent contribuer à améliorer la visibilité et la valorisation des compétences des travailleurs exerçant dans les services de proximité.

L'objectif principal de cette recherche est d'analyser la contribution de la digitalisation, à travers les initiatives des start-up numériques, à l'organisation des services de proximité en Algérie ainsi qu'à la formalisation progressive des activités relevant du secteur informel. Plus précisément, il s'agit d'examiner dans quelle mesure les solutions numériques peuvent structurer les missions de courte durée, accroître la visibilité des prestataires et améliorer l'organisation de ces activités.

Afin de répondre à la problématique de recherche, une démarche méthodologique articulée autour d'une approche théorique et d'une approche empirique a été adoptée. Dans un premier temps, une revue de la littérature a permis d'explorer les concepts relatifs à la digitalisation, aux mutations des formes de travail, au travail informel, aux services de proximité et au rôle des start-up dans les processus d'innovation et de transformation économique. Cet apport théorique a contribué à éclairer les enjeux de la digitalisation des services de proximité et à

INTRODUCTION GENERALE

mettre en évidence les mécanismes par lesquels les technologies numériques peuvent participer à l'organisation et à la structuration de ces activités.

Dans un second temps, une étude empirique a été réalisée auprès d'utilisateurs potentiels afin d'évaluer leur perception et leur degré d'acceptation d'une application dédiée aux services de proximité. Les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire, choisi pour sa capacité à collecter de manière structurée les opinions et les perceptions des répondants. Cet outil a notamment permis d'identifier les avantages perçus de la plateforme, de mesurer l'intérêt qu'elle suscite et d'analyser les facteurs pouvant influencer son adoption. Il présente également l'avantage de faciliter la collecte de données auprès d'un nombre important de participants tout en permettant une exploitation quantitative des résultats.

Enfin, afin de répondre aux objectifs de la recherche et d'assurer une organisation cohérente de l'étude, ce mémoire est structuré en deux chapitres. Le premier chapitre est consacré au cadre théorique, dans lequel sont analysés les concepts de digitalisation, de travail informel, de services de proximité ainsi que le rôle des start-ups dans les dynamiques d'innovation et de transformation des activités économiques. Le deuxième chapitre est dédié à l'étude empirique portant sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité. Il présente la méthodologie de recherche adoptée, l'analyse des résultats obtenus à partir du questionnaire ainsi que la discussion des résultats en lien avec les hypothèses formulées

Introduction

Le développement rapide des technologies numériques transforme en profondeur les modes de production, d'organisation et de travail au sein des économies contemporaines. Cette mutation, portée par la digitalisation, ne se limite pas à une simple modernisation des outils, mais s'inscrit dans une recomposition plus large des structures économiques et sociales. Elle favorise l'émergence de nouvelles formes d'emploi, redéfinit les relations professionnelles et ouvre la voie à des modèles organisationnels innovants, notamment à travers l'essor des plateformes numériques et des startups. Dans ce contexte, les économies caractérisées par une forte présence du secteur informel, à l'image de l'Algérie, se trouvent confrontées à des enjeux spécifiques. Le travail informel, bien qu'il constitue une source importante de revenus et de dynamisme économique, demeure marqué par des limites en termes de régulation, de protection sociale et de reconnaissance institutionnelle. Parallèlement, les services de proximité occupent une place centrale dans la vie quotidienne, tout en étant largement ancrés dans des logiques informelles.

Dès lors, la question de la digitalisation apparaît comme un levier potentiel de transformation et de formalisation de ces activités. L'émergence des startups numériques, en particulier celles reposant sur des plateformes de mise en relation, ouvre de nouvelles perspectives en matière d'organisation des services de proximité et d'intégration progressive des acteurs informels dans des cadres plus structurés. Ce premier chapitre propose ainsi d'examiner les fondements théoriques de cette problématique. Il s'articule autour de trois axes principaux : l'analyse des dynamiques de la digitalisation et de leurs effets sur le travail, l'étude du travail informel et des services de proximité dans le contexte algérien, et enfin, l'exploration du rôle des startups digitales comme vecteur d'innovation et de formalisation des activités économiques.

Section 1 : La digitalisation et les nouvelles dynamiques du travail

La digitalisation constitue aujourd'hui un facteur majeur de transformation des organisations et des modes de travail. Elle s'accompagne de l'émergence de nouvelles dynamiques professionnelles qui redéfinissent les relations d'emploi, les compétences requises et les modalités d'exécution des tâches. Dans ce contexte, les entreprises et les travailleurs s'adaptent progressivement à un environnement de plus en plus numérisé et flexible. Cette évolution soulève des enjeux importants en matière d'organisation du travail et de gestion des ressources humaines.

1.1 La digitalisation : concepts, enjeux et évolution

1.1.1 Définition de la digitalisation

La digitalisation est définie dans la littérature de différentes manières selon les auteurs. Elle est d'abord présentée comme « *l'utilisation des technologies numériques afin de transformer les processus, améliorer les activités et créer de nouveaux modèles d'affaires* » (Schallmo, 2018, p. 11), Elle est également considérée comme « *un processus impliquant la création, l'application et l'utilisation de technologies numériques pour transformer les interactions entre les acteurs économiques et sociaux* » (Katrin, 2022, p. 442)

Par ailleurs, certains auteurs la décrivent comme « *l'intégration des technologies numériques dans les activités économiques et organisationnelles, produisant des transformations mesurables des processus et des performances* » (Faucher, 2023, p. 7), Nous pouvons, donc définir la digitalisation comme un processus d'intégration des technologies numériques au sein des organisations, afin de transformer les modes de fonctionnement, les pratiques professionnelles et les interactions entre les acteurs. Elle ne se limite pas à l'introduction des outils technologiques mais implique une réorganisation des processus, une évolution des compétences et une redéfinition des modèles de gestion.

1.1.2 La transformation numérique des organisations

La transformation numérique un changement organisationnel déclenché par les technologies numériques, intégrant à la fois des dimensions technologiques et humaines dans la reconfiguration des processus, des structures et des modèles d'affaires des entreprises. (Hess, Matt, & Benlian, 2016, pp. 123-139)

Elle ne se limite pas à l'adoption de technologies, mais implique également des modifications des mentalités, des compétences et des modèles de création de valeur afin d'améliorer les performances organisationnelles. Il s'agit dès lors de l'intégration des technologies numériques dans tous les aspects opérationnels de l'organisation, vise à repenser les modèles d'affaires pour répondre aux exigences d'un environnement concurrentiel en rapide évolution. (Schilirò, 2024, p. 71)

Nous pouvons, donc retenir que la transformation numérique des organisations est un processus global et stratégique, qui ne se limite pas à l'adoption d'outils digitaux, mais implique une redéfinition des processus internes, une restructuration des modes de fonctionnement, une évolution des compétences professionnelles, et une réorganisation des relations avec les clients et les parties prenantes internes et externes. Ce processus vise à créer de la valeur, à renforcer l'agilité organisationnelle et à soutenir la performance dans un

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

environnement dynamique et numérisé. Enfin, la transformation numérique s'inscrit souvent dans une démarche d'innovation continue et nécessite un alignement stratégique clair entre les technologies, la culture organisationnelle et les objectifs de l'entreprise.

1.1.3 Technologies numériques et systèmes d'information

Les technologies numériques regroupent l'ensemble des outils et infrastructures permettant de créer, stocker, traiter et partager des informations sous forme numérique, comme les ordinateurs, logiciels, applications, réseaux et plateformes digitales (Bharadwaj, El Sawy, & Pavlou, 2013, pp. 471–482). Elles ne servent pas uniquement à disposer d'outils techniques, mais permettent également aux organisations de mieux organiser le travail, de communiquer efficacement et de prendre des décisions plus rapides et précises (Orlikowski & Scott, 2008, pp. 433–474)

Une application mobile illustre parfaitement ce lien entre technologie numérique et système d'information. En tant qu'outil, l'application constitue une technologie numérique permettant de traiter, stocker et transmettre des données aux utilisateurs. Mais lorsqu'elle collecte, organise et transmet ces informations pour soutenir des décisions ou des actions au sein d'un projet ou d'une organisation, elle devient un composant d'un système d'information. Autrement dit, l'application mobile ne se limite pas à sa fonction technique : elle fait partie intégrante d'un système plus large qui combine outils, données et processus pour produire une information exploitable et créer de la valeur.

1.2 La digitalisation et les transformations des formes d'organisation du travail

1.2.1 Nouvelles formes d'emploi et travail à la demande

Le développement de l'économie numérique a favorisé l'émergence de nouvelles formes d'emploi qui s'éloignent progressivement du modèle traditionnel du travail salarié à temps plein et à durée indéterminée. Cette transformation du marché du travail se manifeste notamment par :

- Le développement du travail indépendant numérique, incluant les activités de freelance, l'auto-entrepreneuriat digital ainsi que les prestations de conseil réalisées en ligne
- L'essor du travail flexible ou à temps partiel, caractérisé par des horaires adaptables et une sélection des missions selon les besoins des travailleurs et des organisations

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

- La généralisation du télétravail et du travail à distance grâce à l'utilisation des technologies numériques permettant l'exercice d'une activité professionnelle en dehors du lieu de travail classique
- L'expansion du travail à la demande (« gig work » ou « on-demand work »), fondé sur des missions ponctuelles réalisées principalement via des plateformes numériques.

Ces nouvelles formes d'emploi se distinguent par une plus grande flexibilité organisationnelle et une autonomie accrue des travailleurs dans la gestion de leurs activités professionnelles. Toutefois, elles s'accompagnent également d'une relation d'emploi souvent plus précaire et moins stable que celle du salariat traditionnel. (Stefano, 2016, pp. 471-504) (OCDE, 2019, pp. 326-330)

a) Le travail à la demande

Aussi appelé gig work ou platform work, il désigne des activités professionnelles où des travailleurs effectuent des missions ponctuelles ou courtes, mises en relation avec des clients via des plateformes digitales. Cette forme d'emploi repose sur des algorithmes et des applications mobiles qui organisent l'offre et la demande, attribuent des tâches, et gèrent des aspects comme le paiement et l'évaluation, Kenney & Zysman souligne que cette forme d'emploi modifie les rapports traditionnels entre travailleurs et employeurs, transformant la nature du contrat de travail et les protections associées. (Kenney & Zysman, 2016, pp. 61-69)

1.2.1.a.1 Caractéristiques principales

- Flexibilité temporelle : choix des missions et des horaires.
- Absence de contrat traditionnel : les travailleurs sont souvent classés comme indépendants.
- Dépendance à la plateforme : algorithmes déterminent l'accès aux missions.
- Rémunération basée sur les tâches : paiement à la mission ou à la performance.

1.2.2 L'économie des plateformes et les services digitaux

L'économie des plateformes se réfère à un modèle économique dans lequel des plateformes digitales servent de médiateurs entre différents utilisateurs, favorisant des échanges directs, souvent à grande échelle, tout en tirant parti des effets de réseau. Dans ce modèle, la valeur n'est pas seulement créée par la production, mais par la connexion et l'interaction entre les acteurs économiques. Les plateformes digitales créent de la valeur en facilitant les interactions entre producteurs et consommateurs, en réduisant les coûts de

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

transaction, et en exploitant les données générées par ces interactions. Ce modèle se distingue des modèles traditionnels basés sur la production de biens physiques vers une logique centrée sur l'intermédiation, la donnée et les services digitaux. (Geoffrey , Parker, & Marshall , 2020, pp. 139-144)

1.3 Opportunités et défis de la digitalisation du travail

1.3.1 Gains de productivité et d'efficacité

La digitalisation permet d'automatiser les tâches répétitives, optimiser les processus et faciliter l'accès à l'information, ce qui accroît la productivité et l'efficacité organisationnelle. Les travailleurs peuvent se concentrer sur des missions à plus forte valeur ajoutée, tandis que les systèmes numériques réduisent les coûts et les erreurs. (Brynjolfsson & McAfee, 2014, pp. 50-62)

1.3.2 Flexibilité et transformation des relations de travail

Les technologies numériques offrent une flexibilité temporelle et géographique, favorisant le télétravail, le travail indépendant et des horaires modulables. Cette flexibilité améliore l'adaptation des travailleurs à leurs besoins, mais peut aussi conduire à une instabilité de l'emploi et un affaiblissement des protections sociales. (Stefano, 2016, pp. 471-504)

1.3.3 Limites et risques de la digitalisation

La digitalisation, malgré ses nombreux apports, présente plusieurs limites et risques qu'il convient de considérer. Tout d'abord, elle repose sur une collecte massive de données, ce qui soulève des enjeux importants en matière de protection de la vie privée et d'exploitation des informations personnelles. Ensuite, elle accentue les inégalités entre les acteurs, notamment en raison de la concentration du pouvoir informationnel entre les grandes entreprises technologiques. Par ailleurs, la digitalisation transforme le marché du travail en rendant certaines compétences obsolètes, ce qui peut engendrer des risques d'exclusion professionnelle.

De plus, le recours aux systèmes automatisés peut entraîner une réduction de l'autonomie décisionnelle, les individus étant de plus en plus influencés par des algorithmes. Enfin, la dépendance aux technologies numériques expose les individus et les organisations à des risques techniques et sociaux. Ainsi, la digitalisation nécessite une approche encadrée afin de limiter ses effets négatifs et garantir un usage équilibré des technologies. (Zuboff, 2019, pp. 23-24, 33, 64-65, 87-88, 90, 191-192, 480-485)

Section 2 : Le travail informel et les services de proximité dans l'économie algérienne

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

Dans l'économie algérienne, le travail informel occupe une place importante et constitue une source de revenus pour une grande partie de la population active. Ce secteur regroupe diverses activités exercées en dehors des cadres réglementaires et administratifs formels. Parallèlement, les services de proximité connaissent un développement croissant en raison des besoins quotidiens des ménages et des transformations socio-économiques. Ces activités, souvent caractérisées par leur flexibilité et leur accessibilité, jouent un rôle essentiel dans la création d'emplois et dans la dynamique économique locale. Toutefois, elles soulèvent également des enjeux liés à la protection sociale, à la stabilité de l'emploi et à la régulation du travail.

2.1 Le travail informel : concepts et caractéristiques

2.1.1 Définition du secteur informel :

« Le secteur informel peut être décrit, d'une façon générale, comme un ensemble d'unités produisant des biens ou des services en vue principalement de créer des emplois et des revenus pour les personnes concernées. Ces unités ayant un faible niveau d'organisation, opèrent à petite échelle et de manière spécifique, avec peu ou pas de division entre le travail et le capital en tant que facteurs de production. Les relations d'emploi lorsqu'elles existent sont surtout fondées sur l'emploi occasionnel, les liens de parenté ou les relations personnelles et sociales plutôt que sur des accords contractuels comportant des garanties en bonne et due forme. » (Organisation internationale du Travail, 2013, p. 12)

Le secteur informel se caractérise par son absence d'intégration dans les systèmes institutionnels officiels (comptabilité, régulation, fiscalité) et par des formes d'organisation du travail souvent non-formalisées et à petite échelle (Lavigne Delville, 1996, p. 15)

2.1.2 Typologies du travail informel

Le travail informel constitue une réalité complexe et variée qui recouvre une diversité de situations, d'activités et de statuts professionnels. Afin de mieux appréhender ce phénomène, plusieurs chercheurs et institutions internationales ont proposé des typologies permettant de distinguer les différentes formes d'emploi informel. Selon l'Organisation internationale du Travail, la distinction fondamentale s'opère entre le secteur informel et l'emploi informel. Le secteur informel regroupe les unités économiques non enregistrées ou non réglementées, tandis que l'emploi informel désigne les emplois dépourvus de protection sociale, qu'ils soient exercés dans le secteur formel ou informel. Cette approche élargie met en évidence que l'informalité ne se limite pas aux petites activités de subsistance, mais concerne également des formes d'emploi précaires au sein d'entreprises structurées. (Organisation internationale du Travail, 2013, p. 15)

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

Dans cette perspective, Jacques Charmes (2012) propose une typologie fondée sur la nature des activités et des statuts professionnels. Il distingue notamment :

- Les travailleurs indépendants informels, qui exercent une activité pour leur propre compte sans enregistrement officiel (vendeurs ambulants, artisans, etc.)
- Les employeurs informels, à la tête de micro-entreprises non déclarées
- Les travailleurs familiaux non rémunérés, souvent présents dans les économies en développement
- Les salariés informels, employés sans contrat de travail formel ni protection sociale. (Charmes J. , 2012, pp. 124-132)

Par ailleurs, Martha Chen, figure majeure des études sur l'économie informelle, propose une classification basée sur les conditions d'emploi et le degré de vulnérabilité. Elle distingue deux grandes catégories :

- Le segment supérieur de l'informel, constitué d'activités relativement stables et génératrices de revenus (micro-entrepreneurs, travailleurs qualifiés)
- Le segment inférieur, regroupant des travailleurs précaires, faiblement rémunérés et exposés à des risques élevés (travailleurs journaliers, domestiques, etc.). (Chen, 2012, pp. 15-17)

D'autres travaux, notamment ceux de Banque mondiale, mettent en avant une typologie reposant sur la logique d'insertion dans l'informel. Ils distinguent :

- L'informel de subsistance, motivé par l'absence d'opportunités dans le secteur formel
- L'informel volontaire ou entrepreneurial, résultant d'un choix stratégique visant à éviter les contraintes réglementaires et fiscales. (la Banque mondiale, 2019, pp. 70-80)

Enfin, certains auteurs soulignent l'existence d'une informalité hybride, caractérisée par des formes intermédiaires entre formel et informel, notamment dans le contexte de la digitalisation et de l'économie de plateforme. Cette évolution tend à brouiller les frontières traditionnelles du travail informel, en introduisant de nouvelles formes d'emploi atypiques. En somme, la typologie du travail informel met en évidence la complexité et la diversité de ce phénomène. Elle permet de dépasser une vision homogène de l'informalité et constitue un

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

outil analytique essentiel pour comprendre ses dynamiques, ses déterminants et ses implications économiques et sociales.

2.1.3 Facteurs expliquant le développement de l'informalité

Le développement du travail informel s'explique par une combinaison de facteurs économiques, institutionnels et sociaux. Loin d'être un phénomène marginal, l'informalité s'inscrit dans des dynamiques structurelles qui caractérisent de nombreuses économies, en particulier dans les pays en développement. Tout d'abord, les contraintes du marché du travail formel constituent un facteur déterminant. Selon l'Organisation internationale du Travail (OIT, 2013), l'incapacité du secteur formel à absorber l'ensemble de la main-d'œuvre disponible pousse une grande partie de la population active vers des activités informelles. Le chômage élevé, le sous-emploi et la rareté des emplois stables favorisent ainsi le recours à des formes d'emploi non déclarées, souvent considérées comme des solutions de survie.

Ensuite, les contraintes institutionnelles et réglementaires jouent un rôle majeur. D'après Banque mondiale, la lourdeur des procédures administratives, le coût élevé de la formalisation (fiscalité, charges sociales, enregistrement) ainsi que la complexité des réglementations incitent certains agents économiques à opérer en dehors du cadre légal. Dans cette perspective, l'informalité peut apparaître comme une stratégie rationnelle visant à éviter les contraintes imposées par l'environnement institutionnel.

Par ailleurs, les facteurs socio-économiques contribuent largement à l'expansion de l'informalité. Jacques Charmes souligne que la pauvreté, la croissance démographique rapide et le faible niveau de qualification de la main-d'œuvre favorisent l'intégration dans des activités informelles. En l'absence de capital humain suffisant ou d'accès aux opportunités formelles, les individus se tournent vers des activités à faible barrière d'entrée, souvent peu productives et précaires. (Organisation internationale du Travail, 2013, p. 23)

De plus, Martha Chen met en évidence le rôle de la vulnérabilité économique et sociale dans l'orientation vers l'informel. Les populations les plus fragiles (femmes, jeunes, travailleurs peu qualifiés) sont particulièrement exposées à ce type d'emploi, en raison de discriminations, d'un accès limité aux ressources et d'un manque de protection sociale. L'informalité devient alors un espace d'insertion économique par défaut. (Chen, 2012, pp. 15-17)

Enfin, les transformations contemporaines, notamment la digitalisation de l'économie, participent à l'émergence de nouvelles formes d'informalité. Bien qu'elles offrent des opportunités d'activité, les plateformes numériques peuvent également favoriser des formes d'emploi atypiques, caractérisées par une faible régulation et une protection sociale limitée.

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

Cette évolution contribue à brouiller les frontières entre formel et informel. Ainsi, le développement de l’informalité résulte d’un ensemble de facteurs interdépendants. Il traduit à la fois les défaillances du marché du travail, les limites des cadres institutionnels et les inégalités socio-économiques, ce qui en fait un phénomène complexe et multidimensionnel. (Chen, 2012, pp. 15-17)

2.2 Le travail informel en Algérie : ampleur et enjeux

2.2.1 Rôle économique et sociale

Le secteur informel occupe une place importante dans l’économie algérienne, tant sur le plan économique que social. Il constitue un véritable levier d’absorption du chômage et joue un rôle essentiel dans la création d’emplois, notamment pour les catégories les plus vulnérables. Selon les travaux empiriques menés en Algérie, notamment par Bounoua, l’emploi informel représente une forme d’ajustement du marché du travail face aux déséquilibres économiques. En effet, dans un contexte marqué par une insuffisance de création d’emplois formels, ce secteur permet à une grande partie de la population active de générer des revenus et d’assurer sa subsistance. (Bounoua, 2015, pp. 13-21)

Par ailleurs, le secteur informel joue un rôle de stabilisateur social. Il contribue à atténuer les effets du chômage et de la pauvreté en offrant des opportunités d’emploi accessibles, notamment aux jeunes, aux femmes et aux travailleurs peu qualifiés. Dans cette optique, il constitue une alternative économique pour les individus exclus du secteur formel. (Bounoua, 2015, pp. 13-21). Cependant, son importance économique ne se limite pas à la création d’emplois. Comme le souligne le rapport du Fonds monétaire international, l’économie informelle représente une part significative de l’activité économique globale, influençant la croissance et les dynamiques de production. Néanmoins, cette contribution reste difficile à mesurer en raison de son caractère non déclaré.

Ainsi, le secteur informel apparaît comme un élément structurant de l’économie algérienne, combinant à la fois une fonction économique (création de richesse et d’emplois) et une fonction sociale (réduction des tensions sociales) (Fonds monétaire international, 2021, pp. 8, 14–16)

2.2.2 Les défis de la formalisation du secteur informel

La formalisation du secteur informel constitue un enjeu majeur pour les pouvoirs publics en Algérie. Car il se heurte à plusieurs obstacles structurels et institutionnels. D’une part, les

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

contraintes réglementaires et administratives représentent un frein important. Les procédures d'enregistrement, la fiscalité et les obligations sociales sont souvent perçues comme complexes et coûteuses, ce qui dissuade les acteurs informels de s'intégrer dans le secteur formel. Comme le montrent les travaux d'Adair et Bellache, le non-respect de la réglementation permet aux micro-entreprises informelles de réduire leurs coûts et de maintenir leur compétitivité. D'autre part, l'absence d'accès au financement formel constitue un obstacle majeur. De nombreuses activités informelles reposent sur des ressources personnelles ou des circuits de financement informels, en raison de la difficulté d'accès au crédit bancaire. Cette situation limite leur capacité de développement et leur transition vers la formalité. (Adair & Bellache, 2012, pp. 5-34)

Enfin, la nature même du secteur informel, caractérisée par sa flexibilité et sa faible régulation, rend sa formalisation complexe. Les acteurs peuvent percevoir l'informalité comme un choix rationnel leur permettant d'échapper aux contraintes du système formel. (Adair & Bellache, 2012)

2.2.3 Les impacts sur les travailleurs et sur l'économie

Le développement du secteur informel engendre des effets ambivalents, à la fois positifs et négatifs, sur les travailleurs et sur l'économie nationale. Du point de vue des travailleurs, l'informalité offre des opportunités d'emploi, mais elle s'accompagne de conditions de travail précaires. Les travailleurs informels sont généralement exclus des systèmes de protection sociale, ce qui les expose à une forte vulnérabilité économique et sociale. Le Fonds monétaire international souligne que l'informalité limite l'accès à la protection sociale et accentue les inégalités, notamment entre les catégories de population.

Par ailleurs, l'emploi informel touche particulièrement les jeunes, les femmes et les personnes peu qualifiées, renforçant ainsi les inégalités structurelles du marché du travail. Sur le plan économique, l'informalité présente des effets contrastés. D'un côté, elle contribue à la création de richesses et à la dynamisation de certains secteurs d'activité. De l'autre, elle entraîne des pertes importantes pour l'État, notamment en matière de recettes fiscales et de cotisations sociales. En effet, le développement du secteur informel réduit les ressources publiques disponibles pour financer les services collectifs et les politiques sociales.

De plus, l'économie informelle peut engendrer des distorsions de concurrence, dans la mesure où les entreprises informelles ne respectent pas les mêmes obligations que les entreprises formelles. Par conséquent, le secteur informel apparaît comme un phénomène ambivalent : s'il constitue une solution face aux dysfonctionnements du marché du travail, il

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

représente également un défi majeur pour le développement économique et social de l'Algérie. (Fonds monétaire international, 2021, pp. 8, 14–16)

2.3 Les services de proximité : rôle et évolution

2.3.1 Définition et typologie des services de proximité

Les services de proximité désignent l'ensemble des activités qui répondent aux besoins quotidiens des ménages et des entreprises sur un territoire local, et qui se caractérisent par une proximité géographique, sociale et fonctionnelle entre l'offre et la demande. Ils englobent des services de base tels que les commerces de quartier, la réparation, les services domestiques, le transport léger, ainsi que les services personnels (coiffure, entretien, assistance, etc.). Selon Talandier & Beuret, les services de proximité se définissent comme des activités non délocalisables, qui répondent à des besoins immédiats des habitants et structurent le tissu socio-économique local (Talandier & Beuret, 2014, pp. 235-243), Talandier et Beuret, définissent 4 catégories :

- Les services marchands de base : Commerces alimentaires, supérettes, artisans réparateurs.
- Les services à la personne : Assistance domestique, garde d'enfants, soins à domicile.
- Les services légers et de mobilité : Transport urbain, services de livraison, taxis de proximité.
- Les services professionnels locaux : Conseils, petites prestations techniques ou administratives. (Talandier & Beuret, 2014, pp. 235-243)

2.3.2 Importance des services de proximité dans l'économie

Selon (Lévy, 2011) les services de proximité occupent une place stratégique dans l'économie locale et nationale. Ils contribuent à :

- La création d'emplois : Les services de proximité génèrent de l'emploi, souvent accessible à des personnes peu qualifiées ou exclues du marché formel, ce qui en fait un vecteur important pour l'insertion professionnelle.
- La dynamisation de l'activité locale : Ils participent à la vitalité économique des quartiers et des villes moyennes, en favorisant la circulation monétaire locale et en améliorant l'accessibilité des biens et services essentiels.

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

- La réponse aux besoins sociaux : Les services tels que l'assistance aux personnes âgées, la garde d'enfants ou les prestations domestiques contribuent au bien-être social et à l'équilibre des modes de vie. (Lévy, 2011, pp. 42, 44–45, 47–48, 52)

2.3.3 Les services de proximité dans un contexte d'informalité

Dans les pays en développement, y compris l'Algérie, une part importante des services de proximité s'exerce de manière informelle, hors du cadre juridique et réglementaire officiel. Ces activités informelles répondent à des contraintes structurelles du marché du travail, telles que : L'insuffisance d'emplois formels, Des coûts d'entrée élevés dans l'économie formelle, La nécessité de revenus immédiats pour les ménages. Dans ce contexte, les services de proximité informels comprennent souvent : Le commerce ambulant, Les activités domestiques non déclarées, Les services de transport léger gérés indépendamment. Selon Charmes, dans une étude sur les activités informelles dans les pays émergents, les services de proximité informels jouent un rôle crucial dans l'économie locale en absorbant une main-d'œuvre non qualifiée et en offrant un accès immédiat à des besoins essentiels, tout en échappant aux mécanismes de régulation formelle (Charmes J. , 2016, pp. 24–25, 28–29)

Section 3 Les startups digitales comme levier d'innovation et de formalisation des activités informelles

Face aux transformations numériques et aux mutations du marché du travail, les startups digitales apparaissent comme de nouveaux acteurs économiques en pleine expansion. Leur développement s'inscrit dans une dynamique d'innovation visant à répondre aux nouveaux besoins des consommateurs et des travailleurs. Dans plusieurs secteurs d'activité, ces entreprises numériques introduisent de nouvelles formes d'organisation du travail et de prestation de services. Dans le contexte algérien, elles suscitent un intérêt croissant en raison de leur capacité à accompagner l'évolution des activités économiques et des services de proximité.

3.1 Le concept de startup et l'entrepreneuriat innovant

3.1.1 Définition et caractéristiques d'une startup

Selon Steve Blank, une start-up est « *une organisation temporaire à la recherche d'un modèle économique répétable et scalable* ». Cette définition met l'accent sur le caractère expérimental de la start-up, qui n'est pas encore une entreprise stable, mais une structure en phase de recherche et d'adaptation. (Steve Blank, 2013, p. 66)

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

De son côté, Eric Ries définit la start-up comme « *une institution humaine conçue pour créer un nouveau produit ou service dans des conditions d'incertitude extrême* ». Cette approche insiste sur le contexte d'incertitude et d'innovation dans lequel évoluent les start-ups, ainsi que sur leur capacité à tester rapidement des idées. (Eric Ries, 2011, p. 27)

Selon Nicolas Colin et Henri Verdier, une start-up se distingue par certaines caractéristiques essentielles :

- Innovation forte : elle développe des produits ou services nouveaux ou améliore significativement des solutions existantes.
- Croissance rapide : elle vise une expansion accélérée du marché et des usages.
- Modèle scalable : ses solutions sont conçues pour être facilement reproduites ou étendues.
- Usage intensif des technologies numériques : l'innovation repose souvent sur le digital, le logiciel, la plateforme ou les données. (Colin & Verdier, 2014, pp. 35–38, 52–55)

3.1.2 Les startups dans l'économie numérique

Dans le contexte de l'économie numérique, les start-ups occupent une place centrale en tant qu'acteurs clés de l'innovation et de la transformation des modèles économiques. L'économie numérique se caractérise par l'intégration des technologies de l'information et de la communication dans l'ensemble des activités économiques, ce qui entraîne des changements profonds dans les modes de production, de distribution et de consommation. Les start-ups numériques se distinguent par leur capacité à exploiter les technologies digitales telles que le cloud computing, les données massives (Big data), les plateformes en ligne et l'intelligence artificielle afin de proposer des solutions innovantes. Elles se caractérisent également par leur agilité organisationnelle, leur flexibilité et leur aptitude à s'adapter rapidement aux évolutions du marché.

En outre, ces entreprises contribuent à la création de valeur, à la stimulation de la concurrence et à l'émergence de nouveaux modèles d'affaires. Elles jouent ainsi un rôle essentiel dans la dynamisation de l'économie et dans la transformation des secteurs traditionnels. Ainsi, les start-ups apparaissent comme des acteurs stratégiques de l'économie numérique, en raison de leur capacité à innover et à répondre aux nouveaux besoins des consommateurs. (Organisation de coopération et de développement économiques, 2015, pp. 126-186)

3.1.3 Le rôle de l'innovation technologique

L'innovation technologique constitue un levier fondamental dans le développement des start-ups et dans la dynamique de l'économie numérique. Elle renvoie à l'introduction de nouvelles technologies ou à l'amélioration significative de technologies existantes, permettant la création de produits, de services ou de processus innovants. Dans ce cadre, l'innovation technologique joue un rôle déterminant dans la transformation des modèles économiques. Elle permet aux entreprises de se différencier, d'accroître leur productivité et de renforcer leur compétitivité sur des marchés de plus en plus digitalisés. Les start-ups, en particulier, s'appuient sur ces innovations pour proposer des solutions disruptives capables de répondre à des besoins émergents et de transformer les pratiques traditionnelles.

Par ailleurs, l'intégration des technologies numériques telles que l'intelligence artificielle, le big data ou encore les plateformes digitales favorise l'émergence de nouveaux modes d'organisation et de nouvelles formes de création de valeur. Cette dynamique contribue également à accélérer les processus d'innovation, en facilitant l'expérimentation, la collaboration et l'accès à l'information. De ce fait, l'innovation technologique apparaît comme un facteur clé de croissance et de transformation économique, en particulier dans un contexte marqué par la digitalisation croissante des activités. (Bpifrance, 2021, pp. 45-46)

3.2 L'écosystème des startups en Algérie

L'écosystème des startups en Algérie s'est progressivement développé au cours des dernières années, porté par l'intérêt croissant pour l'innovation et l'entrepreneuriat. Il regroupe différents acteurs qui participent à la création et à l'accompagnement des jeunes entreprises. Dans ce contexte, les initiatives publiques et privées jouent un rôle important dans la structuration de cet environnement. Cet écosystème reste en pleine évolution et reflète les dynamiques actuelles de transformation économique du pays.

3.2.1 Politiques publiques de soutien à l'innovation et développement des startups

L'écosystème des start-ups en Algérie a connu une transformation importante depuis 2020, marquée par la création d'un cadre institutionnel dédié, la mise en place de dispositifs de soutien et une volonté gouvernementale affirmée de faire de l'innovation un moteur de croissance économique. La création du ministère de l'Économie de la Connaissance, des Start-ups et des Micro-entreprises constitue une étape structurante de cette politique publique, ayant pour objectif de mettre l'innovation et l'entrepreneuriat au cœur de la diversification économique du pays.

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

Dans ce cadre, les pouvoirs publics ont adopté plusieurs mesures concrètes pour encourager le développement des start-ups. Parmi elles figurent la mise en place de mécanismes institutionnels tels que le « label start-up » et le « label projet innovant », qui permettent aux jeunes entreprises innovantes d'accéder à des facilitations administratives, à des avantages fiscaux et à des dispositifs de financement.

Le gouvernement algérien a aussi développé des programmes de soutien comme le Algerian Startup Fund (ASF), un fonds public de capital-risque destiné à financer les projets innovants, et des structures d'accompagnement comme Algeria Venture, chargée d'accompagner les start-ups tout au long de leurs phases de création et de croissance. (Ministère de l'Economie de la Connaissance, 2026), Ces politiques publiques s'inscrivent dans une stratégie plus large visant à diversifier l'économie nationale hors hydrocarbures, à générer des emplois pour les jeunes diplômés et à stimuler l'innovation technologique dans différents secteurs. (Cap DZ, 2026)

3.2.2 Enjeux de l'entrepreneuriat numérique

L'entrepreneuriat numérique en Algérie présente des enjeux importants à la fois économiques, sociaux et structurels. D'une part, l'innovation numérique est perçue comme un levier de croissance, de création d'emplois qualifiés et de diversification de l'économie, particulièrement dans un contexte où l'emploi formel traditionnel reste insuffisant. Les start-ups numériques peuvent répondre aux besoins du marché local et international en proposant des solutions technologiques innovantes adaptées aux défis contemporains. (Cap DZ, 2026)

D'autre part, le développement de l'entrepreneuriat numérique est confronté à plusieurs enjeux structurels. L'un des principaux défis réside dans la nécessité de renforcer les capacités de financement, notamment en capital-risque, pour soutenir les projets innovants à fort potentiel de croissance. Bien que des fonds publics existent, le rôle des investisseurs privés demeure crucial pour assurer la pérennité et l'essor des start-ups. Un autre enjeu concerne la capacité des start-ups algériennes à accéder à des marchés plus vastes, à intégrer des réseaux internationaux d'innovation et à développer des produits compétitifs à l'échelle régionale et mondiale. Cela requiert non seulement des compétences techniques et managériales, mais aussi une maturité de l'écosystème entrepreneurial, en particulier en matière d'accompagnement, de réglementation et d'infrastructures numériques. (Khenifsa, 2025)

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

Ainsi, l'entrepreneuriat numérique en Algérie est un facteur essentiel de transformation socio-économique, mais il nécessite des efforts concertés des pouvoirs publics, du secteur privé et des institutions éducatives pour lever les obstacles structurels et promouvoir un environnement propice à l'innovation durable.

3.3 Les plateformes numériques et la formalisation des services de proximité

3.3.1 Fonctionnement des plateformes de services

Les plateformes numériques de services sont des dispositifs technologiques qui mettent en relation directe des prestataires de services et des clients, en facilitant l'échange via une interface digitale (application mobile ou site web). Elles reposent sur un modèle d'intermédiation numérique, où la plateforme organise l'offre et la demande, assure la visibilité des services, et encadre les transactions (paiement, notation, suivi). Selon Parker, Van Alstyne & Choudary (2016), une plateforme fonctionne comme un marché numérique structuré, reposant sur :

- La mise en relation d'acteurs (prestataires / clients).
- L'utilisation d'algorithmes pour organiser les interactions.
- La création de confiance via des systèmes d'évaluation (notations, avis).
- La standardisation des services et des transactions. (Parke, Marshall , & Sangeet , 2016, pp. 3–5, 30–34, 178–181)

3.3.2 Le rôle potentiel des startups dans la formalisation du travail informel

Les start-ups digitales jouent un rôle clé dans la formalisation des activités informelles, notamment à travers la création de plateformes numériques adaptées aux besoins locaux. En développant des solutions technologiques innovantes, elles permettent de structurer des activités auparavant non déclarées, en introduisant des mécanismes formels tels que :

- La digitalisation des transactions (paiement électronique)
- La traçabilité des revenus
- L'identification des prestataires
- L'encadrement des relations de travail.

Dans ce sens, les start-ups contribuent à transformer les services informels en activités semi-formelles ou formelles, en facilitant leur intégration dans l'économie officielle. Elles jouent

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

également un rôle d'intermédiation qui permet d'améliorer la visibilité, la crédibilité et la professionnalisation des prestataires.

Selon Kenney & Zysman, les plateformes issues des start-ups numériques participent à la reconfiguration du marché du travail, en créant de nouvelles formes d'organisation qui peuvent servir de pont entre informalité et formalité (Kenney & Zysman, 2016, pp. 61-69)

Conclusion

L'analyse théorique des concepts développés dans ce chapitre met en évidence les transformations profondes qui affectent aujourd'hui les dynamiques économiques et sociales, sous l'impulsion de la transformation numérique. Celle-ci ne se limite pas à une simple diffusion des technologies, mais s'inscrit dans un processus global de recomposition des modes d'organisation du travail, des modèles économiques et des interactions entre les acteurs. Dans cette perspective, le travail informel apparaît comme une composante structurelle des économies contemporaines, et particulièrement du contexte algérien. Il constitue à la fois un mécanisme d'insertion économique et un moyen de subsistance pour une large partie de la population, tout en étant marqué par des formes de précarité, une absence de protection sociale et une faible intégration institutionnelle. Les services de proximité, qui occupent une place centrale dans la satisfaction des besoins quotidiens, s'inscrivent largement dans cette logique informelle, révélant ainsi les limites du marché du travail formel et les capacités d'adaptation des acteurs économiques.

Parallèlement, l'émergence des start-ups, notamment dans l'économie numérique, introduit de nouvelles dynamiques d'innovation et de structuration des activités économiques. En s'appuyant sur les technologies digitales, ces entreprises développent des solutions capables de transformer les modes traditionnels de prestation de services, en particulier à travers les plateformes numériques qui facilitent la mise en relation entre offre et demande. Ces dispositifs contribuent à organiser, rendre visibles et tracer des activités auparavant informelles, ouvrant ainsi la voie à leur formalisation progressive.

Dès lors, l'articulation entre transformation numérique, travail informel, services de proximité et développement des start-ups met en lumière une dynamique de transition vers des formes d'organisation plus structurées et intégrées. Les innovations portées par les start-ups digitales apparaissent comme un levier potentiel de formalisation, en permettant d'encadrer les activités, de sécuriser les transactions et de renforcer la visibilité des acteurs économiques. Toutefois, cette évolution soulève également des enjeux importants en matière

Chapitre 1 : transformation numérique, travail informel et émergence des start-ups dans les services de proximité

de régulation, de protection des travailleurs et d'inclusion économique, qui conditionnent la durabilité de ces transformations.

Ainsi, ce chapitre théorique met en évidence que la transformation numérique, en interaction avec les dynamiques de l'économie informelle et l'essor des start-ups, constitue un cadre d'analyse pertinent pour comprendre les mutations actuelles des services de proximité. Cette lecture intégrée offre une base conceptuelle essentielle pour appréhender, dans la suite du travail, les conditions dans lesquelles les solutions digitales peuvent contribuer à la formalisation et à la structuration durable des activités économiques en Algérie.

Introduction

Après avoir présenté les fondements théoriques relatifs à la transformation numérique, au travail informel et à l'émergence des start-ups dans les services de proximité, il apparaît essentiel de confronter ces éléments conceptuels à la réalité du terrain. Ce chapitre empirique s'inscrit dans cette démarche en proposant une analyse des perceptions et des comportements des individus vis-à-vis d'une application digitale dédiée à la mise en relation pour les services de proximité.

L'objectif principal de cette étude est d'évaluer le niveau d'acceptation d'une solution numérique permettant de structurer et de faciliter l'accès aux services de proximité, souvent exercés dans un cadre informel. Il s'agit également d'identifier les besoins, les attentes et les freins potentiels liés à l'utilisation d'une telle application, tant du point de vue des demandeurs de services que des prestataires. Pour ce faire, une enquête quantitative a été menée à travers un questionnaire administré auprès d'un échantillon de 250 répondants. Les données collectées permettent d'analyser les pratiques actuelles, les difficultés rencontrées ainsi que les motivations et intentions d'usage des individus d'une plateforme numérique.

Ainsi, ce chapitre vise à répondre à la problématique de recherche, en mettant en évidence les conditions d'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité dans le contexte algérien. Il est structuré autour de la présentation de la démarche méthodologique, de l'analyse des résultats obtenus et de leur interprétation

Section 1 : La démarche méthodologique de la recherche

1.1 L'objectif et cadre de l'étude empirique

L'étude empirique s'inscrit dans une logique de validation des apports théoriques développés dans le premier chapitre. Elle vise principalement à analyser le niveau d'acceptation d'une application digitale permettant de faciliter la mise en relation entre particuliers dans le cadre des services de proximité. Plus précisément, cette recherche poursuit plusieurs objectifs :

- Identifier les besoins des utilisateurs en matière de services de proximité
- Analyser les pratiques actuelles de recours à ces services, souvent informelles
- Évaluer les difficultés rencontrées lors de ces interactions (confiance, qualité, paiement, etc.)
- Mesurer l'intérêt pour une plateforme digitale et les avantages attendus

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

- Examiner la disposition des individus à utiliser ou proposer des services via une application.

Le cadre de l'étude repose sur une approche centrée sur les utilisateurs potentiels, incluant à la fois les clients (demandeurs de services) et les prestataires (offreurs de services). Cette double approche permet d'obtenir une vision globale du fonctionnement du marché des services de proximité et d'évaluer la pertinence d'une solution digitale dans ce domaine.

1.2 La méthode de collecte des données :

Dans le cadre de cette recherche, la collecte des données a été réalisée à travers une approche quantitative, reposant sur l'administration d'un questionnaire structuré. Ce choix méthodologique se justifie d'abord par le fait qu'il permet de rassembler un volume important d'informations auprès d'un large échantillon de 250 répondants, ce qui renforce la représentativité des résultats. De plus, cette démarche facilite l'analyse statistique des réponses afin d'identifier des tendances générales, tout en offrant la possibilité de comparer les comportements et les perceptions entre différentes catégories d'individus, à savoir les clients et les prestataires. Cette méthode garantit également une réelle objectivité dans la collecte, grâce à l'utilisation de questions standardisées. Conçu de manière précise, le questionnaire intègre principalement des questions fermées ainsi que quelques questions ouvertes, permettant ainsi de recueillir à la fois des données quantitatives et des éléments qualitatifs. Sa diffusion en ligne a permis d'atteindre un public diversifié sur l'ensemble du territoire algérien. En définitive, cette méthode apparaît parfaitement adaptée à l'objectif de l'étude, qui consiste à analyser les intentions d'usage et les perceptions des individus vis-à-vis d'une application digitale.

1.3 Échantillon et méthode d'analyse :

L'étude a été menée auprès d'un échantillon de 250 répondants, composé d'individus aux profils variés en termes d'âge, de situation professionnelle et de rôle dans les services de proximité (clients ou prestataires). Cet échantillon inclut aussi bien des personnes ayant déjà eu recours à des services de proximité que des individus susceptibles de proposer leurs compétences contre rémunération. Concernant la méthode de traitement, les données collectées ont été traitées à l'aide de Julius AI, une plateforme d'analyse de données basée sur l'intelligence artificielle. Cet outil permet d'exploiter et d'interpréter des données quantitatives de manière automatisée à partir de fichiers Excel ou CSV, en générant des tableaux, graphiques et analyses statistiques descriptives. L'utilisation de cet outil a permis d'organiser les données recueillies, de calculer les fréquences et pourcentages des réponses, ainsi que d'identifier les principales tendances et comportements des répondants. Les résultats

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

obtenus ont ensuite été présentés sous forme de tableaux et de représentations graphiques afin de faciliter leur interprétation.

L'analyse adoptée repose principalement sur une approche descriptive visant à :

- Identifier les besoins et attentes des utilisateurs
- Analyser les comportements liés aux services de proximité
- Évaluer l'intérêt des répondants pour une application digitale
- Mettre en évidence les difficultés rencontrées dans les pratiques actuelles.

Cette méthode d'analyse permet ainsi d'obtenir une vision claire et structurée des perceptions des individus concernant la digitalisation des services de proximité et de formuler des conclusions cohérentes avec les objectifs de la recherche.

Section 2 Analyse et interprétation des résultats

2.1 Profil des répondants

Cette partie de l'étude présente une analyse descriptive approfondie du profil des répondants ayant participé à l'enquête sur les services de proximité en Algérie. Les croisements réalisés permettent d'identifier des tendances significatives et de mieux comprendre les caractéristiques des utilisateurs et des prestataires potentiels.

2.1.1 Répartition selon le genre

Tableau 1 : Répartition selon le genre

Genre	Effectif	Pourcentage
Femme	190	76 %
Homme	60	24 %
Total	250	100 %

Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats montrent une forte représentation féminine au sein de l'échantillon, les femmes représentant 76 % des répondants contre 24 % pour les hommes. Cette dominance féminine peut s'expliquer par une sensibilité plus marquée aux enquêtes liées aux services de proximité, à l'organisation du quotidien ou encore aux opportunités d'activités complémentaires.

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

2.1.2 Répartition selon l'âge

Tableau 2 : Répartition selon l'âge

Tranche d'âge	Effectif	Pourcentage
Moins de 18 ans	1	0.4%
18 – 24 ans	107	42,8 %
25 – 34 ans	112	44,8 %
35 – 44 ans	13	5,2 %
45 – 54 ans	10	4 %
55 ans et plus	7	2,8 %
Total	250	100 %

Source : Données de l'enquête (2026)

La population interrogée est majoritairement jeune. Les tranches 18–24 ans et 25–34 ans représentent à elles seules près de 88 % des répondants. Cela traduit une forte participation des jeunes adultes, population généralement plus connectée aux outils numériques et plus concernée par les nouvelles formes de services digitalisés.

2.1.3 Situation professionnelle

Tableau 3 : Répartition selon Situation professionnelle

Situation	Effectif	Pourcentage
Étudiant(e)	94	37,6 %
Salarié(e)	66	26,4 %
En recherche d'emploi	62	24,8 %
Travailleur indépendant	28	11,2 %
Total	250	100 %

Source : Données de l'enquête (2026)

Les étudiants constituent la catégorie la plus représentée (37,6 %), suivis des salariés (26,4 %) et des personnes en recherche d'emploi (24,8 %). Cette structure confirme l'intérêt particulier des jeunes actifs et des personnes en quête d'opportunités économiques pour les services de proximité et les plateformes génératrices de revenus complémentaires.

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

2.1.4 Positionnement : client ou prestataire :

Tableau 4 : Positionnement client ou prestataire

Positionnement	Effectif	Pourcentage
Prestataire	132	52,8 %
Client	118	47,2 %
Total	250	100 %

Source : Données de l'enquête (2026)

Les répondants se répartissent de manière relativement équilibrée entre clients potentiels (47,2 %) et prestataires potentiels (52,8 %). Cette répartition constitue un point positif pour l'étude, car elle permet de recueillir simultanément les attentes de la demande et les motivations de l'offre.

Synthèse générale du profil des répondants

L'échantillon étudié se compose majoritairement de femmes, de jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans, avec une forte présence d'étudiants et de salariés. Par ailleurs, la répartition entre clients et prestataires reste équilibrée, avec une légère dominance des prestataires potentiels.

Ces caractéristiques traduisent un public particulièrement réceptif aux solutions digitales facilitant l'accès aux services de proximité, tout en révélant l'existence d'un vivier potentiel de main-d'œuvre disponible pour des missions ponctuelles.

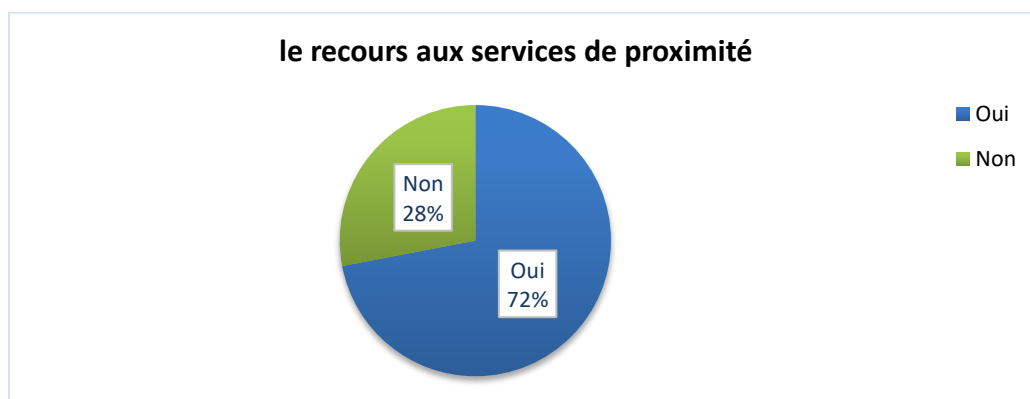
2.2 Perception des services de proximité :

Cette partie de l'étude vise à analyser les perceptions et les pratiques des répondants à l'égard des services de proximité. Elle permet de mettre en évidence l'importance de ces services dans la vie quotidienne, ainsi que les modalités de leur utilisation et les principales difficultés rencontrées. Cette analyse contribue à mieux comprendre le fonctionnement de ce secteur.

2.2.1 Perception des clients :

a) Recours aux services de proximité :

Figure 1 : Recours aux services de proximité



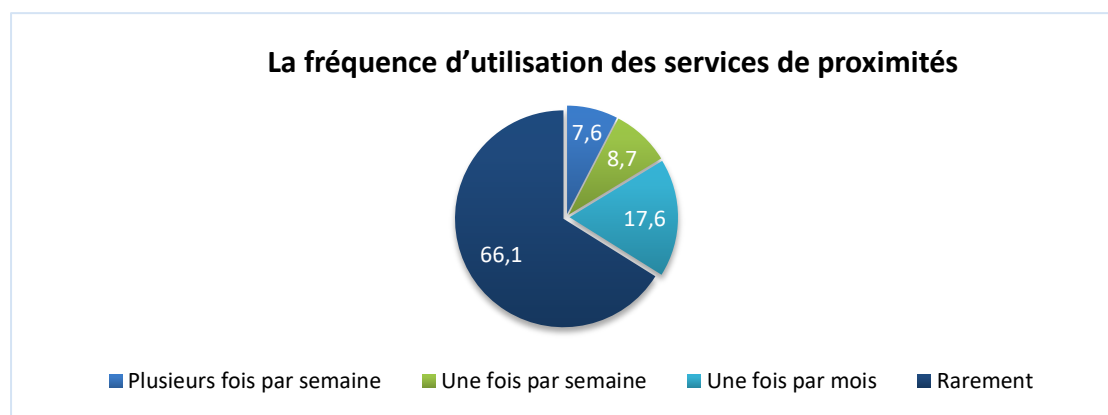
Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats montrent que 72% des répondants ont déjà fait appel à un tiers pour des services de proximité, contre 28% qui ne l'ont jamais fait. Cela indique une utilisation majoritaire et déjà bien ancrée de ces services dans le quotidien des individus. Cette tendance confirme l'existence d'un besoin réel de recours à des prestataires pour des tâches ponctuelles. Elle met en évidence un marché déjà actif, où les utilisateurs sont habitués à externaliser certaines missions. Dans ce contexte, une application de mise en relation apparaît pertinente pour simplifier et structurer cette demande existante

b) La fréquence d'utilisation

Figure 2 : La fréquence d'utilisation

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

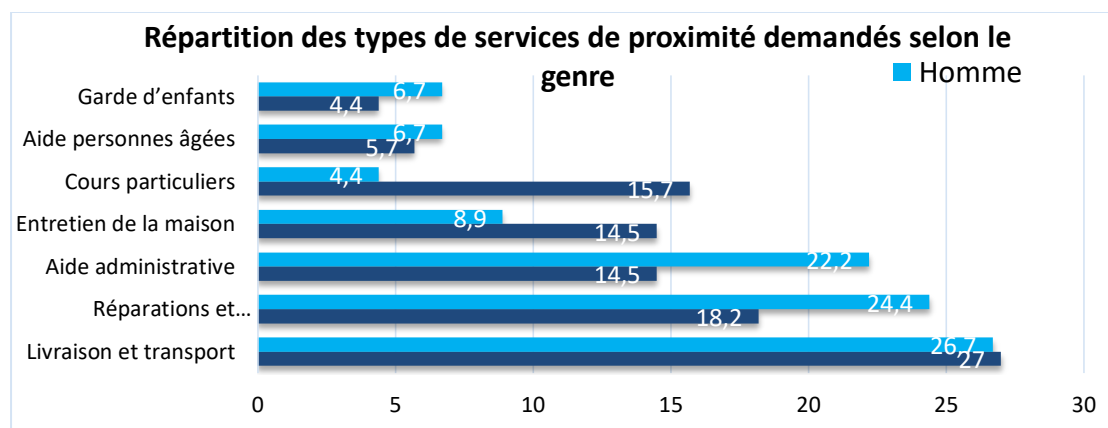


Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats montrent que l'usage des services de proximité est principalement occasionnel, avec 66,1% des répondants qui y recourent rarement, 17,6% une fois par mois, 8,7% une fois par semaine et 7,6% plusieurs fois par semaine. Cette répartition est cohérente avec la nature même des services de proximité et des missions de courte durée, qui ne nécessitent pas un recours régulier mais interviennent plutôt en fonction de besoins ponctuels. Ce caractère irrégulier est donc normal et reflète un mode de consommation basé sur la demande immédiate. Dans ce contexte, ces résultats renforcent l'intérêt d'une application de mise en relation, capable de faciliter l'accès rapide aux prestataires au moment où le besoin se présente, plutôt que de répondre à une utilisation continue.

c) Types de services demandés

Figure 3 : Répartition des types de services de proximité demandés selon le genre



Source : Données de l'enquête (2026)

L'analyse croisée entre le genre et les types de services de proximité demandés met en évidence certaines différences dans les besoins exprimés par les hommes et les femmes. Les résultats montrent tout d'abord que les services de livraison et de transport d'objets représentent la catégorie la plus sollicitée par les deux groupes, avec 27 % chez les femmes

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

contre 26,7 % chez les hommes. Cette tendance traduit l'importance croissante accordée à la rapidité, au gain de temps et à la flexibilité dans l'organisation des tâches quotidiennes.

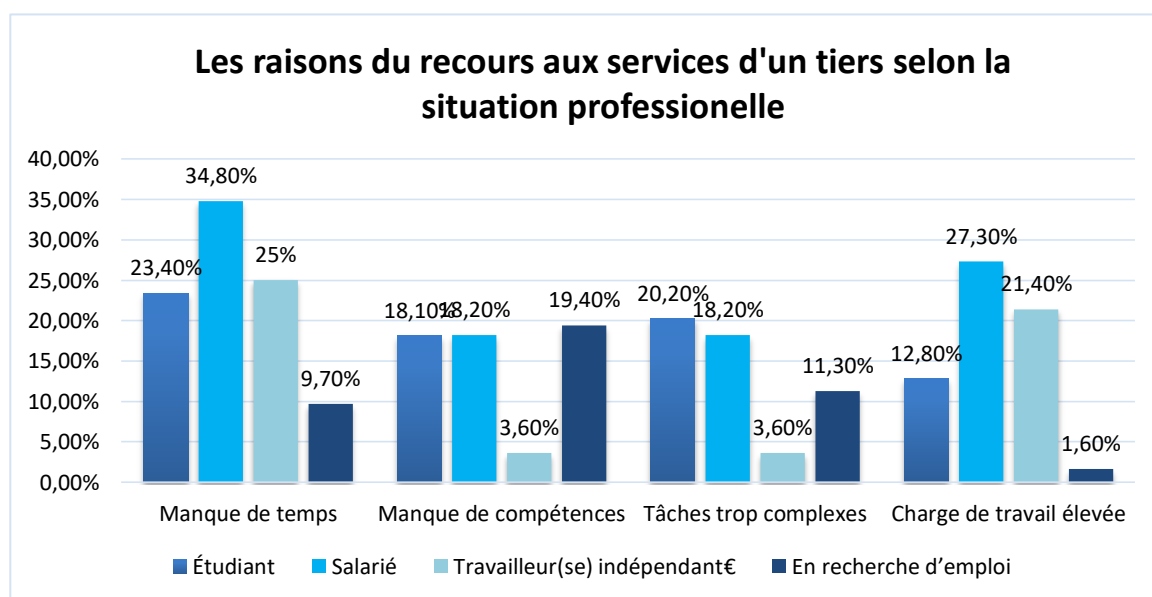
Les hommes apparaissent davantage orientés vers les services liés aux réparations et au bricolage, avec 24,4 % contre 18,2 % chez les femmes. Cette différence peut être liée aux représentations sociales encore présentes dans la société algérienne, où les tâches techniques et les travaux manuels sont généralement davantage associés au rôle masculin. De même, l'aide administrative est plus sollicitée par les hommes (22,2 %) que par les femmes (14,5 %), ce qui peut s'expliquer par une plus grande implication des femmes dans la gestion des démarches administratives et de l'organisation quotidienne.

À l'inverse, les femmes expriment un intérêt plus important pour les cours particuliers, avec 15,7 % contre 4,4 % chez les hommes, ainsi que pour les services liés à l'entretien de la maison (14,5 % contre 8,9 %). Ces résultats reflètent encore une certaine répartition traditionnelle des rôles éducatifs et domestiques dans la société algérienne.

En revanche, les écarts restent relativement faibles concernant les services d'aide aux personnes âgées et de garde d'enfants. Les hommes représentent 6,7 % pour chacune de ces catégories, contre respectivement 5,7 % et 4,4 % chez les femmes. Cette proximité des résultats montre que certains besoins tendent progressivement à concerner l'ensemble des utilisateurs, indépendamment du genre. Dans l'ensemble, ce croisement met ainsi en évidence la diversité des besoins liés aux services de proximité et confirme l'intérêt de développer une plateforme digitale capable de répondre à des attentes variées.

d) Les raisons du recours aux services d'un tiers selon la situation professionnelle

Figure 4 : Répartition des principales raisons du recours à un tiers selon la situation professionnelle



Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

Source : Données de l'enquête (2026)

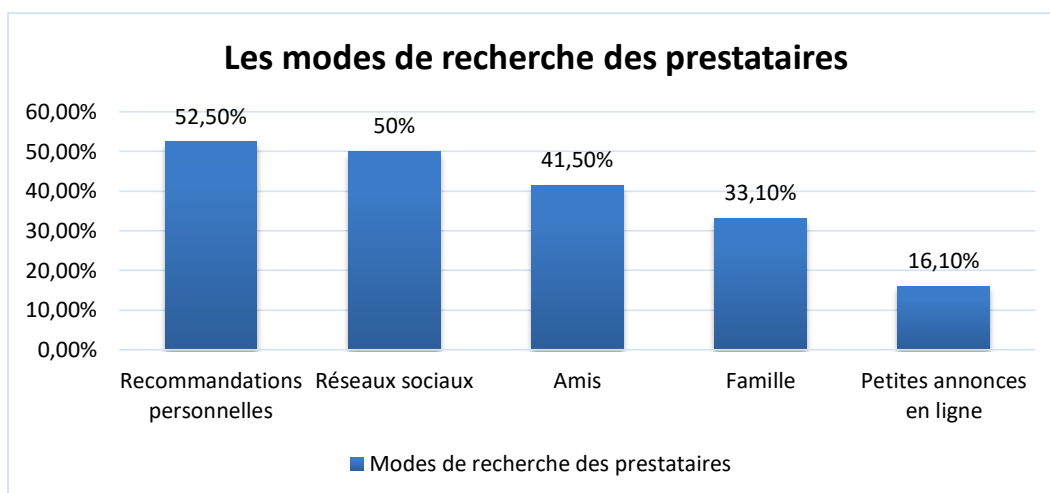
L'analyse croisée entre les principales raisons du recours à un tiers et la situation professionnelle met en évidence des différences importantes selon le profil des répondants. Les salariés apparaissent comme la catégorie la plus concernée par le manque de temps, avec un taux de 34,8 %, ainsi que par la charge de travail élevée (27,3 %). Ces résultats traduisent les contraintes professionnelles auxquelles sont confrontées les personnes actives, souvent amenées à rechercher des solutions rapides et flexibles afin d'alléger leur quotidien et de mieux gérer leur temps.

Les travailleurs indépendants présentent également des proportions relativement élevées concernant le manque de temps (25 %) et la charge de travail (21,4 %). Cette tendance peut s'expliquer par le rythme souvent instable et exigeant des activités indépendantes, qui nécessite une organisation plus flexible et favorise le recours à des services de proximité. Du côté des étudiants, les principales raisons évoquées concernent le manque de temps (23,4 %) ainsi que les tâches jugées trop complexes (20,2 %). Ces résultats peuvent être liés à la charge académique, mais également à un manque d'expérience dans certaines tâches administratives, techniques ou pratiques du quotidien. Enfin, les personnes en recherche d'emploi se distinguent davantage par le manque de compétences (19,4 %), alors que la charge de travail représente un facteur très faible (1,6 %). Cela montre que le recours à un tiers dans cette catégorie est davantage motivé par le besoin d'assistance ou d'accompagnement que par des contraintes liées au temps ou au travail.

Dans l'ensemble, ce croisement montre que les motivations du recours aux services de proximité varient fortement selon la situation professionnelle des répondants. Les contraintes liées au travail, au temps disponible ou encore aux compétences personnelles influencent directement les besoins exprimés par les utilisateurs. Ces résultats soulignent ainsi l'importance de développer une plateforme digitale flexible et adaptée à la diversité des attentes et des réalités quotidiennes des différents profils d'utilisateurs.

e) Les modes de recherche des prestataires

Figure 5 : Modes de recherche des prestataires



Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats de cette question, formulée sous forme de choix multiples, montrent que les répondants privilégient principalement les recommandations personnelles (52,5 %) ainsi que les réseaux sociaux (50 %) pour trouver un prestataire. Les amis (41,5 %) et la famille (33,1 %) constituent également des canaux importants dans le processus de recherche.

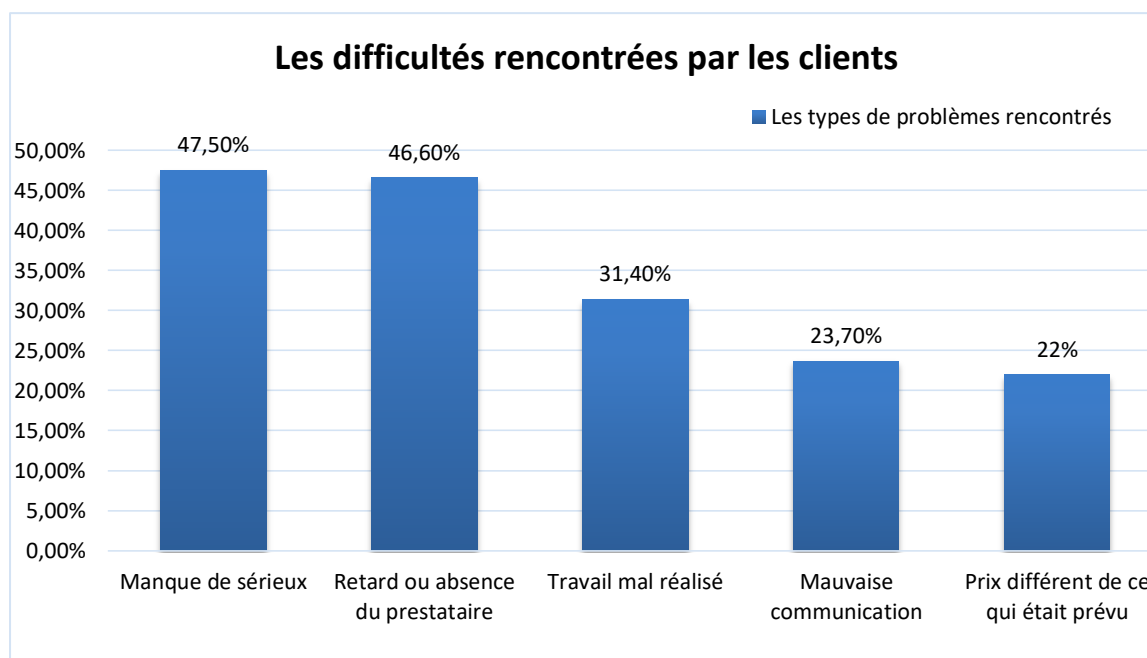
Ces résultats traduisent le caractère encore largement informel du marché des services de proximité, où la confiance et les relations personnelles jouent un rôle central dans la mise en relation entre clients et prestataires.

Par ailleurs, les petites annonces en ligne restent relativement peu utilisées (16,1 %), tandis que la catégorie « autre » représente une part marginale (6,8 %). Cette situation met en évidence une faible utilisation des plateformes structurées et confirme le potentiel important de développement des solutions digitales dans ce secteur.

f) Les différentes difficultés rencontrées par les clients

Figure 6 : types de problèmes rencontrés

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité



Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats de cette question, formulée sous forme de réponses multiples, montrent que les principaux problèmes rencontrés lors du recours aux prestataires sont le manque de sérieux (47,5 %) ainsi que le retard ou l'absence du prestataire (46,6 %), ce qui constitue les difficultés les plus fréquemment citées par les répondants. Le travail mal réalisé reste également un problème important (31,4 %), suivi par la mauvaise communication (23,7 %). Enfin, le prix différent de ce qui était prévu est mentionné par 22 % des répondants, ce qui met en évidence une certaine insatisfaction liée au manque de clarté dans les tarifs et dans les engagements pris au départ.

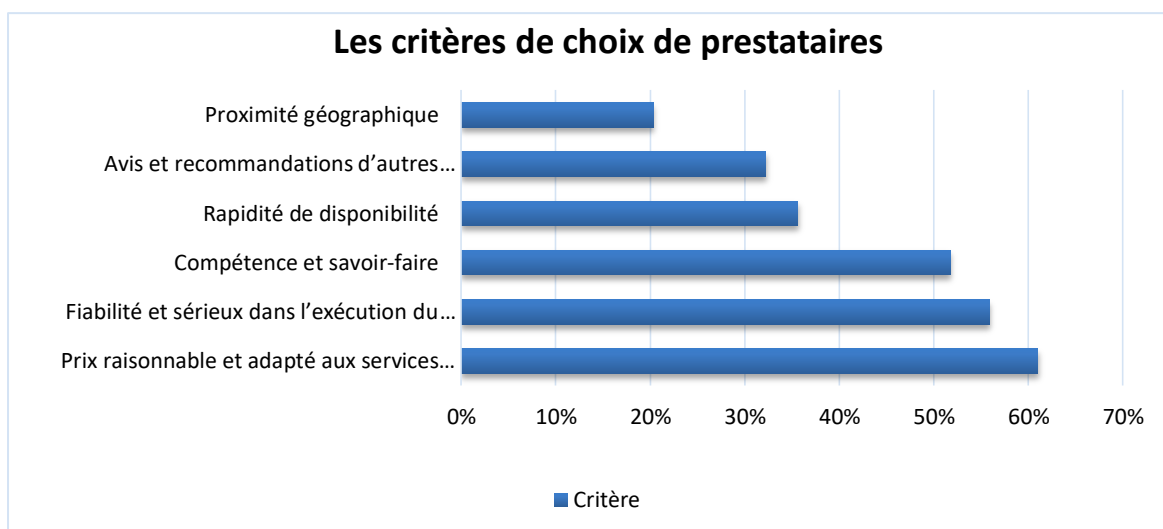
Ces éléments montrent que les difficultés ne sont pas uniquement liées à la réalisation de la prestation, mais aussi à la gestion de la relation entre le client et le prestataire, notamment en termes de fiabilité et de transparence.

Dans ce contexte, ces résultats donnent du sens à l'intérêt d'un outil plus structuré de mise en relation, qui permettrait non seulement de mieux encadrer les prestataires, mais aussi de rendre les informations plus claires en amont (prix, disponibilité, qualité), afin de réduire les écarts entre attentes et réalité.

g) Les critères de choix de prestataire

Figure 7 : Les critères de choix de prestataire

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité



Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats de cette question montrent que les critères de choix des prestataires reposent principalement sur des considérations économiques et de qualité de service. En effet, le prix raisonnable et adapté aux services demandés arrive en tête avec 61 %, suivi de la fiabilité et du sérieux dans l'exécution du travail (55,9 %), ainsi que de la compétence et du savoir-faire (51,7 %). Ces résultats montrent que les clients accordent une importance particulière à la valeur globale de la prestation, en combinant à la fois le coût et la qualité attendue du service.

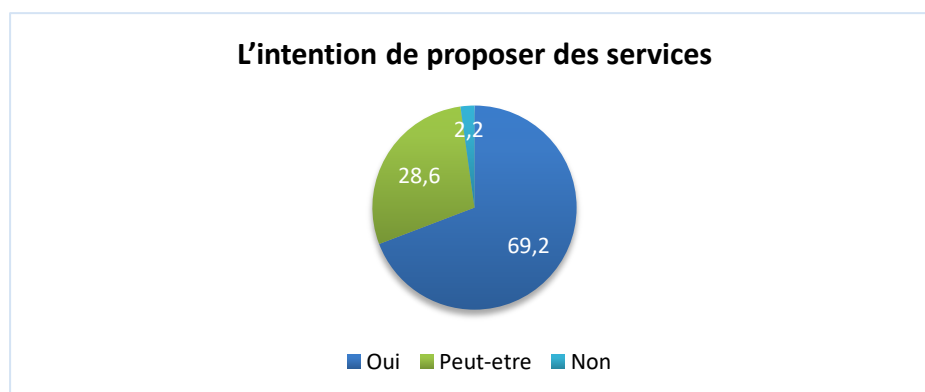
Par ailleurs, la rapidité de disponibilité (35,6 %) et les avis ou recommandations d'autres personnes (32,2 %) jouent également un rôle non négligeable dans le processus de sélection, ce qui souligne l'importance de la réactivité et de la réputation dans ce type de services.

Enfin, la proximité géographique apparaît comme un critère moins déterminant (20,3 %), ce qui peut s'expliquer par le fait que les utilisateurs privilégient davantage la qualité et le prix que la localisation du prestataire. Cette question, formulée sous forme de réponses multiples, confirme que le choix d'un prestataire repose sur une combinaison de facteurs rationnels et relationnels, où la confiance, la compétence et l'adéquation tarifaire occupent une place centrale

2.2.2 Perception des prestataires

a) L'intention de proposer des services

Figure 8 : Intention de proposer des services

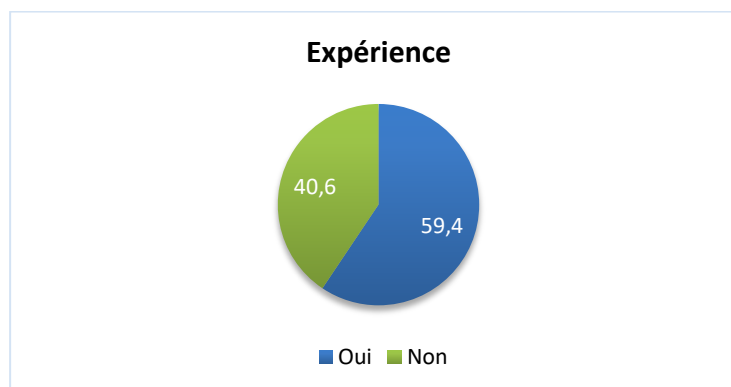


Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats montrent que 69,2 % des répondants se déclarent prêts à proposer leurs services, tandis que 28,6 % expriment une certaine hésitation. Cette répartition traduit l'existence d'un potentiel d'offre relativement important sur le marché, marqué par une disponibilité significative d'individus susceptibles de devenir prestataires. Toutefois, la présence d'une part non négligeable d'indécis suggère que cette dynamique reste conditionnée par plusieurs facteurs, tels que la confiance dans le système de mise en relation, les garanties offertes ou encore la structuration du marché des services de proximité

b) L'expérience des prestataires

Figure 9 : L'expérience des prestataires



Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats montrent que 59,4 % des répondants ont déjà réalisé des missions rémunérées, contre 40,6 % qui déclarent ne pas en avoir effectué.

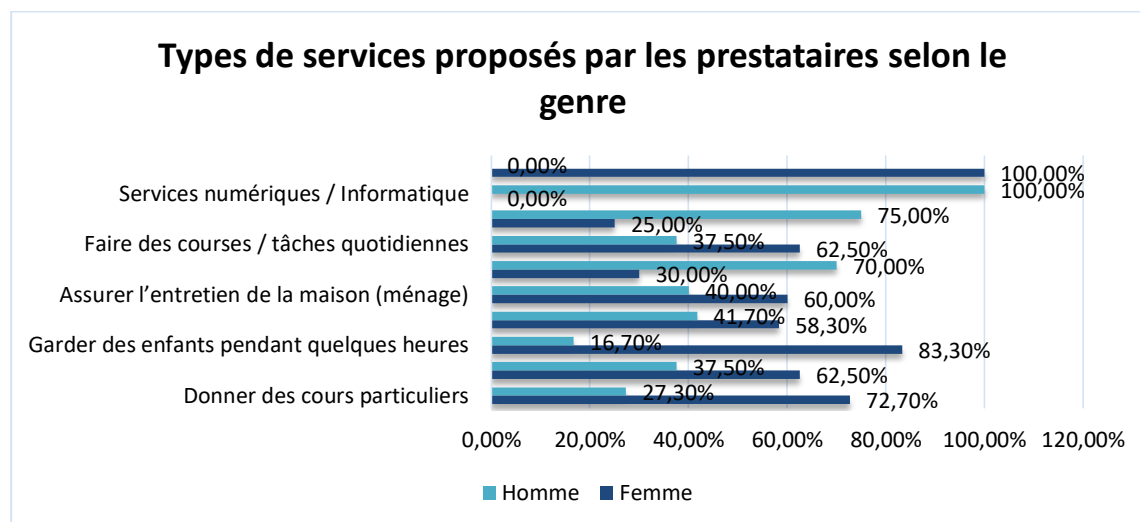
Cette répartition confirme que les services de proximité s'inscrivent déjà dans une pratique économique réelle et active, portée par une partie significative des individus interrogés. Toutefois, la présence d'une proportion importante de personnes n'ayant encore jamais exercé ce type d'activité met en évidence un potentiel de développement encore largement sous-exploité.

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

Dans ce contexte, ces résultats soulignent l'intérêt d'un dispositif plus structuré de mise en relation, tel qu'une application dédiée, qui permettrait de mieux organiser l'offre existante, de rendre visibles les prestataires disponibles et de faciliter l'accès à ces opportunités pour une plus large partie des répondants.

c) Répartition de l'offre de services de proximité par genre et nature des missions

Figure 10 : Répartition de l'offre de services de proximité par genre et nature des missions



Source : Données de l'enquête (2026)

Le croisement entre le genre des répondants et la nature des missions qu'ils sont prêts à réaliser met en évidence une structuration différenciée de l'offre de services selon le profil des individus. Les résultats montrent que les femmes sont davantage présentes dans les activités à dimension sociale et domestique, notamment les cours particuliers (72,7 %), la garde d'enfants (83,3 %) et l'aide aux démarches administratives (62,5 %). Cette tendance traduit une orientation vers des missions mobilisant des compétences relationnelles et organisationnelles.

À l'inverse, les hommes se positionnent principalement sur les missions nécessitant une dimension technique ou physique, telles que les livraisons ou le transport (70 %), ainsi que les réparations et le bricolage (75 %). Ils représentent également la totalité des profils intéressés par les services numériques et informatiques, bien que ces derniers restent marginalement cités.

Certaines missions apparaissent toutefois plus équilibrées, comme l'accompagnement des personnes âgées (58,3 % de femmes contre 41,7 % d'hommes) ou l'entretien de la maison (60 % contre 40 %), ce qui montre une répartition plus partagée entre les deux genres.

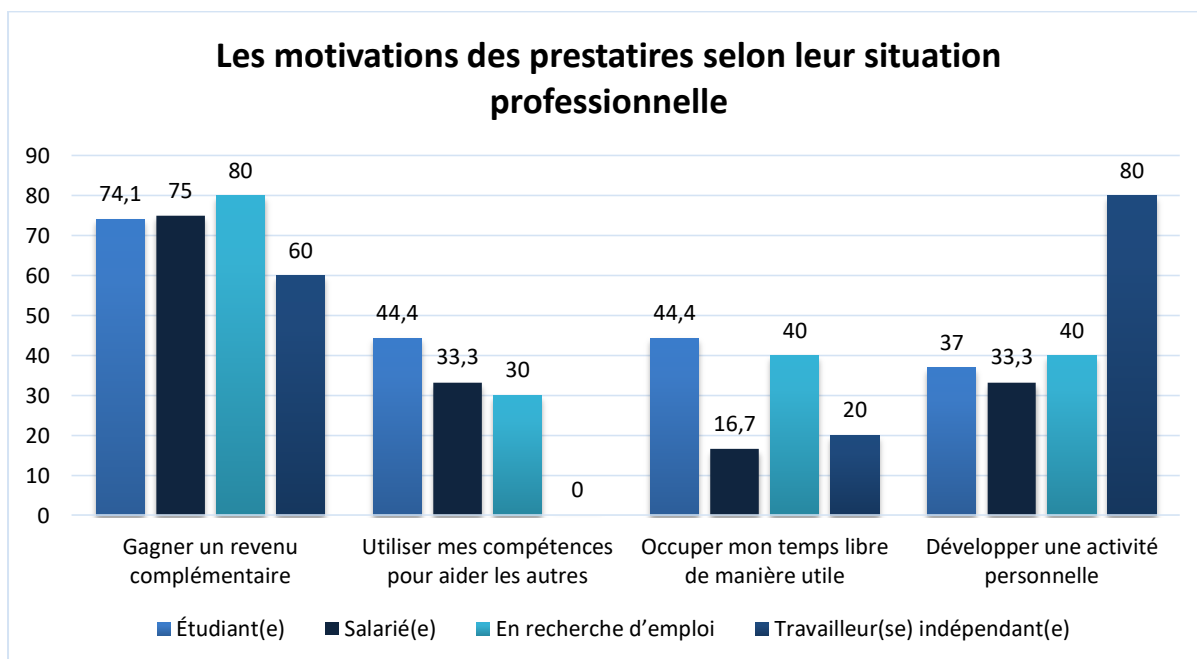
Dans l'ensemble, cette répartition indique que l'offre de services de proximité s'organise déjà selon des logiques sociales relativement structurées. Pour une application de mise en

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

relation, ces résultats sont particulièrement importants, dans la mesure où ils permettent d'anticiper des catégories de prestataires déjà bien identifiées et donc plus facilement mobilisables sur la plateforme.

d) Les motivations des prestataires selon leur situation professionnelle

Figure 11 : Analyse des facteurs de motivation des prestataires selon leur situation socio-professionnelle



Source : Données de l'enquête (2026)

Le croisement entre les motivations des répondants et leur situation professionnelle met en évidence des logiques d'engagement différentes selon le statut des individus. Les résultats montrent que la motivation principale, quel que soit le profil, reste la recherche d'un revenu complémentaire. Elle est particulièrement marquée chez les personnes en recherche d'emploi (80 %) ainsi que chez les salariés (75 %) et les étudiants (74,1 %), ce qui traduit une dimension économique centrale dans le recours aux activités de services de proximité.

Au-delà de cet aspect financier, les motivations varient selon les profils. Les étudiants se distinguent par une plus forte orientation vers des motivations multiples, notamment l'utilisation de leurs compétences pour aider les autres (44,4 %) et l'occupation utile du temps libre (44,4 %). Les personnes en recherche d'emploi partagent également cette logique d'utilité et d'activité, avec une attention particulière à l'occupation du temps (40 %).

Les travailleurs indépendants, quant à eux, se démarquent davantage par la volonté de développer une activité personnelle (80 %), ce qui s'inscrit dans une logique d'expansion ou de diversification de leur activité professionnelle. Les salariés présentent un profil plus centré

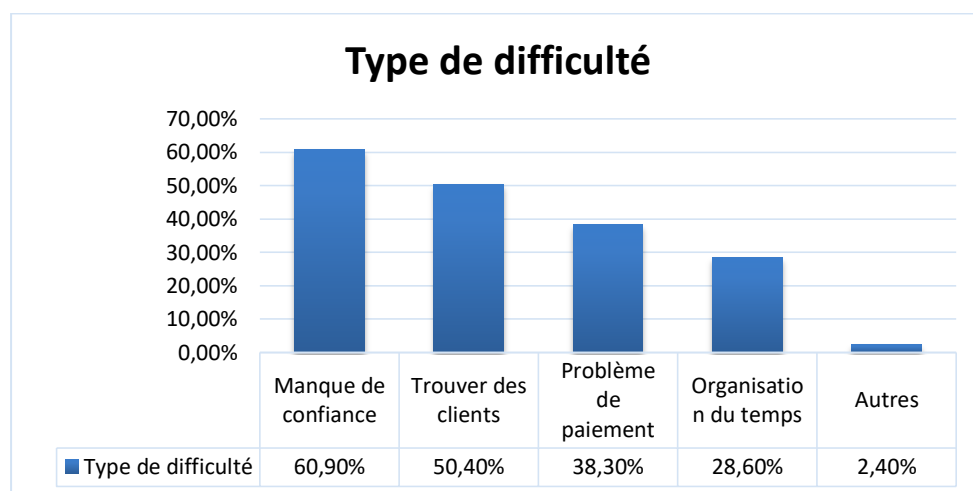
Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

sur le revenu complémentaire, avec une motivation secondaire liée au développement d'activité personnelle (33,3 %).

Dans l'ensemble, ces résultats montrent que les motivations des prestataires ne sont pas homogènes, mais dépendent fortement de leur situation professionnelle. Cette diversité confirme que le marché des services de proximité répond à des logiques à la fois économiques, utilitaires et entrepreneuriales. Dans cette perspective, ces résultats renforcent l'intérêt d'une plateforme structurée capable de s'adapter à ces différents profils, en proposant à la fois des opportunités de revenus, mais aussi un cadre permettant de valoriser les compétences et de développer des activités personnelles de manière flexible et accessible.

e) Les contraintes et difficultés rencontrées par les prestataires

Figure 12 : Les contraintes et difficultés rencontrées par les prestataires



Source : Données de l'enquête (2026)

Les résultats de cette question, formulée sous forme de réponses multiples, montrent que les prestataires font face à plusieurs contraintes dans l'exercice de leurs activités de services de proximité. La difficulté la plus importante concerne le manque de confiance (60,9 %), ce qui souligne un enjeu central dans ce secteur, à savoir la relation de fiabilité entre les prestataires et les clients. Elle est suivie par la difficulté à trouver des clients (50,4 %), ce qui met en évidence une problématique d'accès à la demande et de visibilité sur le marché. Les problèmes de paiement constituent également une contrainte significative (38,3 %), traduisant des difficultés liées à la sécurisation et à la régularité des transactions. L'organisation du temps est mentionnée par 28,6 % des répondants, ce qui reflète des contraintes de gestion et de coordination des différentes missions.

Enfin, la catégorie « autres » reste marginale (2,4 %), ce qui montre que les principales difficultés sont globalement bien identifiées et concentrées autour de quelques enjeux majeurs. Dans l'ensemble, ces résultats soulignent la nécessité de structurer ce marché à

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

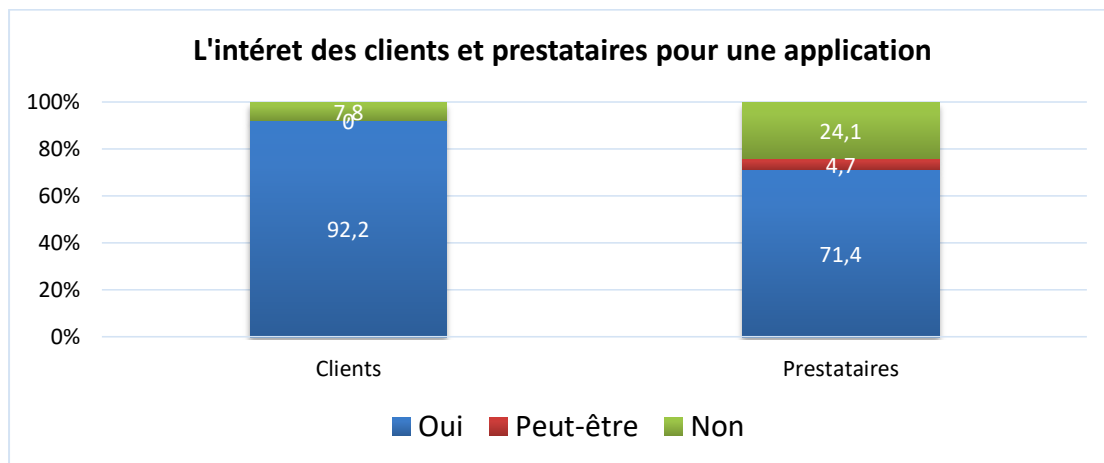
travers des solutions digitales, capables d'améliorer la mise en relation, de renforcer la confiance et d'optimiser le fonctionnement global des services de proximité.

2.3 Analyse comparative de l'intérêt pour la plateforme digitale selon le profil des utilisateurs (Clients vs Prestataires)

Cette partie vise à analyser le niveau d'acceptation d'une application digitale dédiée aux services de proximité, à travers les perceptions des clients et des prestataires. L'objectif est d'évaluer l'intérêt des utilisateurs pour une telle solution, d'identifier les avantages attendus ainsi que les éventuels freins à son adoption.

2.3.1 Le niveau d'intérêt des clients et prestataires pour une plateforme digitale

Figure 13 : Comparaison des intentions d'adoption et d'utilisation de la plateforme digitale entre les clients et les prestataires



Source : Données de l'enquête (2026)

L'analyse comparative des intentions d'utilisation de la plateforme met en évidence un niveau d'adhésion globalement élevé de la part des deux catégories d'utilisateurs, confirmant l'intérêt potentiel d'une solution digitale dans le secteur des services de proximité en Algérie. Du côté des clients, les résultats montrent une forte propension à l'adoption, avec 92,2 % d'intentions positives. Ce taux traduit une attente claire vis-à-vis d'un outil capable de simplifier la recherche de prestataires et de réduire les limites des canaux traditionnels, souvent jugés peu structurés et peu efficaces. La part des réponses négatives reste marginale (7,8 %), tandis qu'aucune hésitation n'a été exprimée, ce qui renforce l'idée d'un besoin perçu comme immédiat et clairement identifié.

Du côté des prestataires, l'adhésion demeure également importante, avec 71,4 % d'intentions favorables. La plateforme est ici perçue comme une opportunité d'accès élargi au marché et de valorisation des compétences à travers une mise en relation plus directe avec la

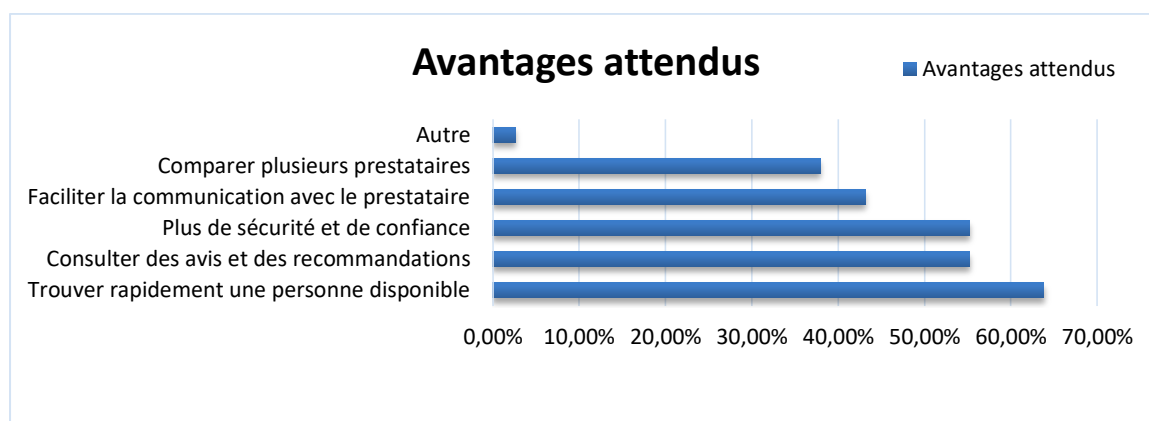
Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

demande. Toutefois, cette adhésion est plus nuancée que chez les clients, dans la mesure où 24,1 % des répondants expriment un refus et 4,7 % demeurent indécis.

Cette différence de perception s'explique par la nature même de l'engagement des prestataires, qui sont directement impliqués dans l'exécution des missions. Les réticences observées peuvent ainsi être liées à des préoccupations relatives à la confiance, à la sécurité des transactions ou encore à la stabilité des conditions de travail proposées. Dans l'ensemble, ce croisement confirme la viabilité d'un modèle de plateforme à double face, avec une demande fortement demandeuse et une offre globalement réceptive. Si l'adhésion des clients apparaît quasi immédiate, celle des prestataires, bien que majoritaire, nécessite davantage d'accompagnement et de sécurisation afin de consolider leur confiance et d'encourager leur participation effective à la plateforme.

2.3.2 Les avantages attendus d'une plateforme digitale par les clients

Figure 14 : Les avantages attendus par les clients



Source : Données de l'enquête (2026)

Les données recueillies mettent en évidence une réelle attente de modernisation et de sécurisation du marché des services de proximité en Algérie. Les résultats montrent que les utilisateurs recherchent avant tout une solution pratique, rapide et fiable capable de simplifier la mise en relation entre clients et prestataires. Le principal avantage attendu concerne le gain de temps : 63,8 % des répondants souhaitent pouvoir trouver rapidement une personne disponible. Ce résultat traduit les limites du fonctionnement informel actuel, souvent basé sur le bouche-à-oreille, qui rend la recherche de prestataires lente et peu efficace. L'application apparaît ainsi comme une solution permettant d'optimiser et de fluidifier cette mise en relation.

Par ailleurs, les notions de confiance et de sécurité occupent une place centrale dans les attentes des utilisateurs. Les critères liés aux avis, aux recommandations et à la fiabilité des prestataires enregistrent chacun 55,2 % d'adhésion. Ces résultats confirment que la réussite de

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

la plateforme dépendra fortement de sa capacité à instaurer un climat de confiance à travers un système d'évaluation, de vérification et de modération des profils.

Enfin, les répondants accordent également de l'importance à la qualité des échanges et à la possibilité de comparer plusieurs prestataires avant de faire un choix. Cela montre une volonté des utilisateurs de disposer d'un service plus transparent, leur permettant de communiquer facilement, d'évaluer les offres et de prendre une décision de manière autonome. Ces résultats confirment la pertinence du lancement de cette plateforme digitale sur le marché algérien. Ils mettent en évidence les principaux axes sur lesquels le projet doit s'appuyer, notamment la rapidité de mise en relation, la transparence des informations et la sécurisation des interactions entre utilisateurs et prestataires.

3.3.3 Les avantages attendus et conditions d'acceptation de la plateforme par les prestataires

Cette section analyse la perception de la plateforme digitale du point de vue des prestataires de services. Elle vise à identifier, d'une part, les avantages fonctionnels et économiques susceptibles de favoriser leur adhésion et, d'autre part, les conditions organisationnelles et transactionnelles nécessaires à l'acceptation et à l'utilisation de l'application.

a) Analyse des avantages attendus : La valeur perçue par les prestataires

Figure 15 : Les avantages attendus par les clients

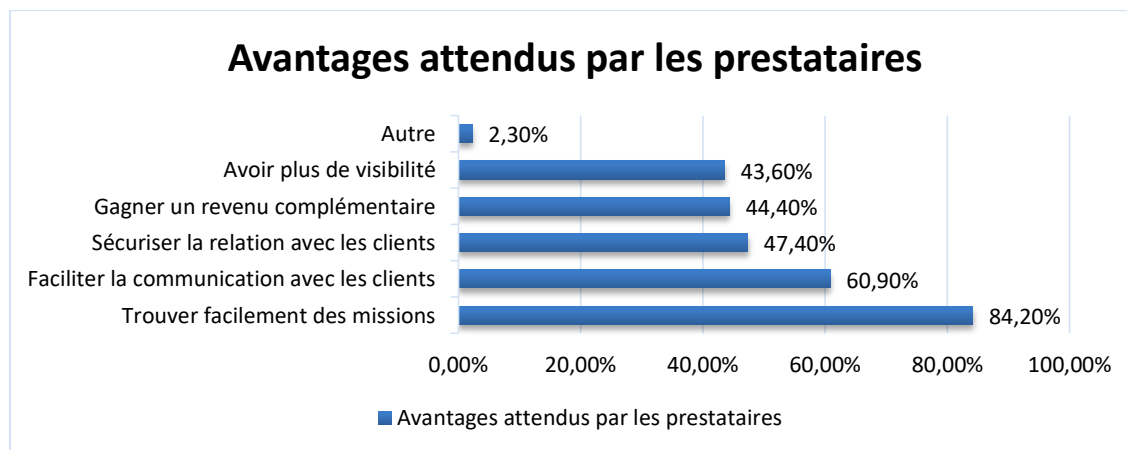


Figure 1 Les avantages attendus par les prestataires

Source : Données de l'enquête (2026)

L'analyse des attentes des prestataires montre que l'application digitale est principalement perçue comme une opportunité facilitant l'accès aux missions et améliorant les conditions de travail dans le secteur des services de proximité. Le besoin le plus important concerne la recherche simplifiée de missions, exprimé par 84,2 % des répondants. Cette attente

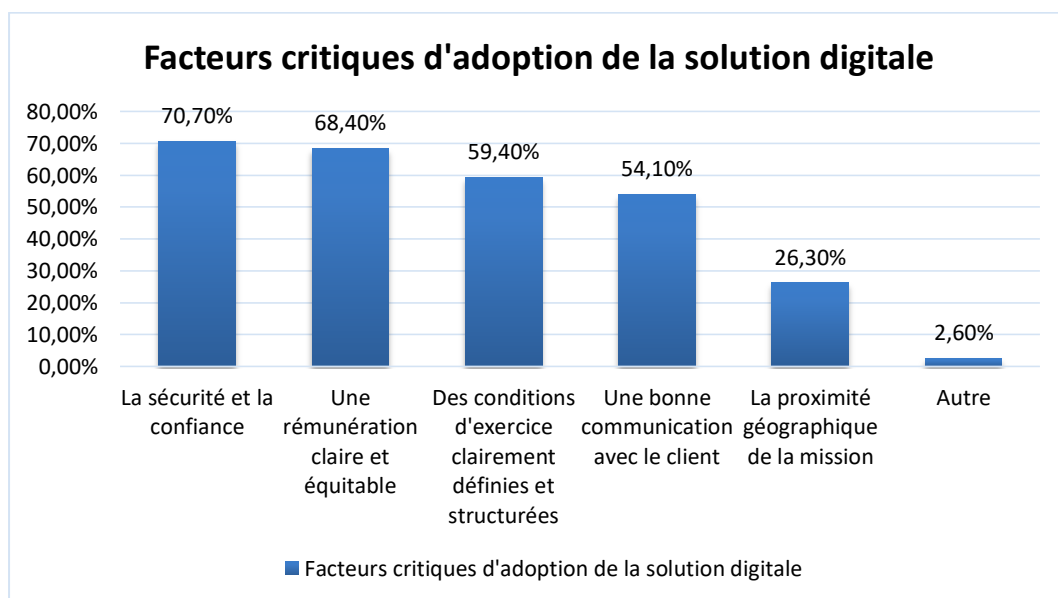
Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

s'accompagne d'un besoin de communication plus fluide avec les clients (60,9 %), soulignant l'importance d'un échange rapide et efficace au sein de la plateforme.

Par ailleurs, près de la moitié des prestataires accordent une grande importance à la sécurisation des relations avec les clients, notamment à travers un cadre de travail plus clair et une meilleure gestion des litiges. Les résultats mettent également en évidence des motivations économiques et professionnelles, liées à la recherche d'un revenu complémentaire et à une meilleure visibilité des compétences. Ainsi, ces données montrent que la plateforme ne doit pas se limiter à un simple outil de mise en relation, mais proposer un environnement fiable, structuré et sécurisé, capable de garantir aux prestataires davantage d'opportunités et de confiance dans leurs échanges avec les clients.

b) Les conditions d'acceptation et d'adoption de la solution digitale

Figure 16 : Les conditions d'acceptation et d'adoption de la solution digitale



Source : Données de l'enquête (2026)

L'analyse des conditions d'adoption met en lumière les leviers psychologiques et culturels indispensables pour faire basculer le marché informel algérien vers un écosystème digital. Le résultat majeur réside dans le besoin absolu de rassurance : 70,7 % des prestataires placent *la sécurité et la confiance* comme condition première. Dans un contexte social où l'introduction d'inconnus au sein du foyer suscite naturellement des réserves, l'application doit d'abord être perçue comme un bouclier protecteur pour les deux parties.

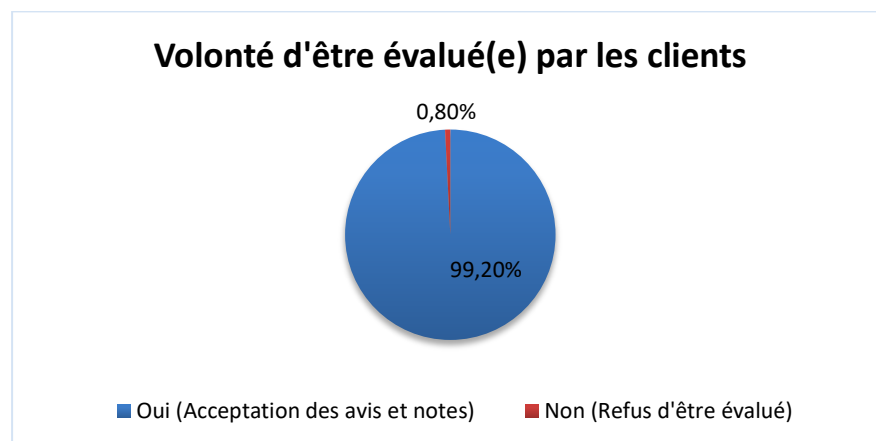
Ce besoin de considération humaine se traduit également sur le plan financier et opérationnel. Les prestataires exigent *une rémunération claire et équitable* (68,4 %) ainsi que *des conditions d'exercice bien définies* (59,4 %). En Algérie, le travail à la demande souffre souvent d'un manque de reconnaissance et d'abus sur les tâches demandées une fois sur place.

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

L'application est donc attendue comme un outil de dignité professionnelle, capable de fixer des règles transparentes avant le début de la mission. Enfin, la fluidité des relations passe par *une bonne communication avec le client* (54,1 %), confirmant que la réussite de ce projet repose autant sur la qualité du lien humain que sur l'efficacité de la technologie

c) Acceptation du système d'évaluation par les prestataires

Figure 17 : Acceptation du système d'évaluation par les prestataires

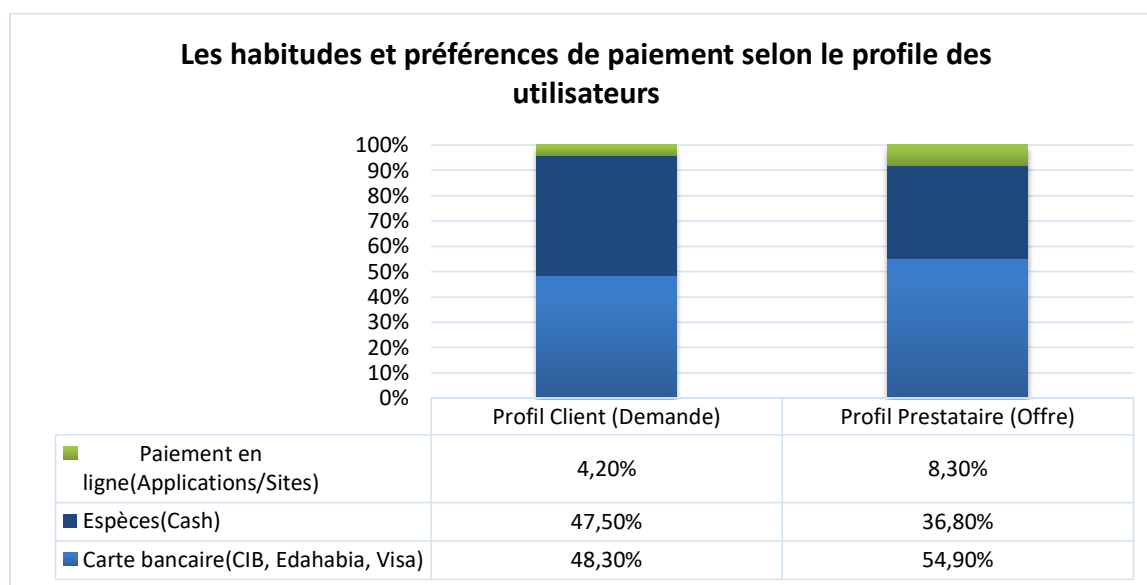


Source : Données de l'enquête (2026)

Le très fort taux d'acceptation du système d'évaluation (99,2 %) montre que les prestataires accordent une grande importance à la confiance numérique dans les plateformes digitales. La notation est perçue non pas comme une contrainte, mais comme un moyen de valoriser leur sérieux, leurs compétences et leur professionnalisme afin de se démarquer dans un marché concurrentiel.

3.3.4 Étude comparative des modes de paiement privilégiés

Figure 18 : Les habitudes et préférences de paiement selon le profil des utilisateurs (en %)



Source : Données de l'enquête (2026)

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

Ce tableau croisé met en évidence une transition numérique majeure du marché algérien, où la carte bancaire (CIB/Edahabia) s'impose comme le premier choix des clients (48,3 %) et des prestataires (54,9 %), signe d'une quête commune de traçabilité et de sécurité. Néanmoins, l'ancrage culturel du cash reste une force incontournable, particulièrement chez la demande (47,5 %), ce qui démontre le besoin persistant de simplicité et de matérialité dans les échanges de proximité. Pour réussir son introduction sur le marché, l'application devra impérativement adopter une gestion transactionnelle hybride afin de fédérer ces deux réalités économiques.

Section 3 : Discussion des résultats et validation des hypothèses

3.1 Analyse des résultats au regard des hypothèses :

Cette partie vise à confronter les résultats empiriques obtenus aux hypothèses formulées au début de la recherche, afin d'en évaluer la validité et de mieux comprendre les dynamiques observées dans le cadre des services de proximité en Algérie.

3.1.1 Discussion de l'hypothèse 1 :

Hypothèse 1 : La digitalisation des services de proximité et des missions de courte durée en Algérie peut favoriser la formalisation du secteur informel en introduisant des pratiques plus structurées, traçables et transparentes.

L'analyse approfondie des données issues de notre enquête de terrain met en évidence une pratique largement répandue des services de proximité en Algérie, mais évoluant dans un cadre fortement informel et insuffisamment structuré. Les résultats montrent clairement l'existence d'une demande importante : 78,3 % des répondants appartenant au profil « Client » déclarent avoir déjà eu recours à un prestataire pour des missions ponctuelles. Cependant, ces échanges s'effectuent principalement à travers des mécanismes traditionnels, reposant essentiellement sur le bouche-à-oreille familial et amical, qui représente plus de 70 % des réponses, ainsi que sur l'utilisation informelle des groupes présents sur les réseaux sociaux. Ce mode de fonctionnement limite l'accès à une offre diversifiée et favorise d'importantes asymétries d'information entre les acteurs du marché.

Cette organisation informelle engendre également plusieurs difficultés récurrentes pour les utilisateurs. Les principaux problèmes signalés concernent le manque de sérieux de certains prestataires, les retards fréquents, les insuffisances de communication, les écarts de qualité des prestations ainsi que l'absence de transparence dans la fixation des prix. Ces dysfonctionnements traduisent avant tout l'absence d'un cadre structuré capable de sécuriser les échanges et de protéger les intérêts des deux parties.

Dans ce contexte, l'introduction d'une plateforme digitale jouant le rôle de tiers de confiance suscite une forte adhésion aussi bien chez les clients que chez les prestataires. Du

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

côté de la demande, les attentes exprimées mettent en avant la recherche d'efficacité, de rapidité et de transparence. En effet, 63,8 % des clients souhaitent avant tout pouvoir trouver rapidement une personne disponible, afin de réduire les contraintes liées aux circuits informels traditionnels. Les utilisateurs accordent également une importance majeure aux mécanismes de confiance numérique : la possibilité de consulter des avis et des recommandations fiables ainsi que l'accès à un environnement sécurisé enregistrent chacun un taux d'adhésion de 55,2 %. L'application est ainsi perçue comme un outil permettant de faciliter la communication (43,1 %) et de comparer plusieurs prestataires (37,9 %), tout en rendant la relation de service plus claire et plus transparente.

Les résultats obtenus auprès des prestataires confirment cette même dynamique de structuration du marché. Leur intérêt pour la plateforme ne se limite pas uniquement à la recherche d'un revenu complémentaire (44,4 %) ou à une meilleure visibilité de leurs compétences (43,6 %). Les attentes les plus importantes concernent surtout l'amélioration des conditions d'exercice et la sécurisation des relations professionnelles. Ainsi, 84,2 % des répondants considèrent la plateforme comme un moyen de trouver plus facilement des missions, tandis que 60,9 % souhaitent une communication plus fluide avec les clients. De manière plus significative encore, 70,7 % des prestataires placent la sécurité et la confiance parmi leurs principales exigences, 68,4 % demandent une rémunération claire et équitable, et 59,4 % conditionnent leur adhésion à l'existence de règles de travail bien définies. Ces résultats montrent que les offreurs de services recherchent avant tout un cadre professionnel plus stable et plus protecteur.

Cette volonté de professionnalisation apparaît également à travers deux indicateurs majeurs de l'étude. Le premier concerne l'acceptation très élevée du système d'évaluation et de notation par les prestataires, avec un taux favorable de 99,2 %. Ce résultat démontre leur volonté de valoriser leurs compétences et leur professionnalisme à travers des mécanismes de transparence numérique. Le second indicateur porte sur les modes de paiement. L'analyse montre que la carte bancaire (CIB et Edahabia) constitue le moyen de paiement privilégié aussi bien par les prestataires (54,9 %) que par les clients (48,3 %). Même si le paiement en espèces conserve une place importante 47,5 % chez les clients et 36,8 % chez les prestataires, la progression des paiements électroniques traduit une orientation progressive vers des transactions plus sécurisées et plus traçables.

En intégrant des outils de mise en relation rapide, des fiches de missions claires, un système d'évaluation croisée et des solutions de paiement sécurisées, la plateforme contribue à structurer un marché historiquement dominé par l'informel. L'ensemble des résultats

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

statistiques et qualitatifs obtenus permet ainsi de valider l'Hypothèse 1. La digitalisation apparaît non seulement comme une innovation technologique, mais également comme une solution moderne, inclusive et adaptée aux besoins du marché algérien des services de proximité, favorisant une organisation plus transparente, plus sécurisée et plus durable du secteur.

3.1.2 Discussion de l'hypothèse 2 :

Hypothèse 2 : Les plates-formes numériques développées par les start-ups digitales peuvent contribuer à améliorer la visibilité et la valorisation des compétences des travailleurs exerçant dans les services de proximité.

L'analyse des résultats de notre enquête de terrain met en évidence les difficultés de visibilité et de valorisation auxquelles sont confrontés les prestataires de services de proximité en Algérie. Dans le cadre du fonctionnement informel actuel, les compétences et le savoir-faire des travailleurs restent généralement limités à des réseaux personnels ou géographiques restreints. Les données recueillies montrent que les prestataires rencontrent des obstacles importants pour accéder à de nouveaux clients et développer leur activité, en raison du manque de canaux professionnels leur permettant de promouvoir leurs services. Cette situation contribue à une certaine instabilité économique et limite la reconnaissance de leurs compétences.

Dans ce contexte, la plateforme digitale est perçue par les prestataires comme un moyen de renforcer leur visibilité et d'améliorer leur insertion professionnelle. Les résultats montrent que 84,2 % des répondants considèrent la possibilité de trouver facilement des missions comme le principal avantage de l'application. Celle-ci apparaît ainsi comme un espace capable de faciliter l'accès au marché et de créer davantage d'opportunités économiques. Cette attente est également liée à la recherche d'un revenu complémentaire pour 44,4 % des prestataires et à la volonté d'obtenir une meilleure visibilité pour leurs compétences dans le cas de 43,6 % des répondants.

L'étude met également en évidence une forte adhésion aux outils numériques de réputation et d'évaluation. En effet, 99,2 % des prestataires se déclarent favorables à l'intégration d'un système de notation et d'avis sur la plateforme. Ce résultat montre que les travailleurs perçoivent ce mécanisme non comme une contrainte, mais comme un moyen de valoriser leur sérieux, leur professionnalisme et la qualité de leurs prestations. Le système d'évaluation devient ainsi un outil de reconnaissance permettant de construire une réputation numérique visible et crédible auprès des clients.

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

Par ailleurs, les conditions d'adoption exprimées par les prestataires confirment leur volonté d'exercer leur activité dans un cadre plus structuré et plus respectueux. Ainsi, 70,7 % des répondants accordent une importance prioritaire à la sécurité et à la confiance, 68,4 % exigent une rémunération claire et équitable, tandis que 59,4 % souhaitent des conditions de travail mieux définies. De plus, 60,9 % des prestataires considèrent que la plateforme doit faciliter la communication avec les clients afin d'améliorer la qualité des échanges et des relations professionnelles.

En centralisant l'offre de services, en donnant à chaque prestataire une visibilité numérique et en intégrant un système d'évaluation basé sur la confiance et la transparence, la plateforme contribue à la valorisation des compétences et à la professionnalisation du secteur. L'ensemble des résultats statistiques et qualitatifs obtenus permet ainsi de valider l'Hypothèse 2. La digitalisation apparaît non seulement comme un outil de mise en relation, mais également comme un levier de reconnaissance professionnelle et de valorisation du travail de proximité en Algérie.

3.1.3 Apports d'une startup digitale dans la formalisation du travail informel

Les résultats de l'étude mettent en évidence le rôle potentiel des startups digitales comme levier de transformation du secteur des services de proximité. D'une part, les clients expriment des besoins en matière de rapidité, de fiabilité et de sécurité dans l'accès aux services. D'autre part, les prestataires recherchent une meilleure visibilité, un accès facilité aux missions ainsi qu'une stabilisation de leurs revenus.

Dans ce contexte, une startup digitale peut jouer un rôle structurant en proposant une plateforme permettant :

- ✓ Une mise en relation rapide et efficace entre l'offre et la demande,
- ✓ La création de profils détaillés de prestataires,
- ✓ L'intégration de systèmes d'évaluation et de notation,
- ✓ La sécurisation des transactions et des paiements.

En introduisant ces mécanismes, la startup contribue à transformer un marché informel en un système plus organisé et transparent. Elle permet ainsi de réduire les incertitudes, de renforcer la confiance entre les acteurs et d'améliorer la qualité des services. La startup digitale apparaît donc comme un acteur clé de la formalisation progressive du travail

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

informel, en apportant des solutions adaptées aux besoins des utilisateurs et en favorisant une meilleure structuration du marché.

3.2 Limites de l'étude et perspectives de recherche

3.2.1 Les limites de l'étude :

Malgré la pertinence des résultats obtenus, certaines limites doivent être soulignées :

- ✓ Représentativité de l'échantillon : bien que l'étude repose sur un nombre important de répondants (250), la majorité appartient à des tranches d'âge jeunes, ce qui peut limiter la généralisation des résultats.
- ✓ Méthode de collecte : l'utilisation d'un questionnaire en ligne peut introduire un biais lié à l'accès aux outils numériques.
- ✓ Caractère déclaratif des données : les réponses reposent sur les perceptions des individus, pouvant être influencées par des facteurs subjectifs.

3.2.2 Perspectives de recherche :

Ces limites ouvrent plusieurs perspectives pour de futures recherches :

- ✓ Approfondir l'analyse à travers des entretiens qualitatifs,
- ✓ Tester concrètement l'impact d'une plateforme digitale sur le terrain,
- ✓ Élargir l'étude à d'autres catégories socioprofessionnelles,
- ✓ Analyser le rôle des politiques publiques dans la formalisation du secteur informel.

Conclusion

Le présent chapitre, intitulé « Étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité », avait pour objectif d'analyser les perceptions des individus ainsi que leur disposition à adopter une solution digitale dans un contexte marqué par l'importance du travail informel en Algérie.

Dans un premier temps, la méthodologie adoptée a permis d'établir le cadre scientifique de cette recherche. L'utilisation d'un questionnaire quantitatif a facilité la collecte des données auprès des répondants et a permis d'obtenir une vision globale du marché à travers une double analyse : celle des clients et celle des prestataires de services. Cette approche a contribué à mieux comprendre les attentes, les difficultés et les comportements des différents acteurs concernés par les services de proximité.

Dans un second temps, l'analyse des résultats a mis en évidence le caractère largement informel de ce secteur. Les services de proximité représentent une pratique fortement ancrée

Chapitre 2 : étude empirique sur l'acceptation d'une application de digitalisation des services de proximité

dans les habitudes sociales, puisque 78,3 % des répondants du profil « Client » déclarent avoir déjà fait appel à un prestataire pour des besoins ponctuels. Cependant, ce fonctionnement repose principalement sur des mécanismes informels tels que le bouche-à-oreille et les réseaux personnels, ce qui engendre plusieurs difficultés, notamment le manque de sérieux, les retards, les problèmes de communication et l'absence de transparence dans les tarifs. Du côté des prestataires, les résultats révèlent également des difficultés liées au manque de visibilité et à l'accès irrégulier aux missions. Face à ces limites, les résultats montrent une forte ouverture à l'égard d'une plateforme digitale capable de structurer les échanges et de renforcer la confiance entre les acteurs. Les clients expriment principalement le besoin de trouver rapidement un prestataire disponible (63,8 %) et d'évoluer dans un environnement sécurisé et transparent (55,2 %). Les prestataires, quant à eux, considèrent l'application comme un moyen d'améliorer leur visibilité professionnelle et d'accéder plus facilement aux opportunités de travail, comme le montre le taux de 84,2 % relatif à la recherche simplifiée de missions. Ils accordent également une grande importance aux critères de sécurité et de confiance (70,7 %). Par ailleurs, l'analyse des modes de paiement révèle une évolution progressive vers des transactions plus modernes et sécurisées, la carte bancaire (CIB/Edahabia) étant privilégiée aussi bien par les prestataires (54,9 %) que par les clients (48,3 %), malgré le maintien important du paiement en espèces.

Enfin, l'interprétation des résultats empiriques a permis de confirmer les deux hypothèses de recherche. D'une part, la digitalisation apparaît comme un moyen de structurer et d'organiser un marché dominé par l'informel grâce à des mécanismes de traçabilité et de transparence. D'autre part, l'acceptation très élevée du système d'évaluation par les prestataires (99,2 %) montre que les outils numériques peuvent contribuer à valoriser les compétences et à renforcer la reconnaissance professionnelle des travailleurs de proximité.

En définitive, ce chapitre met en évidence la pertinence d'une plateforme digitale adaptée aux réalités du marché algérien des services de proximité. Il souligne l'importance d'une approche à la fois technologique et humaine, capable de répondre aux besoins de confiance, de visibilité et de sécurisation des échanges, tout en favorisant une meilleure structuration du secteur et une amélioration durable des relations entre clients et prestataire.

CONCLUSION GENERALE

Ce travail de recherche s'est inscrit dans une réflexion globale portant sur la transformation numérique des activités économiques et ses implications sur le travail informel, en particulier dans le domaine des services de proximité. L'objectif principal était d'analyser dans quelle mesure la digitalisation, à travers le développement d'une application dédiée, peut contribuer à structurer ce secteur et à améliorer les conditions d'exercice des acteurs impliqués.

Dans un premier temps, l'analyse théorique a permis de mettre en évidence les mutations profondes induites par la transformation numérique, notamment à travers l'émergence des plateformes digitales et des nouvelles formes d'organisation du travail. Elle a également permis de souligner l'importance du secteur informel dans les économies en développement, tout en mettant en lumière ses principales caractéristiques, ses limites et ses enjeux. Par ailleurs, le rôle croissant des startups digitales a été identifié comme un levier d'innovation capable de répondre aux dysfonctionnements du marché, notamment en matière de mise en relation, de transparence et de structuration des activités.

Dans un second temps, l'étude empirique menée auprès d'un échantillon de 250 répondants a permis d'apporter un éclairage concret sur les pratiques et les perceptions des acteurs des services de proximité. Les résultats ont révélé que ce secteur est largement utilisé, mais qu'il reste fortement marqué par l'informalité, caractérisée par un manque de confiance, de sécurité et de structuration. Les difficultés rencontrées par les clients, ainsi que les contraintes auxquelles font face les prestataires, mettent en évidence les limites du fonctionnement actuel du marché. Cependant, les résultats ont également montré une forte acceptation des solutions digitales, tant du côté des utilisateurs que des prestataires. L'intérêt exprimé pour une application de mise en relation, ainsi que les avantages attendus en termes de rapidité, de transparence, de sécurité et de visibilité, confirment l'existence d'un besoin réel de transformation du secteur. Dans ce cadre, les hypothèses de recherche ont été validées, mettant en évidence le rôle potentiel de la digitalisation dans la formalisation du travail informel et dans la valorisation des compétences des travailleurs.

Ainsi, cette recherche met en évidence que les startups digitales peuvent constituer un levier stratégique pour accompagner la transition vers un modèle plus structuré et plus formel des services de proximité. En proposant des solutions innovantes, basées sur des plateformes numériques, elles permettent d'améliorer la mise en relation entre l'offre et la demande, de renforcer la confiance entre les acteurs et de favoriser une meilleure organisation des activités.

Néanmoins, la mise en œuvre de telles solutions nécessite de prendre en compte certains défis, notamment liés à l'adoption des technologies, à la confiance des utilisateurs et à l'environnement institutionnel. Il apparaît donc essentiel d'accompagner cette transformation

CONCLUSION GENERALE

par des politiques publiques adaptées, visant à encourager l'innovation, à soutenir l'entrepreneuriat digital et à favoriser l'inclusion numérique.

En définitive, ce travail souligne l'importance de repenser les modes d'organisation du travail à l'ère du numérique, en intégrant les opportunités offertes par la digitalisation pour répondre aux enjeux du secteur informel. Il ouvre ainsi des perspectives intéressantes pour de futures recherches, notamment en ce qui concerne l'évaluation de l'impact réel des plateformes digitales sur la formalisation des activités et sur l'amélioration des conditions de travail.

Bibliographie

- Adair, F., & Bellache, Y. (2012). (L'économie informelle en Algérie : une approche par enquête auprès des ménages. *Revue d'économie du développement*, 20(3), pp. 5-34.
- Algeria Invest. (2024, juillet 21). L'essor des Startups en Algérie : Une hausse spectaculaire de 228% en deux ans. *algeriainvest*.
- Bensaadi, D. (2021, janvier 12). L'économie informelle en Algérie : Enjeux et avantages de son intégration. *Centre Algérien de Diplomatie Économique*.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O., & Pavlou, P. (2013, juin). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, pp. 471–482.
- Bounoua, A. (2015). L'économie informelle en Algérie : réalités et enjeux. *Revue des sciences économiques et de gestion, Université de Sétif.*, pp. 13-21.
- Bpifrance. (2021). Génération start-up. *Bpifrance*, pp. 45-46.
- Brennen, S. &. (2016). *Digitalization and digitization*. . In *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. Wiley-Blackwell.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- Cap DZ. (2026, février 18). *Innovation – Les startups au cœur de la diversification économique, CapDZ (actualité algérienne, 2026)*. Récupéré sur Cap DZ: <https://capdz.dz/2026/02/28/innovation-les-startups-au-coeur-de-la-diversification-economique/>
- Charmes, J. (2012, mai). The Informal Economy Worldwide: Trends and Characteristics. *Margin The Journal of Applied Economic Research*, pp. 124-132.
- Charmes, J. (2016). Activités informelles et services de proximité dans les économies émergentes. *Revue internationale de sociologie.*, pp. 24–25, 28–29.
- Chen, M. A. (2012, aout). The Informal Economy: Definitions, . *WIEGO Working Paper.*, pp. 15-17.
- Colin, N., & Verdier, H. (2014). *L'âge de la multitude : Entreprendre et gouverner après la révolution numérique*. Éditions Le Seuil.
- Digital 2025: Algeria. (2025, mars). Récupéré sur datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria>
- Droh, B. S. (s.d.). Éléments de « redéfinition » du concept de secteur informel et construction sociale de . (p. 2). Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, Côte d'Ivoire.
- Eric Ries, E. (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. *Crown Business.*, pp. 55-63.
- Evans, P. C., & Gawer, A. (2016). *The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey*. The Center for Global Enterprise.
- Faucher, G. &. (2023). *Digitalization: Definition and measurement*. Bank of Canada Staff Discussion Paper.
- Fonds monétaire international. (2021). Algérie : rapport des services du FMI. *Fonds monétaire international*, pp. 8, 14–16.
- Geoffrey , G., Parker, & Marshall , W. (2020). Comment les marchés en réseau transforment l'économie et comment les faire fonctionner pour vous. *Studia Medioznawcze*, pp. 139-144.
- Haut-Commissariat à la Numérisation. (2024). *Stratégie nationale de la transformation numérique en Algérie 2025-2030*. Alger: Présidence de la République algérienne démocratique et populaire. Récupéré sur <https://hcn.dz/SNTN-Fr.pdf>
- Hess, T., Matt, C., & Benlian, A. (2016). Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. *MIS Quarterly Executive*, pp. 123-139.
- Katrin, E. V. (2022). *Approaches to the definition of digitalization*. In *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. European Publisher. European Publisher.
- Kenney, M., & Zysman. (2016, mars). The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, pp. 61-69.
- Kenney, M., & Zysman, J. (2016, mars). The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology.*, pp. 61-69.

- Khenifsa, A. (2025, janvier 29). *Innovation et entrepreneuriat en Algérie : l'État appelle les investisseurs privés à soutenir les start-up algériennes* ». Récupéré sur Futur Algérie: <https://www.itmag.dz/2025/01/29/innovation-et-entrepreneuriat-en-algerieletat-appelle-les-investisseurs-prives-a-soutenir-les-start-up-algeriennes/>
- la Banque mondiale. (2019). Rapport sur le développement dans le monde 2019 : Le travail en mutation. *Groupe de la Banque mondiale*, pp. 70-80.
- Lavigne Delville, P. e. (1996). *L'économie informelle : concepts, méthodes et pratiques*. Karthala.
- Lévy, J. (2011). *L'économie des services*. Editions La Découverte.
- Ministère de l'Economie de la Connaissance, D. S.-U.-E. (2026). *Portail national des start-ups en Algérie (Ministère)*. Récupéré sur Startup.dz: <https://startup.dz/>
- OCDE. (2019). *Des emplois de qualité pour tous dans un monde du travail en mutation : La stratégie de l'OCDE pour l'emploi*. Paris: Éditions OCDE.
- Organisation de coopération et de développement économiques. (2015). *Perspectives de l'économie*. Paris: OCDE.
- Organisation internationale du Travail. (2013). *Mesurer l'informalité : Manuel statistique sur le secteur informel et l'emploi informel*. Genève: Organisation internationale du Travail.
- Orlikowski, W. J., & Scott, S. V. (2008, janvier 1). Sociomateriality: Challenging the Separation of Technology,. <https://journals.aom.org/journal/annals>, pp. 433–474.
- Parke, G. G., Marshall , W. V., & Sangeet , P. C. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy—and how to make them work for you*. W.W. Norton & Company.
- Schallmo, D. e. (2018). *Digital transformation now! Guiding the successful digitalization of your business model*. Springer.
- Schilirò, D. (2024, September). Digital Transformation and its Impact on Organizations. *International Journal of Business and Management*, p. 71.
- Stefano, V. D. (2016, juin). The Rise of the "Just-in-Time Workforce": On-Demand Work, Crowdswork, and Labor Protection in the "Gig Economy". *Comparative labor law journal: a publication of the U.S. National Branch of the International Society for Labor Law and Social Security [and] the Wharton School, and the Law School of the University of Pennsylvania* , pp. 471-504.
- Steve Blank, S. (2013). Why the lean start-up changes everything. . *Harvard Business Review*, pp. 63–72.
- Talandier, M., & Beuret, J. E. (2014). *Les services de proximité : approches et réalités*. L'Harmattan.
- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.

Table des matières

Remerciements.....	1
Dédicace.....	2
Liste des figures	3
Liste des tableaux	4
Sommaire.....	5
Introduction	10
Section 1 : La digitalisation et les nouvelles dynamiques du travail.....	10
1.1 La digitalisation : concepts, enjeux et évolution.....	11
1.2 La digitalisation et les transformations des formes d'organisation du travail	12
1.3 Opportunités et défis de la digitalisation du travail	14
Section 2 : Le travail informel et les services de proximité dans l'économie algérienne	14
2.1 Le travail informel : concepts et caractéristiques	15
2.2 Le travail informel en Algérie : ampleur et enjeux.....	18
2.3 Les services de proximité : rôle et évolution	20
Section 3 Les startups digitales comme levier d'innovation et de formalisation des activités informelles	21
3.1 Le concept de startup et l'entrepreneuriat innovant.....	21
3.2 L'écosystème des startups en Algérie.....	23
3.3 Les plateformes numériques et la formalisation des services de proximité.....	25
Conclusion	26
Introduction	28
Section 1 : La démarche méthodologique de la recherche.....	28
1.1 L'objectif et cadre de l'étude empirique	28
1.2 La méthode de collecte des données :.....	29
1.3 Échantillon et méthode d'analyse :.....	29
Section 2 Analyse et interprétation des résultats.....	30
2.1 Profil des répondants	30
2.2 Perception des services de proximité :.....	33
2.3 Analyse comparative de l'intérêt pour la plateforme digitale selon le profil des utilisateurs (Clients vs Prestataires).....	44
Section 3 : Discussion des résultats et validation des hypothèses.....	49
3.1 Analyse des résultats au regard des hypothèses :.....	49

3.1.3 Apports d'une startup digitale dans la formalisation du travail informel	52
3.2 Limites de l'étude et perspectives de recherche	53
Conclusion	53
Bibliographie.....	57
ANNEXES.....	61

ANNEXES

Étude sur les services de proximité en Algérie

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre d'un mémoire de fin de Master et a pour objectif d'étudier l'intérêt des citoyens algériens pour une solution facilitant la mise en relation entre particuliers dans le cadre de la réalisation de services ponctuels (bricolage, ménage, aide administrative, garde d'enfants, etc.).

Il vise à recueillir les perceptions, les besoins et les attentes des utilisateurs potentiels, qu'ils soient demandeurs de services ou prestataires.

Les réponses fournies sont anonymes et confidentielles, et seront utilisées uniquement à des fins académiques. Nous vous remercions pour votre participation.

(* Indique une question obligatoire)

1. Quelle est votre situation professionnelle actuelle ? *

(Une seule réponse possible)

Étudiant(e)

Salarié(e)

Travailleur(se) indépendant(e)

En recherche d'emploi

2. Êtes-vous : *

(Une seule réponse possible)

Femme

Homme

3. Quel est votre âge ? *

(Une seule réponse possible)

Moins de 18 ans

18 – 24 ans

25 – 34 ans

35 – 44 ans

45 – 54 ans

55 ans et plus

4. Dans quelle situation vous vous reconnaissez le plus ? *

(Une seule réponse possible)

Client (personne ayant besoin de services) → passer à la question 5

Prestataire (personne souhaitant réaliser des missions contre rémunération) → passer à la question 18

Questionnaire clients (personnes ayant besoin de services)

5. Avez-vous déjà fait appel à un tiers pour un service ponctuel ? *

(Une seule réponse possible)

Oui

Non

6. Si oui, à quelle fréquence ? *

(Une seule réponse possible)

Plusieurs fois par semaine

Une fois par semaine

Une fois par mois

Rarement

7. Quelle est la nature de la mission pour laquelle vous pourriez avoir besoin d'aide ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Réaliser des réparations ou des travaux de bricolage à domicile

Assurer l'entretien de la maison (ménage, nettoyage, rangement)

Garder des enfants pendant quelques heures

Aider dans des démarches administratives

Cours particuliers

Accompagner ou aider une personne âgée dans certaines tâches du quotidien

Effectuer une livraison ou transporter un objet

Autre :

8. Quelles sont les principales raisons qui vous poussent à faire appel à un tiers ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Manque de temps

Charge de travail élevée

Fatigue

Tâches trop complexes

Manque de compétences

Autre :

9. Comment trouvez-vous généralement un tiers pour réaliser ces missions ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Famille

Amis

Réseaux sociaux

Recommandations

Petites annonces

Autre :

10. Avez-vous déjà rencontré des difficultés ou des problèmes lors d'une mission ? *

(Une seule réponse possible)

Oui

Non

11. Si oui, à quelle fréquence ? *

(Une seule réponse possible)

Une seule fois

Quelques fois

Plusieurs fois

12. Quels types de problèmes ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Travail mal réalisé

Retard ou absence du prestataire

Mauvaise communication

Prix différent de ce qui était prévu

Manque de sérieux

Autre :

13. Quels sont les principaux critères qui influencent votre choix de prestataire ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Un prix raisonnable et adapté au service demandé

La fiabilité et le sérieux dans l'exécution du travail

La compétence et le savoir-faire

La rapidité de disponibilité

La proximité géographique

Les avis ou recommandations

Autre :

14. Seriez-vous intéressé(e) par une plateforme digitale permettant de trouver rapidement un prestataire ?

(Une seule réponse possible)

Oui

Non

15. Quels avantages attendez-vous d'une telle plateforme ?

(Plusieurs réponses possibles)

Trouver rapidement une personne disponible

Comparer plusieurs prestataires

Consulter des avis et recommandations

Plus de sécurité et de confiance

Faciliter la communication

Autre :

16. Quel mode de paiement préférez-vous pour ce type de missions ? *

(Une seule réponse possible)

Par carte (CIB, VISA, EDAHABIA)

Espèces

En ligne

17. Avez-vous des suggestions ou des idées pour améliorer les services de proximité ?

Réponse libre :

Questionnaire prestataires (personnes souhaitant réaliser des missions)

18. Seriez-vous prêt(e) à réaliser des missions ponctuelles pour d'autres particuliers en échange d'une rémunération ? *(Une seule réponse possible)

Oui

Peut-être

Non

19. Avez-vous déjà réalisé une mission ou un service pour un particulier contre rémunération ? *

(Une seule réponse possible)

Oui

Non

20. Quels types de missions seriez-vous prêt(e) à réaliser ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Bricolage

Ménage / entretien

Courses / tâches quotidiennes

Garde d'enfants

Aide aux personnes âgées

Cours particuliers

Livraison / transport

Aide administrative

Autre :

21. Quelles sont vos motivations à réaliser ce type de missions ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Gagner un revenu complémentaire

Utiliser mes compétences

Occuper mon temps libre

Développer une activité personnelle

Autre :

22. Combien de temps pourriez-vous consacrer à ce type de missions ? *

(Une seule réponse possible)

Occasionnellement

Quelques heures par semaine

Plusieurs jours par semaine

Selon mes disponibilités

23. Quels éléments vous sembleraient importants pour accepter une mission ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Rémunération claire et équitable

Conditions de travail définies

Bonne communication avec le client

Proximité

Sécurité et confiance

Autre :

24. Seriez-vous prêt(e) à utiliser une application ou une plateforme digitale pour trouver ce type de missions ? *(Une seule réponse possible)

Oui

Peut-être

Non

25. Selon vous, quels seraient les avantages d'une telle plateforme ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Trouver facilement des missions

Avoir plus de visibilité

Revenu complémentaire

Sécuriser la relation

Faciliter la communication

Autre :

26. Quelles difficultés pensez-vous pouvoir rencontrer ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Difficulté à trouver des clients

Manque de confiance

Problèmes de paiement

Organisation du temps

Autre :

27. Seriez-vous prêt(e) à recevoir des évaluations ou avis des clients ? *

(Une seule réponse possible)

Oui

Non

28. Quel mode de paiement préférez-vous ? *

(Une seule réponse possible)

Par carte (CIB, VISA, EDAHABIA)

Espèces

En ligne

29. Avez-vous des suggestions ou des idées pour améliorer les services de proximité ?

Réponse libre :

Résumé

Ce mémoire s'intéresse à la digitalisation des services de proximité en Algérie et à son potentiel comme solution aux limites du système informel actuel, marqué par le manque de visibilité, l'absence de structuration et les difficultés de confiance entre les acteurs. L'étude s'appuie sur un cadre théorique consacré aux services de proximité, à la transformation numérique et aux contraintes liées au fonctionnement informel du marché.

Afin d'analyser l'acceptation d'une plateforme digitale de mise en relation, une étude quantitative a été réalisée auprès des clients et des prestataires de services. Les résultats mettent en évidence les limites du fonctionnement actuel des services de proximité, tout en révélant une forte réceptivité envers une solution numérique. Les clients y voient un moyen de gagner du temps, de trouver des prestataires fiables et de bénéficier de davantage de transparence, tandis que les prestataires considèrent cette plateforme comme une opportunité d'améliorer leur visibilité, d'accéder plus facilement aux missions et de valoriser leurs compétences.

En conclusion, cette recherche montre que la digitalisation des services de proximité constitue un levier important de modernisation et de structuration du secteur en Algérie. La plateforme digitale apparaît comme un outil capable de renforcer la confiance, d'améliorer la transparence des échanges et de favoriser une meilleure reconnaissance du travail de proximité, tout en respectant les réalités du contexte algérien.

Mots clés : gestion des ressources humaine, gestion, management, services de proximité, travail informel, start-up

Abstract

This thesis explores the digitization of proximity services in Algeria as a response to the limitations of the current informal system. It is based on a theoretical framework examining proximity services, digital transformation, and the socio-economic issues associated with informality, followed by an empirical study.

The quantitative study, conducted among both service users and providers, confirms a strong readiness for such a solution. Users view a digital platform as a way to save time, find reliable service providers, and improve transparency, while providers see it as an opportunity to increase their visibility, access more work opportunities, and enhance the recognition of their skills.

In conclusion, digital matchmaking platforms represent a strategic lever for modernizing and structuring the sector in Algeria by strengthening trust, improving transparency, and promoting better recognition of proximity work.