

UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES

Laboratoire de recherche :
Développement, économie, finance et institutions (DEFI)

L'équipe de recherche :
« Economie Numérique et Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) :
émergence, usage et effets »



Séminaire national hybride (en présentiel et à distance) sous le thème :

**LES START-UP DU NUMERIQUE : CONTOURS
THEORIQUES ET ECLAIRAGES EMPIRIQUES**

Les 04 et 05 mars 2024

Président d'honneur : Pr. BOUDA Ahmed, Recteur de l'UMMTO.

Président du séminaire : Dr. MOKRANE Ali, MCA, UMMTO.

Président du comité d'organisation : Dr. KHAZNADJI Mohammed, MCB, UMMTO.

Axe n° 01 : Les Start-up numériques : émergence et fondements théoriques

Axe n° 02 : Le processus de création et de croissance des start-up du numérique

Axe n° 03 : Le financement des start-up numériques

Axe n° 04 : Le Management des start-up numériques

Axe n° 05 : L'écosystème des start-up du numérique : incubateurs, milieu et territoire

Axe n° 06 : Les Start-up, universités et recherche scientifique

Axe n° 07 : Les politiques publiques en faveur des start-up du numérique

Proceedings

Nous présentons dans ce qui suit les résumés des communications présentées lors du séminaire national, ainsi le rapport synthèse final :

Communication n° 01 :

Titre« Les conditions de choix d'une méthode d'évaluation financière adéquate au cas des Start up »

GHEDDACHE Lyes, professeur, UMMTO,gheddachelyes@gmil.com

HAMDAD Anis, Docteur, UMMTO,anishamdad@gmail.com

Résumé :

Les Start up représentent des formes d'entreprises particulières, qui les distinguent des entreprises « classiques », ce qui pose alors des problèmes fondamentaux lors de leur évaluation par des investisseurs potentiels. En effet, diverses méthodes coexistent pour la détermination d'une valeur d'une entreprise, mais lorsqu'il s'agit de valoriser une start up, et notamment en phase de démarrage les méthodes Conventionnelles et objectives s'avèrent inadaptées à leur situation, fautes de données financières fiables. L'objet de cette communication est de présenter quelques techniques d'évaluation financière qui permettent de faire ressortir une valeur plus ou moins satisfaisante aux yeux des promoteurs de projets et des investisseurs.

Mots-clés : start up, entrepreneur, risque, investisseur, actualisation, capital-risque.

Introduction

L'évaluation de startups consiste à déterminer le prix que les investisseurs potentiels imposent à l'entreprise à ses débuts, lorsqu'elle est encore privée. En ce sens, les calculs sont basés sur un certain nombre de facteurs que les investisseurs eux-mêmes jugent importants : (l'équipe dirigeante de la start up, son modèle économique, taille et pression concurrentielle du marché, etc.). En ce sens, même si les méthodes d'évaluation d'entreprise sont nombreuses, celles adaptées aux start ups sont relativement limitées.

En effet, parmi les méthodes d'évaluation les plus courantes, la méthode des flux de trésorerie actualisés (DCF). Cette approche consiste à actualiser les flux de trésorerie futurs à

partir d'un taux d'actualisation qui reflète le risque des flux de trésorerie de la startup à évaluer.

L'évaluation de la startup peut également se faire à travers l'analyse de sociétés-comparables. Cela peut être approché à partir de l'examen de sociétés similaires à la Start-up. Pour cela, divers facteurs peuvent être pris comme références de comparaison (chiffre d'affaires, taille et de potentiel de croissance, modèle commercial, etc.).

Une autre approche (venture capital) consiste à valoriser une start-up en fonction du montant de capitaux les sociétés de capital-risque sont prêtes à investir dans l'affaire. Cette méthode est généralement utilisée pour les startups à un stade ultérieur qui ont déjà levé un capital-risque important.

Le choix de la méthode de valorisation dépend, en réalité de divers facteurs. En ce sens, le stade de la Start-up et des informations disponibles conditionnent le choix des méthodes applicables. Si la start-up est à un stade précoce, cela limite la disponibilité des données financières. L'évaluation patrimoniale s'avère quasiment impossible, contrairement aux méthodes CCA ou VC. Par contre, lorsque la Start-up est à un âge plus avancé, les informations financières deviennent plus disponibles et plus détaillées, et la méthode du DCF, par exemple, devient plus adaptée.

Par ailleurs, le choix de la méthode dépend également de la situation spécifique de l'entrepreneur et des perspectives envisagées par celui-ci pour sa start up. Ainsi, les méthodes de valorisations vont différer à mesure qu'il s'agit, d'un entrepreneur qui recherche des financements auprès de sociétés de capital-risques, ou qui souhaite vendre son entreprise.

L'objet de cette communication est de passer en revue quelques techniques d'évaluation des sociétés faisant apparaître les conditions de leur application aux Start up compte tenu de diverses sources de spécificités de celles-ci.

1. Diversité des méthodes de valorisation

1.1. Méthode des flux de trésorerie actualisés (DCF)

La vision qui soutient cette méthode part du principe qu'une entreprise vaut la somme des flux de trésorerie actualisés qu'elle est susceptible de générer dans le futur.

Pour le calcul des flux de trésorerie futurs la difficulté provient du fait que, si le stade de développement de la startup est encore jeune, son historique financier limité complique la tâche. En effet, pour dépasser cet écueil, il sera nécessaire de formuler des hypothèses sur la croissance future des revenus et les dépenses actuellement disponibles comme données.

Le choix d'un taux d'actualisation est tout aussi délicat, car celui-ci traduit le risque associé aux flux de trésorerie futurs, précédemment déterminés. En ce sens, un taux d'actualisation élevé traduit une vision pessimiste et signifie que les flux de trésorerie valent moins aujourd'hui. Par contre, un taux d'actualisation faible, part d'une vision plus optimiste que la première et signifie que les flux de trésorerie futurs valent plus aujourd'hui. La valeur de la startup consiste alors à additionner les flux de trésorerie ainsi actualisés.

Toutefois, et même si cette méthode est très utilisée, Les inconvénients de résident dans le fait d'avoir des comptes de résultat prévisionnels peu réalistes :

- ✓ Un démarrage d'activité trop optimiste ;
- ✓ Un taux de croissance annuel moyen (TCAM) du chiffre d'affaires trop élevé ou trop linéaire ;
- ✓ Des charges souvent sous-évaluées ;
- ✓ Des besoins en fonds de roulement (BFR) sous-estimés.

De plus, (Dittmann, et al.,2004) constatent que la majorité des investisseurs utilisent cette méthode, et partent d'un taux d'actualisation arbitraire et subjectif.

Analyse des sociétés comparables (CCA)

Pour les startups en démarrage et ne disposant pas de données financières suffisantes, contrairement à la méthode du DCF, l'approche **CCA** peut être utilisée. En effet, la start-up est évaluée en examinant les sociétés qui sont lui sont similaires et qui cotées en bourse.

En ce sens, il s'agit d'identifier un échantillon de sociétés comparables. Les évaluations de celles-ci peuvent lors être utilisées comme références pour déterminer la valeur de la startup.

La difficulté associée à cette approche est de trouver un échantillon d'entreprises comparables.

1.2. Méthode du capital-risque (VC)

A travers cette méthode, la start-up est évaluée sur la base du montant d'argent que les sociétés de **capital-risque** sont prêtes à y investir. Cette approche correspond aux cas des startups qui ont déjà atteint un stade de développement avancé, et qui ont déjà levé auparavant un capital-risque important.

La mise en œuvre de la méthode passe par l'identification de sociétés de capital-risque qui ont déjà investi dans des sociétés comparables. Les montants qu'elles ont investi peuvent servir de référence pour le démarrage de l'évaluation de la start up.

Cette approche traduit donc le degré d'optimisme des investisseurs dans le potentiel de croissance des start ups comparables ainsi préalablement financées.

1.3. La Venture Capital Method

La Venture Capital Method développée par Sahlman et Scherlis (1997), est une approche qui permet d'effectuer une évaluation pre-money, du point de vue de l'investisseur. Il s'agit de commencer par la détermination d'une valeur maximale, du point de vue de l'investisseur potentiel. Cette valeur dépend alors des croyances propres à celui-ci et des informations dont il dispose au moment de l'évaluation. A cela, il doit déterminer une valeur planchée. Entre ces deux valeurs extrêmes, l'investisseur doit choisir la fourchette basse entre ces deux valeurs afin de minimiser son risque en fonction des souhaits et des choix de l'entrepreneur.

Cette méthode permet de donner une valeur plus précise à mesure que le stade de développement de la start-up sera avancé. En ce sens, Robyn (2013) précise que l'investisseur va pouvoir utiliser diverses données quantitatives et qualitatives complémentaires dans son évaluation afin de déterminer des paramètres. Les données quantitatives qui peuvent affiner l'étude sont, entre autres, le taux potentiel de croissance à long-terme, les marges potentielles dans le secteur de la Start up, etc. parmi les données qualitatives, figurent par exemple l'expérience de l'équipe de direction, la présence d'homme-clés dans la Start up. Ces informations additionnelles vont largement influencer la valeur qui sera attribuée à la start up, à la baisse ou à la hausse (Robyn C-A, 2013).

La Venture Capital Method est une méthode concerne le point de vue d'un investisseur qui se fixe à un horizon de sortie fixe (nombre d'années limité), et qui cherche à établir une valorisation pre-money.

1.4. La First Chicago Method

Cette approche part de trois scénarios possibles pour la start up, objet de l'évaluation. La valeur attribuée sera donc en fonction du caractère favorable du scénario envisagé : un scénario de base soit, un scénario très optimiste où les perspectives et les potentialités de la Start up dépassent largement les attentes du départ, ou bien un scénario très pessimiste où la situation est moins avantageuse comparée aux attentes.

Techniquement, la First Chicago Method est une méthode hybride combinant à la fois les instruments de la méthode des multiples pour calculer la valeur terminale et des instruments de la méthode DCF, pour actualiser les cash-flows futurs (en utilisant soit le

Capital Asset Pricing Model auquel on ajoute une prime d'illiquidité, soit le taux de rendement interne requis afin d'arriver à la valeur de l'entreprise), (Robyn,2013). En ce sens, le modèle permet d'avoir une valeur actuelle des cash-flows et une valeur terminale propres à chacun des trois scénarios qu'il faudrait ensuite multiplier par leurs probabilités d'occurrence respectives. Les scénarios étant dans le même univers, la somme des probabilités est donc égale à 1 ce qui nous permet alors d'en obtenir une valeur moyenne qui sera la valeur de la start-up.

2. L'évaluation suivant le stade de développement de la start up

2.1. L'évaluation empirique lors de la phase de démarrage

Lorsque la Start up est en phase de démarrage, au cours de laquelle elle se consacre à la recherche et développement, et ne réalise pas encore de chiffre d'affaires et que les fonds déjà injectés ne sont pas suffisants, il est donc nécessaire de lever des financements nouveaux. Cependant les anciens investisseurs sont devant un dilemme ; d'une part, ils ne veulent pas avancer de nouveaux capitaux, et d'autre part, ils ne veulent pas être dilués dans l'actionnariat nouveau. En ce sens, ils doivent se résigner à choisir un niveau de dilution acceptable, sans quoi la Start up restera au stade de projet sans plus et sa valeur n'est alors qu'abstraite (CNCC, 2023).

En ce sens, les méthodes d'évaluation habituellement utilisées sont à exclure car inadaptées à la situation (les approches patrimoniales puisque la start-up ne détient pas de patrimoine significatif, hormis son projet, et de ses brevets. Aussi, les approches fondées sur des performances historiques (basées sur le chiffre d'affaires notamment) ne sont pas possible puisque l'entreprise n'a encore pas démarré.

Dans ces conditions, les investisseurs peuvent recourir à des approches empiriques, où la valorisation est obtenue à partir de la dilution acceptée par les anciens actionnaires. Ainsi, l'évaluation sera le résultat du montant de financement levé rapporté au taux de dilution accepté.

Par exemple une start-up déjà créée, ayant un besoin de financement supplémentaire de 360 KDA pour poursuivre sa phase de recherche et développement et mettre au point son produit. Les actionnaires actuels ne veulent pas injecter davantage de capitaux, mais acceptent d'être dilués de

33.33%. Cela signifie donc que la valeur « post money » à 100% de la start-up est de 1 080 KDA (360/33.33%). La répartition de la valeur « post money » est donc la suivante :

- Actionnaires actuels : $1\ 080 \times 66.66\% = 720$ KDA.

- Investisseurs financiers : $1\ 080 \times 33.33\% = 360$ KDA.

La valeur « pre money » s'en déduit : elle est de 720 KDA., soit la valeur « post money » diminuée de la levée de fonds.

« Ce mode de raisonnement (déduire la valeur « pre money » à partir de la valeur « post money ») est spécifique aux start-up innovantes et diffère de la logique de raisonnement habituellement utilisée pour la détermination du prix d'émission lors d'une augmentation de capital réalisée par une entreprise en phase de croisière (détermination de la valeur des titres à partir de la valeur d'entreprise et de la structure financière) » CNCC (2023 ; pp 43-44).

2.2. Les spécificités liées à la nature des investisseurs potentiels

Les méthodes d'évaluation des Start up peuvent être regroupées en trois grandes catégories : l'évaluation pré-monétaire, l'évaluation post-monétaire et la juste valeur marchande.

L'évaluation pré-monétaire correspond à la valeur de la Start up avant l'injection de nouveaux capitaux. Celle-ci est en phase de démarrage où le montant du nouveau capital est faible comparé à la valeur préexistante de l'entreprise.

L'évaluation post-money, quant à elle, représente la valeur la Start up après injection de nouveaux capitaux. Contrairement au premier cas de figure, le montant du nouveau capital est plus important que la valeur préexistante de l'entreprise.

Concernant la juste valeur marchande, celle-ci correspond à la valeur de la Start up qui est fixée par un investisseur et un entrepreneur consentants, qui ont tous deux une connaissance raisonnable des faits pertinents concernant la Start up.

2.3. Le choix de la méthode d'évaluation

Dans le cas d'un investisseur qui s'intéresse à une Start up qui est à un stade de démarrage, l'évaluation pré-monétaire est la méthode la plus adaptée. En effet, pour cette catégorie d'investisseurs, la valeur future potentielle de la Start up est plus importante que sa valeur actuelle. En ce sens, l'utilisation de l'évaluation pré-monétaire, permet de leur donner une image plus précise de la valeur qui les intéresse.

Par contre, s'il s'agit d'investisseurs qui interviennent à un stade ultérieur, l'évaluation post-money est plus intéressante pour eux. En effet, ce type d'investisseurs, contrairement aux premiers, c'est la valeur actuelle qui les intéresse, et non pas la valeur future potentielle de la Start up.

Pour un entrepreneur qui souhaite vendre son entreprise, la juste valeur marchande est plus adaptée comme valorisation de la start up. En effet, les acheteurs sont généralement plus intéressés par la valeur actuelle de l'entreprise que par sa valeur future potentielle.

3. Cout du capital et évaluation de la start up

3.1. Caractéristiques de l'investissement et actualisation

Les investissements d'une start-up possèdent deux caractéristiques fondamentales : ils sont à la fois non liquides (c'est-à-dire qu'il n'est pas possible de les revendre sur le marché) incertains sur leur valeur future. En ce sens, pour mieux se prémunir de ces risques, l'investisseur aura tendance à fixer des taux d'actualisation plus élevés (vision pessimiste quant à la rentabilité de l'investissement et ses capacités à générer des cash flows).

De ce fait, le taux d'actualisation ainsi fixé à un haut niveau d'aversion vis-à-vis des risques, constitue une prime d'ajustement des flux de trésorerie, ou « une indemnité » pour la valeur ajoutée de l'investisseur (Sahlman, 1987). En d'autres termes, l'investisseur, en fixant des taux d'actualisation élevés, sait pertinemment qu'une partie seulement de l'investissement va dépasser les prévisions, une partie va être totalement perdue et le reste va permettre de payer les différentes incitations comme celles des responsables autres que le fondateur.

Les investisseurs auront tendance à fixer des taux d'actualisation de plus en plus bas, au fur et à mesure que la start-up se développe, car les facteurs de risques qui caractérisent l'entreprise se dissipent progressivement.

3.3. Prix et valeur d'une start up

La valeur d'une entreprise fait référence à sa « valeur intrinsèque ». Par contre, le prix est une notion qui fait référence à une vision externe, matérialisée par le prix du marché. Ainsi, la détermination du prix de l'entreprise tient compte de nombreux facteurs non liés directement à « la valeur fondamentale » de celle-ci, tels qu'appétence du marché à la date de l'évaluation, nombre d'acquéreurs intéressés, synergies potentielles de l'acquéreur, situation d'un marché donné en lien avec une prime de taille, etc.

Dans le cas des start-up innovantes, la distinction entre prix et valeur est primordiale (CNCC 2023):

✓ Il existe un marché lorsque de nombreuses transactions sont effectuées pendant les phases de développement. Dans ce cas, les valorisations de ces start-up, généralement structurellement déficitaires, sont souvent exprimées en % du CA, le multiple étant en réalité la traduction des flux que l'acquéreur prévoit de générer. Dans ce cas, il est important d'être

très vigilant dans l'analyse des comparables en tenant compte de certains critères tels que stade de développement / jalon, maturité des revenus, localisation géographique, etc.

Il existe une valeur « fondamentale » ou intrinsèque lorsque la société est suffisamment avancée dans son développement et son « business model » pour être en mesure d'établir des prévisions avec une certaine précision, même s'il existe des aléas plus ou moins importants.

Conclusion

Le choix de la démarche à retenir pour l'évaluation de l'entreprise est une tâche particulièrement complexe en raison de la pluralité des éléments qui entrent en compte. En effet, en plus des divers facteurs financiers très difficiles à identifier, il faut à cela ajouter divers facteurs plus qualitatifs que quantitatifs (Miloud et Cabrol, 2011) qui influencent de manière significative l'estimation de la valeur finale de l'entreprise. En ce sens, il est important de tenir compte, entre autres de la structure de l'industrie, le potentiel de croissance du marché, la phase de développement de la firme, les barrières à l'entrée et les entraves au développement sont autant de (Brealey, Myers et Allen, 2007). De plus, l'évaluation doit satisfaire les attentes de parties diverses (entrepreneurs, investisseurs initiaux et actionnaires ultérieurs).

En particulier, l'évaluation de ces entreprises est importante pour les capitaux-risqueurs parce que la valeur détermine la proportion d'actions qu'ils recevront en retour de leur investissement ainsi que leurs rendements finaux. Une juste évaluation peut aussi permettre de limiter les sources de conflits potentiels entre les capitaux-risqueurs et les entrepreneurs (Zacharakis et al., 2010).

La question de la bonne évaluation se pose également du point de vue de l'entrepreneur, dont l'entreprise est en phase de pré-investissement. Celui-ci rencontre plusieurs difficultés pour trouver des investisseurs en adéquation avec son projet d'entreprise, l'obtention de fonds suffisant montant du financement u projet d'investissement ainsi que la structuration d'un traitement équitable (Clercq et al., 2006). En effet, l'évaluation doit se faire dans des conditions satisfaisantes pour l'ensemble des parties prenantes (entrepreneurs et investisseurs).

Bibliographie

- ✓ CNCC (2023). Guide de l'évaluation des start-up.

- ✓ Clercq D., Fried H., Lehtonen O. et Sapienza H. (2006), « An entrepreneur's guide to the venture capital galaxy », Academy of Management Perspectives, Vol. 20, N° 3, p. 90-112.
- ✓ Dittmann I., Maug E. et Kemper J. (2004), « How fundamental are fundamental values ? Valuation methods and their impact on the performance of german venture capitalists », European Financial Management, Vol. 10, N° 4, p. 609-638.
- ✓ Miloud, T et Cabrol, M (2011). Les facteurs stratégiques influençant l'évaluation des start-ups par les capitaux-risqueurs. Management & Avenir 9 (N° 49), 36 – 61.
- ✓ Robyn C-A, (2013), « Que vaut ma start-up? », Edition Broché
- ✓ Sahlman William A. et Scherlis Daniel R., (1987), «A method for valuing high-risk, long-term investments: The "Venture Capital Method." » Harvard Business School Publishing
- ✓ Zacharakis A., Truls E. et Bradley G. (2010), « Conflict between the vc and entrepreneur : The entrepreneurs' perspective », Venture Capital, Vol. 12, N° 2, p. 109-126.

Communication n° 02 :

Titre de la communication : Révolution numérique, innovations et start-up : quelques éléments d'analyse

Présentée par : MOKRANE Ali, UMMTO.

Résumé :

-La nouvelle économie liée aux Technologies de l'information et de la Communication (TIC) et fondée sur l'innovation accorde une place importante aux jeunes entreprises high Tech.

-L'innovation est un champ d'action favorable aux jeunes start-up numériques.

-En Algérie, avec l'apparition et le développement de l'économie numérique, les pouvoirs publics encouragent de plus en plus la création des start-up.

-Fait positif et nouveau en Algérie, avec l'apparition et le développement des TIC, nous assistons de plus en plus à l'émergence d'une catégorie d'entrepreneurs créateurs de start-up dans le domaine du numérique.

Ainsi, la problématique des start-up du numérique se pose avec acuité aussi bien au niveau mondial qu'en Algérie.

L'objet de cette communication consiste à répondre à la question centrale suivante :

Dans quelle mesure les start-up constituent-elles un modèle d'entreprise faisant face aux enjeux et aux défis de la révolution numérique ou de la « troisième révolution industrielle » du 21^{ème} siècle ?

Plusieurs questions méritent d'être abordées, notamment :

-Qu'est-ce qui caractérise la révolution numérique en cours ?-Comment peut-on définir et caractériser une start-up numérique et quelles sont les conditions de son émergence ? -Qu'en est-il du cas de l'Algérie ?

D'un point de vue méthodologique, nous adopterons une approche analytique et une étude exploratoire à partir des études théoriques et empiriques existantes.

Selon les résultats de notre recherche, la création de start-up numériques est une condition nécessaire, mais pas suffisante, car le plus important est la croissance de ces entreprises .D'où l'importance du milieu innovateur et de l'écosystème entrepreneurial.

Pour l'Algérie, plusieurs initiatives ont été lancées en faveur de la création de startup, mais le véritable défi reste l'évaluation des effets de ces entreprises sur l'économie nationale.

Communication n° 03 :

Titre de la communication : Les start ups numériques de la finance, fintech : fonctionnement, opportunités et risques.

AMIAR Lila ,Professeur,UMMTO.

AMIAR Habib,MAA,UMMTO.

Résumé :

Les start ups numériques de la finance, ou fintech, ont transformé la sphère financière. Ces entités utilisent les nouvelles technologies pour offrir des services financiers. Ces derniers sont plus adaptés aux besoins des clients, car moins coûteux, et accessibles à travers l'utilisation du Smartphone, comme canal de distribution.

Les fintech sont des start ups qui utilisent des technologies innovantes, souvent connectées, afin d'offrir à un large public des prestations financières plus adaptées que ce que proposent les institutions bancaires.

Les fintechs, profitent d'une appétence des investisseurs et des consommateurs qui est en forte hausse. De par leur capacité à proposer un service à valeur ajoutée basée sur des nouvelles technologies, et une approche centrée sur le client .Elles répondent ainsi à un besoin exprimé par les clients qui n'a pas été pris en considération par les grandes institutions bancaires et financières existantes.

Partant de ce constat, l'objet de cette communication est de comprendre le fonctionnement de ces startups financières, en mettant en exergue le caractère disruptif de cette innovation, qui, à priori semble opportune, mais qui pourrait comporter un certain nombre de risques pour les intervenants.

Mots clés: fintech, innovation disruptive, start up, services financiers, banque digitale.

Communication n° 04 :

Titre de la communication : Valorisation des résultats de la recherche scientifique et universitaire en Algérie

Présentée par : AMIRI Dalila,MCA,UMMTO.

Résumé :

La recherche scientifique et universitaire est indispensable dans le cadre du développement des compétences et l'encouragement du montage des entreprises dans un cadre réglementaire bien défini. L'expérience algérienne est favorable pour mener à bien la démarche scientifique pour lancer des incubateurs innovants pour accompagner les différents porteurs projets. Il s'agit à travers notre contribution de démontrer l'importance de la valorisation des résultats obtenus à travers la recherche universitaire dans le domaine des start-up en Algérie.

Mots clés : Recherche, scientifique, universitaire, valorisation, start-up.

Communication n° 05 :

Axe 05 : L'écosystème des start-up du numérique : incubateurs, milieu et territoire

Nouvelles tendances de consommation et Développement des pure-players : état des lieux et perspectives

New consumer trends and development of pure players: current situation and outlook

DR. ATTAR NOUREDDINE

0552108143

MCB à l'Ecole Supérieure de gestion et d'économie numérique (ESGEN),

Membre du laboratoire d'étude et de recherche sur l'économie numérique LEREN,

Équipe « entreprise et numérique »

Responsable de l'incubateur ESGEN

Koléa, Tipaza, Algérie

nattar@esgen.edu.dz

DR. KOUADRI NORHENE

0674407419

MCB à l'Ecole Supérieure de gestion et d'économie numérique (ESGEN),

Membre du conseil scientifique de l'incubateur ESGEN

Koléa, Tipaza, Algérie

nkouadri@esgen.edu.dz

Mme. AMELLAL ZEHIRA

0552595844

MAA à l'Ecole Supérieure de gestion et d'économie numérique (ESGEN),

Membre du laboratoire d'étude et de recherche sur l'économie numérique LEREN,

Équipe « entreprise et numérique »

Membre du conseil scientifique de l'incubateur ESGEN

Koléa, Tipaza, Algérie

zamellal@esgen.edu.dz

Résumé :

Nul ne peut nier que depuis vingt ans l'Algérie essaye de dématérialiser l'ensemble des secteurs d'activités tout en augmentant le taux de pénétration de l'internet dans le foyer Algérien et en généralisant l'utilisation de la 4G depuis que les Smartphones constituent le prolongement de notre main. Ainsi, l'utilisation d'internet a permis de réduire la distance entre les entreprises et le consommateur où ce dernier connaît de nouvelles tendances de comportement ce qui peut constituer une opportunité immense auprès de nos entrepreneurs notamment dans l'apparition des pure-players en Algérie, pas sûre !

Le but de notre travail est d'étudier les nouvelles tendances du comportement du consommateur Algérien suite à l'utilisation d'internet par les entreprises comme canal de vente, de paiement, de distribution et de communication.

Ainsi, nous avons réalisé une enquête exploratoire auprès d'un échantillon de 221 personnes, qui a permis d'évaluer le comportement des consommateurs en identifiant les intentions d'utilisations d'internet, les motivations et les freins relatifs à l'achat en ligne, la fréquence et les modes de paiement utilisés, les canaux les plus utilisés pour l'achat en ligne et les secteurs les plus recherchés en ligne.

Les conclusions auxquelles nous sommes parvenues reflètent clairement l'opportunité que les entrepreneurs peuvent saisir en lançant des startups du type pure players notamment dans le secteur du e-commerce, le tourisme et la livraison.

MOTS CLES: comportement du consommateur, motivations, freins, pure-players, Algérie.

Communication n° 06 :

Fiche de proposition de communication

Nom et Prénom : Par BELLAHCENE-BELKHEMSA Ouerdia

Téléphone : 05 59 06 89 99

Adresse mail : O.bellahcene@yahoo.com

Institution de rattachement : Département des Sciences Economiques

Adresse professionnelle : ouerdia.bellahcene@ummtto.dz

Grade : Maitre de Conférences A

Axe de recherche : Axe n° 05 : L'écosystème des start-ups du numérique : incubateurs, milieu et territoire

Titre de la communication : Construire un écosystème pour soutenir les start-ups numériques en Algérie

La notion d'écosystème est au cœur de nombreux champs de recherche. On parle d'écosystème entrepreneurial, d'innovation, d'affaires, de santé etc., pour désigner une communauté économique soutenue par l'interaction d'individus et d'organisations, indépendants au sein d'une même aire géographique (Leger Jarniou et al 2016). Masseghem (2021) parle de "l'industrie de l'accompagnement" qui développe de nouvelles propositions de valeur. L'écosystème influence la formation et la trajectoire des entreprises créées. Aussi, en prenant en considération l'écosystème, l'action est envisagée de façon située et collective en lien avec un écosystème que les acteurs mobilisent et contribuent aussi à construire (Schmitt, 2019).

Dans cet écosystème, la relation à l'autre n'est pas envisagée à travers "sa fonction", mais s'inscrit dans une logique partenariale (Schmitt, 2019) basée sur des rapports de confiance mutuelle qui crée une situation "gagnant-gagnant". Chaque agent occupe dans ce

continuum une place bien identifiée, dont la position confère à l'ensemble sa cohérence, voire son efficacité (Haddad et Poncet, 2008).

De ce point de vue, construire un écosystème pour soutenir la start-up numérique est un objet d'étude essentiel. Le choix de ce sujet n'est pas anodin car la vague digitale explique en partie l'explosion du nombre de start-ups, l'éclosion de nombreux incubateurs et l'afflux de capitaux un peu partout dans le monde (Nurdin et Picamoles, 2019). Par ailleurs, l'idéologie entrepreneuriale" (Philippard, 2016) semble prévaloir dans l'émergence et le développement de ces start-ups.

En Algérie, avec l'apparition et le développement des TIC, les pouvoirs publics encouragent de plus en plus la création des start-up, avec notamment, la création du ministère dédié chargé de l'économie de la connaissance et des start-ups, les plateformes numériques et la coopération. A ce titre, plusieurs entreprises algériennes ont été « labellisées start-up » et les créateurs veulent s'affirmer à travers un projet innovateur.

On conçoit alors l'intérêt de porter notre attention sur la construction d'un écosystème pour créer une vision d'ensemble, transversale pour soutenir l'émergence et le développement des start-up. À partir de l'analyse de contenu de nombreux documents, complétée par une enquête réalisée auprès de certains porteurs de projets de création de start-up, ce projet de communication se propose de répondre à la question suivante : Comment construire un écosystème favorable à l'émergence et au développement des start-up ?

Nos résultats préliminaires montrent qu'il n'existe pas de mode d'emploi permettant d'éviter les écueils ou de lever les incertitudes de la création de start-up. Il ne suffit pas que des idées ou/ et des concepts émergent, mais il faudra surtout construire pour les porteurs de projets un écosystème favorable afin de créer des économies d'agglomération, des processus d'innovation et des dynamiques entrepreneuriales.

Mots clés : Start-up ; écosystème ; incubateur ; soutenir

Bibliographie

Laborde Olivier (2017). « Innover ou disparaître. Le Lab pour remettre l'innovation au cœur de l'entreprise ». Ed. Dunod ;

Masseghem (2021) Messeghem K, (2021). L'accompagnement entrepreneurial. EMS

Nurdin Charles et Picamoles Thomas (2019). Stratégie start-up : Du mythe américain au succès français. Dunod.

Philippard Pascal (2016). Ecosystème entrepreneurial et logiques d'accompagnement. EMS Editions.

Schmitt Christophe (2019). Aide-mémoire entrepreneuriat. Ed. Dunod.

Communication n° 07 :

Auteurs:

Auteur(1):

Nom et prénom:BOUDERBALA Halima

Téléphone: 0655233991

Adresse mail: halima_sami1990@hotmail.com

Institution de rattachement: Ecole Supérieure de Management de Tlemcen, Algérie,

Adresse professionnelle: 01, Rue Barka Ahmed bouhannak Imama (près du commissariat des 400 logements de Bouhannak) Tlemcen Algérie

Garde: Doctorante

Auteur(2):

Nom et prénom:TABET DERRAZ Imane

Téléphone: 0552998200

Adresse mail: Tabetderrazimane@yahoo.fr

Institution de rattachement: Ecole Supérieure de Management de Tlemcen, Algérie,

Adresse professionnelle: 01, Rue Barka Ahmed bouhannak Imama (près du commissariat des 400 logements de Bouhannak) Tlemcen Algérie

Garde: maitre de conférences classe « A »

Axe de recherche: عملية نمو و انشاء الشركات الناشئة الرقمية

Titre de la communication: La contribution des technologies de l'information et de la communication (TIC) au développement des startups en Algérie

Résumé :

Les technologies d'information et de communication (TIC) constituent un ensemble de technologies regroupant principalement des objets matériels et immatériels (les ordinateurs, les logiciels et les réseaux de télécommunication).L'utilisation de ces techniques modifient les manières d'échanger, d'apprendre, de produire, de communiquer , Leur insertion permet de supprimer les contraintes spatiales et temporelles des activités, permet aussi de changer les formes d'accumulation des richesses : réduction du coût d'accès à l'information et amélioration de la coordination des acteurs en dégagant des intérêts en

productivité et l'émergence de nouvelles activités à forte valeur ajoutée, avec l'extension de la dimension immatérielle des activités de production : industrie du logiciel, services informatiques, multimédia, Internet et téléphonie mobile. Alors que, d'une part que les jeunes entreprises innovantes interviennent sur des marchés où l'incertitude est forte, elles doivent par conséquence d'adapter en permanence leur Business Model aux changements technologiques afin de s'adapter avec les besoins et les exigences de leurs parties prenantes induisant l'adoption de nouvelle technologie de l'information et de la communication. A cet effet notre étude va porter sur la cette sujet de recherche «la contribution des technologies de l'information et de la communication au développement des startups en algérie».Donc notre objectif sera d'analyser « qu'il l'influence des technologies de information et de la communication (TIC) sur le développement des startups en algérie? ».

Cet article a revenu sur les impacts de l'utilisation des TIC sur le développement des startups algériens. Une approche quantitative pour la réalisation de cette étude: disposition d'un questionnaire dans le Google formes, mais en tant que le secteur des jeune entreprises innovantes considéré comme un nouvel demain en cours de construction en algérien , nous avons rencontre des difficultés pour la collecte des informations, telle que nous avons lancé notre questionnaire depuis le mois de septembre 2022, nous avons collecté seulement un échantillon de 12 startups, dont deux entre ells sont virages.

Les résultats tirés de notre étude montrent que l'uage des TIC génère des contributions considérables et un impact positif sur le développement des startups algériens.Telle que les TIC ont des forts contribution à la réduction et à la maitrise des coûts,aussi ells ont une grande participation à l'orientation de leurs activités vers de nouveaux produits ou services plus innovantes , à l'amélioration de la qualité des services ou produits offerts aux clients et à la rapidité et meme que à la facilité d'accès et à la circulation des informations entre les parties prenantes,... etc. Ceci du point de vue des responsables des startups enquêtés.

Mots-clés: Start-up, développement, information, technologie, communication.

Références :

Aicha, B., & Benhabib, A. (2021). Le rôle du capital humains et des motivations personnelles de l'entrepreneur dans la croissance de la start-up : cas d'entrepreneurs algériens. 17 (1), 147

Basque, J. (2005). Une réflexion sur les fonctions attribuées aux TIC en enseignement universitaire. *Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire* , 2 (1), 34.

Bekaddour, A. (2020). Start-up et écosystème d'accompagnement en Algérie. *Annales de l'université de bechar en sciences économiques* , 7 (3), 533.

Berdi, A., & Sebbar, A. (2018). Contribution à l'étude du caractère stratégique des technologies d'information et de communication (TIC) pour l'organisation :cas du secteur bancaire marocain, . *Revue Marocaine de recherche en management et marketing*, (18), 38-57.

Elmekki, W. (2018). Startup-act: cadre juridique régissant les startups en Tunisie. 2 . Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et de la statistique, Tunisie.

Jdidi, R., & Redouaby, M. (2020). Le rôle du management des risques des projets dans la réussite des startups : une étude de la littérature. *revue internationale d'economie numérique* , 108.

Kaoutoing, S. (2020). Croissance des startups camérounaises : une analyse par les mécanismes de gouvernance. *Revue Internationale du Chercheur* , 147.

Mastafi, M. (2016). Définitions des TIC(E) et acception.. Université Chouaib Doukkali d'El Jadida, Maroc. 3-4

Nafzaoui, M. A., Sebbar, A., & Bedri, A. (2018). Analyse des impacts de l'utilisation des Technologies d'Information et de Communication (TIC) sur les conditions de travail dans l'organisation-Cas du secteur bancaire marocain-. *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit* (6), 130.

Sabrina, K. (2022). Analyse de l'écosystème des startups en Algérie (Etat des lieux et Perspectives). *La Revue du développements et des Prospectives Pour Recherches et études* , 7 (1), 295-296.

Caillard, J.-F., & Paris, T. (2018). *La fabrique des start-up*. france: Pearson France.

Rharbaoui, Y., & Bignon, A. (2019). *Les secrets des meilleures startups pour prendre en main ta carrière* . Dunod. Paris.

de Saint martin, J.-P., Paridimal, É., Verdier, R., Le Meillour, Y., Serris, J., & de Rocca, É. (2021). Leviers de développement des startups industrielles en phase d'industrialisation. *Inspection générale des finances* , Conseil général de l'économie, France.

Autissier , D., & Lahlou, S. (1999). Les limites organisationnelles des TIC: émergence d'un phénomène de saturation cognitive. *Academia Accelerating the world's research*.

Baqué, G., Raso, P., & Ripp-Lascout, G. (2015). La France, une terre propice au développement des startups? les publications économiques de Coface, Par les économistes du groupe Coface, 7. (p, Éd.) France: Panorama Groupe.

Belattaf, M., & Meradi, O. (2007, 08 21). NTIC, Territoire et Développement en Algérie. Consulté le 09 05, 2022, sur <http://www.tic.ird.fr/spipc5fc.html?article228>

Graham, P., McClure, D., & Blank, S. (2017, 01 17). Mais au fait, c'est quoi une startup ? Consulté le 09 03, 2022, sur <https://le-shift.co/c-est-quoi-une-startup-definition-difference-entreprise/>

Communication n° 08 :

Chems Eddine BOUKHEDIMI, University of Tizi Ouzou, Department of commerce. Marketing Management. Algeria

chemsrko@gmail.com

“Analyzing the impact of perceived risks in startup projects: Survey based on the Algerian students”

Abstract:

The present study aims to highlight the effect of perceived risks on the willingness to create startups in Algeria. The research is based on an online survey that was conducted in December 2023 among 11 graduate and post-graduate researchers, all of them were from the University of Tizi Ouzou. Moreover, the study's analysis was based on the McNemar test and descriptive statistics using SPSS version 26.

The result found is statistically significant (p value: $0.039 < 0.05$) and the proportion of startup holders before and after the intervention is statistically significantly different. Furthermore, the most perceived risks are: the long processing time of the project's file (54.5%), the difficulty in obtaining a bank loan (72.7 %), lack of financial resources (63.6 %), lack of professional experience (54.5%), and competitiveness (54.5%). Then, these risks couldn't affect on the willingness to start their own business.

Keywords: Perceived risks; startup; Algeria; Algerian students; University of Tizi Ouzou; McNemar test; SPSS.

Communication n° 09 :

Axe n° 01 : Les Start-up numériques : émergence et fondements théoriques

De la PME à la Microentreprise et à l'émergence des start-up : Evolution spontanée ou maturation d'un nouveau paradigme dans le contexte de l'économie numérique ?

Proposée par :

CHENANE Arezki, Professeur, FSECG, UMMTO

Laboratoire DEFI, FSECG, UMMTO, 15000, Algérie

Résumé :

La remise en cause du modèle Marshallien de la production de masse depuis les années 1970, s'est accompagnée d'un vaste mouvement de réformes économiques et structurelles, notamment dans les pays ayant un niveau de développement assez faible.

C'est dans ce contexte que l'analyse de l'entreprise comme acteur économique fondamental dans la vie économique et sociale des pays, a suscité beaucoup de débat autour des configurations multiples pouvant éclore un modèle de développement adapté aux différents contextes spatio-temporels.

C'est pourquoi, nous avons assisté à de multiples « modèles » appelés communément « paradigmes » théorisant le phénomène « entreprise » et « entrepreneur ». A la lumière de ces évolutions, il apparaît, sans conteste, la forme ou la taille de l'entreprise et sa dimension est au centre du débat scientifique. A juste titre, nous avons considéré l'Entreprise de petite ou de moyenne taille « PME », comme un palliatif à la grande entreprise.

Partant de ce constat, nous nous interrogeons dans cette présentation communication sur les évolutions théoriques et conceptuelles relatives aux formes et diversités qu'ont connues les entreprises dans des contextes différents. A cet effet, nous allons mobiliser une démarche rétrospective en passant de la PME à la microentreprise pour arriver au néologisme entrepreneurial que nous appelons « start-up ».

Pour se faire, nous allons dresser une synthèse théorique et empirique du l'usage de ces différentes conceptions dont la finalité est de recentrer les différents apports relatifs à la start-up. Nous allons, bien entendu, cerner cette dernière dans le contexte de la numérisation

et de la révolution « numérique » d'aujourd'hui. Nous mettons, enfin, en relief, les résultats discutables concernant les nuances des acceptions pour s'inscrire dans une démarche d'une évolution spontanée des concepts et aussi d'un « nouveau » paradigme de développement à l'ère du « tout » numérique.

Mots clés : paradigme, start-up, économie numérique,

Communication n° 10 :

Nom et Prénom : **Fernane Djamila**

Téléphone: **0541879149**

Adresse mail : **djamila_fernane@yahoo.fr**

Institution de rattachement : **UMMTO**

Adresse professionnelle : **FSECSG UMMTO**

Grade : **MCB**

Axe de recherche : **Axe 04-management des strat-up**

Titre de la communication : **Start-up numériques : Facteurs susceptibles d'inciter les jeunes créateurs d'investir dans les TIC**

Les technologies de l'information et de la communication se sont progressivement imposées dans les pratiques de gestion dans les organisations touristiques vu qu'elles constituent un véritable potentiel en matière d'analyse, de réduction des coûts et du temps d'échange avec les clients (**DUDEZERT, 2018**). Elles entreprennent ce qu'on appelle une « transformation digitale » qui d'après **DUDEZERT** renvoie aux « systèmes de gestion de la collaboration et de partage des savoirs, qui ont permis le développement de pratiques de travail centrées sur la créativité, l'ajustement mutuel, la co-construction, l'échange et la mobilité » (**2018, p.125**). Ces technologies sont devenues très importantes dans la gestion quotidienne des tâches pour les entreprises de l'hôtellerie surtout celles relevant de haut standing car elles ouvrent de nouvelles opportunités de travail. Ce qui constitue un créneau opportun pour les jeunes créateurs voulant investir dans le développement de logiciels et des pages site-web. Néanmoins, beaucoup d'entreprises hôtelières algériennes restent réticentes au changement, pourtant rares sont celles qui ignorent encore aujourd'hui l'apport des (TIC) sur les différentes dimensions de l'organisation et sur sa performance. A cet effet, la mise en place des technologies sous formes de logiciels ou autres est confrontée aux contraintes relatives à l'acceptation de la technologie, à la facilité de son utilisation et à son utilité pour le service en question (**BAILE & LOUATI, 2010, p. 10**). D'où la nécessité d'accompagner les porteurs de

projets à travers une étude de marché relative à l'analyse des facteurs de l'acceptation et de l'utilisation des TIC.

Face à ces réalités, notre objectif est de chercher à comprendre quels sont les facteurs susceptibles d'exercer des influences sur l'acceptation des nouvelles technologies chez les entreprises du secteur hôtelier. En d'autres termes, nous cherchons à apporter des éléments de réponse à la question suivante : **quels sont les facteurs qui incitent les hôtels de haut standing à utiliser les TIC dans leur travail?**

Le présent travail vise deux objectifs principaux. D'une part, vérifier dans quelle mesure le modèle TAM pourrait expliquer l'intention d'utiliser des TIC chez les hôtels haut de gamme en Algérie. D'autre part, déterminer le facteur susceptible d'aider le porteur de projet d'y investir dans ce créneau.

Mots clés : Modèle d'utilisation des technologies, hôtellerie haut gamme, modélisation en Équations Structurales.

Méthodologie de recherche : Pour vérifier les hypothèses de recherche, nous avons recouru à l'approche mixte que nous avons segmentée en deux phases. L'étude de terrain a touché 11 hôtels algériens de haut standing. Les données ont été traitées par le logiciel SPSS et AMOS 21.

Résultats et conclusions :

Les résultats obtenus valident en partie les hypothèses de notre travail et montrent que la dimension facilité d'utilisation est une dimension importante et influence positivement l'intention d'utilisation des TIC chez les hôtels. En plus, à chaque fois que l'utilisateur percevra que la technologie est utile pour son travail et facile à utiliser, plus il sera susceptible de l'adopter et l'accepter. Ce qui confirme l'approche de **DAVIS (1989)** qui stipule que la probabilité que les individus adoptent une nouvelle technologie dépend de l'utilité perçue et de la facilité d'utilisation perçue.

Communication n° 11 :

Auteur :

Nom et Prénom : **FIRLAS Mohammed**

Téléphone: **06 70 04 93 12**

Adresse mail : mohammed.firlas@ummto.dz

Institution de rattachement : **FSECSG-Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou**

Adresse professionnelle : **UMMTO, Tizi-Ouzou 15000.**

Grade : **MCB**

Axe de recherche n° 02 : Le processus de création et de croissance des start-up du numérique

Titre de la communication :

Entrepreneuriat et création de nouvelles entreprises en Algérie : une mise en évidence dans le secteur des TIC

Résumé :

Cette étude vise à faire la lumière sur les nouvelles problématiques de création d'entreprises en Algérie, se concentrant principalement sur le secteur des TIC. L'entrepreneuriat numérique et des TIC a reçu une attention accrue au cours de la dernière décennie, car il est désormais reconnu que ce type d'entrepreneuriat est capable de créer des entreprises qui génèrent des innovations technologiques, des emplois bien rémunérés et des niveaux de richesse élevés.

En adoptant une méthode principalement qualitative, elle explore les facteurs qui favorisent ou entravent le processus de création de nouvelles entreprises en Algérie dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC). En plus des entretiens avec des entrepreneurs du secteur, l'étude se complète par la collecte des données auprès d'un groupe d'experts et de professionnels du domaine composées d'universitaires, de responsables d'organismes d'accompagnement à l'entrepreneuriat, de responsables d'incubateurs et de directeurs de banques commerciales. Ces données provenant de différentes sources contribuent non seulement à une perspective globale, mais fournissent également des implications pour les recherches futures.

Mots clés : Entrepreneuriat - Création d'entreprise – TIC – Algérie.

Abstract:

This study aims to shed light on new venture creation issues in Algeria, focusing primarily on ICT sector. Digital and ICT entrepreneurship has received increased attention over the last decade, as it is now recognized that this type of entrepreneurship is capable of

creating businesses that generate technological innovations, well-paid jobs and high levels of wealth.

Adopting mainly qualitative method, this study explores the factors that promote or hinder the process of creating new venture in Algeria in Information and Communication Technologies (ICT) domain. In addition to interviews with entrepreneurs in the sector, the study was been completed by data collection from a control group, which consists of scholars, managers of entrepreneurship support organizations, incubator officers and commercial bank directors. These data from different sources not only contribute to a global perspective, but also provide implications for future research.

Keywords: entrepreneurship – Venture creation – ICT- Algeria

Communication n° 12 :

Communication Proposal Form

Author :	Gouraya BELBACHIR
Phone Number :	0665291993
Email Address :	gouraya.belbachir@ummtto.dz
Institution :	Mouloud MAMMERI University of Tizi Ouzou
Professional Address :	Faculty of Economics, Business & Management Mouloud MAMMERI University of Tizi Ouzou – Algeria
Grade :	Lecturer (MCB)
Research Focus :	Focus 04 : Management of Digital Startups
Title of the Paper :	The Impact of ICTs on Organisational Performance in the Startups

Author :	Hamid BOUZIDA
Phone Number :	0663626902
Email Address :	bouzidah35@yahoo.fr
Institution :	M'Hamed BOUGARA University of Boumerdes
Professional Address :	Faculty of Economics, Business & Management M'Hamed BOUGARA University of Boumerdes – Algeria
Grade :	Professor
Research Focus :	Focus 04 : Management of Digital Startups

Title of the Paper :	The Impact of ICTs on Organisational Performance in the Startups
Author :	Madjid HADJEM
Phone Number :	07913119926
Email Address :	madjid.hadjem@yahoo.fr
Institution :	Mouloud MAMMERI University of Tizi Ouzou
Professional Address :	Faculty of Economics, Business & Management Mouloud MAMMERI University of Tizi Ouzou – Algeria
Grade :	Lecturer (MCB)
Research Focus :	Focus 04 : Management of Digital Startups
Title of the Paper :	The Impact of ICTs on Organisational Performance in the Startups

The Impact of ICTs on Organisational Performance in the Startups

Abstract :

Information and communication technologies (ICTs) has the ability to create value by enabling other firm capabilities. This study examines the concept of Information and communication technologies (ICTs) and its effects on organisational performance in the Startups and develops a novel theoretical framework that evinces the proliferation of ICTs in the Startups.

The results contribute to filling the gap in the Startups focused literature on theoretical studies examining ICTs enabled capabilities and organisational performance in the Startups.

Research findings confirmed the viability of the ICTs and its positive effects in the Startups' organisational performance.

This study introduces ICTs as a novel dimension in digitalisation of startups through innovation. In addition, the present research posits the plausibility and confirms the benefits that arise following ICTs implementation in the Startups.

Keywords : Information and Communication Technologies (ICTs); Organisational Performance ; Innovation ; Startups.

Communication n° 13 :

Auteurs :

Nom et prénom : GUENDOUL FAROUK

Téléphone : 07 92 14 39 10

Adresse mail : faroukguendoul@gmail.com

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : UMMTO

Grade : Doctorant

Nom et prénom : MEKACHER AMAL

Téléphone : 05 56 52 79 13

Adresse mail : mekacheraamel@gmail.com

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : UMMTO, **Grade :** MCA

Axe de la recherche N° 5 : L'écosystème des start-up du numérique : incubateurs, milieu et territoire

Titre de la communication : Analyse de l'écosystème des INSURTECH en Algérie

Résumé :

A l'ère de l'économie de la connaissance, la technologie est devenue un catalyseur de la croissance économique. Le secteur des assurances n'est pas en reste, puisqu'aujourd'hui on compte un nombre significatif de start-up qui se lancent dans l'utilisation des nouvelles technologies baptisées les INSURTECH, et dont la vocation est le développement d'un écosystème adapté à des exigences de plus en plus pointues. Dans le but d'analyser les INSURTECH en Algérie, cette contribution se penchera sur le cadre conceptuel dans lequel elles évoluent, ainsi que sur l'identification des différents acteurs et de leur rôle dans le secteur assurantiel. A l'issue de ce travail, il nous sera plus facile de déduire les points forts et faibles de cet écosystème.

Pour bien mener ce travail, il nous était impératif d'effectuer une recherche documentaire ciblée sur la question de la digitalisation des compagnies d'assurance et leur écosystème qui admet deux structurations possibles, la première sectorielle, impliquant une division et un traitement sectorisé de l'écosystème: santé, objets, voyage, maison, vie, épargne etc.; la deuxième globale reconnaissant les complexités organisationnelles et segmentant le secteur en fonction du rôle des différentes sociétés Insurtech : assurance

distribution de produits, fournisseurs de technologies Insurtech (Chaine de valeurs, protection, big data, Risque & Fraude, expérience client...etc.)

Enfin, une étude sur terrain basée sur des entretiens avec différents responsables de la digitalisation des compagnies d'assurances telles que la SAA, la CAAR, la CAAT et la CNMA, va permettre d'avoir une appréciation plus proche des réalités et donc nous permettra d'obtenir des résultats répondant à la question posée :

L'écosystème assurantiel est-il idéal pour favoriser l'émergence et l'évolution des INSURTECH en Algérie ?

Résultats attendus :

1) L'écosystème actuel n'est pas idéal pour favoriser l'émergence et l'évolution des INSURTECH en Algérie ;

2) Le cadre réglementaire n'est pas encore assez adapté aux exigences des INSURTECH.

Communication n° 14 :

Titre de la communication : La démarche technopolitaine au cœur des politiques publiques en faveur des startups du numérique en Algérie : éléments de bilan

HAMMOUTENE Ourdia, MCA, UMMTO

Email: ourdia.aiche@ummto.dz

Résumé :

Aujourd'hui, le défi de l'Algérie est de casser les dynamiques rentières et de reconsidérer sa stratégie de développement économique qui reste basée sur les hydrocarbures. C'est d'autant plus urgent considérant que la croissance de demain repose sur le développement de l'économie numérique. A ce sujet, un semblant de consensus semble exister parmi les académiciens pour dire que l'économie numérique recouvre les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), les secteurs qui les utilisent et ceux qui ne pourraient exister sans ces technologies (Lemoigne et al ,2011). Par secteurs, les organismes de statistiques publiques (OCDE, INSEE..) font référence à ceux liés à la production de biens et services supportant le processus de numérisation de l'économie.

Le paradoxe de la productivité (Solow, 1987) étant dépassé, les travaux récents se rapportant aux TIC se montrent plutôt favorables à l'égard des effets de ces technologies et

reconnaissent pour la plupart leurs vertus. C'est ainsi que l'on considère que les applications des TIC peuvent devenir des moyens de rattrapage économique dans la stratégie de développement du pays. L'enjeu serait de ne pas manquer la symbiose TIC/économie, fondement de la nouvelle économie (Chettab, 2008).

Dans cet esprit, l'Algérie entame à partir de la fin des années 1990 des changements en espérant profiter des transformations liées à la quatrième révolution industrielle (Schwab, 2015). Ces deniers prennent lieu dans un contexte de globalisation croissante et de mise en œuvre des accords internationaux (Mezouaghi, 2001). Ils portent sur la reconsidération de l'environnement juridique et institutionnel du secteur de la poste et des TIC avec sa libéralisation et la régulation de ses activités.

Consciente de l'ampleur des attentes et des compétences souvent peu mobilisées et valorisées, l'Algérie met en œuvre des stratégies (e-Algérie 2013, le programme de modernisation des PME/PMI et le plan d'action du ministère de la poste et des TIC...) avec pour objectif la réduction de la fracture numérique et l'amélioration de la situation de l'Algérie au niveau international. Parmi elles, la création des pôles technologiques reste sans nul doute la plus importante.

Quel que soit leur façon d'apparition, création volontaire ou émergence spontanée, et quel que soit leurs appellations (districts industriels, clusters, pôles de compétitivité, technopoles, milieux innovateurs, etc.), ces formes d'organisation industrielle territorialisée sont toutes l'incarnation d'une même doctrine : la mise en réseau d'acteurs et leur coopération active est source de compétitivité et d'innovation pour les entreprises et les territoires (Porter 2000). En Algérie, certains (le cyber-parc de Sidi Abdallah) ont pour vocation de devenir des pôles d'excellence dans le numérique pour faire des entreprises « Start -Up » algériennes des entités innovantes compétitives sur le marché mondial dans le secteur des TIC. **Quel bilan peut-on faire concernant la démarche technopolitaine comme principale politique publique en faveur des start-up du numérique en Algérie ?** Telle est la problématique à laquelle cette communication va tenter de répondre.

En se basant sur la littérature relative à l'économie numérique, aux TIC et aux start – up (Lemoigne et al, 2011 ; Blank, 2013 ...), sur des travaux académiques se rapportant au contexte algérien (Maherzi, 2013 ; Khelfaoui, 2007 ; Djeflat et al, 2017...), mais aussi les données diffusées par le Ministère algérien de la Poste et des Télécommunications (MPTIC) , par l'Agence Nationale de la Promotion et de développement des Parcs Technologiques (ANPT) , nous avons tenté de dégager des éléments de bilan concernant cette démarche.

Pour le cyber parc de Sidi Abdallah, nos résultats semblent montrer l'importance de la disponibilité des espaces de travail et des infrastructures d'accompagnement de l'activité économique ainsi que les synergies qui découlent des différentes activités ancrées sur le territoire. Cependant, des difficultés existent et tiennent pour la plupart à l'absence de modalités favorisant l'épanouissement des entreprises. Les opérateurs se disent insatisfaits des services complémentaires qui sont quasi inexistantes et qui constituent la pierre angulaire dans les technopoles. Résultat, l'attractivité de la technopole se trouve compromise puisqu'une bonne partie des entreprises souhaite le quitter. Ici, l'intervention de l'Etat est toute recommandée, mais avec des modes différents. Celui-ci devra jouer un rôle de facilitateur et d'accompagnateur dans l'attractivité des autres secteurs complémentaires et périphériques au secteur des TIC. Le but étant de faire de cet espace une technopole au service des start up du numérique pour drainer davantage d'investissements innovants aussi bien nationaux qu'étrangers.

Mots clés : Economie numérique, TIC, Start up, Politiques publiques, démarche technopolitaine.

Références bibliographiques :

- Chettab, N. « Economie, TIC et bonne gouvernance en Algérie », CERIST, 2008. Consulté sur <http://www.drdsi.cerist.dz/SNIE/chettab.pdf>, .
- Djeflat, A., Nafa, A. et Chiti, M. « Stratégies d'acteurs dans le développement économique des territoires .Le cas des pôles émergents dans le secteur des TIC », CREAD, 2017.
- e-commission, « Synthèse, 2008 », décembre 2008.
- Hammoutene, O. « Processus d'introduction des TIC au sein de l'entreprise publique industrielle algérienne et apprentissage organisationnel », soutenue à l'Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, le 16/10/2019.
- Khelfaoui, H. « Stratégies individuelles et collectives d'intégration des TIC en Algérie » in Mezouaghi, M. « Le Maghreb dans l'économie numérique », institut de la recherche sur le Maghreb contemporain, Edition Maisonneuve et Larose, 2007.
- Lemoine, P., Lavigne, B., et Zajac, M. « L'impact de l'économie numérique », revue Entreprise, 1^{er} trimestre, 2011.

- Maherzi, L. « Le Maghreb face aux TIC, appropriation, usages et politiques publiques » in Ledjou, J.L, Rakotobe, H. R. « Des réseaux et des hommes, le sud à l’heure des technologies de l’information et communication », GEMDEV Karthala, 2013.
- Mezouaghi, M. « La libéralisation des télécommunications dans les pays du Maghreb : une réforme controversée » Annuaire de l’Afrique du nord, Tome XXXIX, 2001, CNR Editions.
- Renaud, P. « Internet au Maghreb et Machrek de la Recherche et Développement à l’appropriation sociale » in Mezouaghi, M. « Le Maghreb dans l’économie numérique », institut de la recherche sur le Maghreb contemporain, Edition Maisonneuve et larose, 2007.
- Touati, K. « Appropriation des technologies de l’information et de la communication par les pays arabes : difficultés d’adoption ou source de développement ? », Revue Mondes en Développement, N°151,2010/3.
- www.mptic.dz

Communication n° 15 :

Auteur(s):

Nom et Prénom : _____ Issaadi Lynda – Doctorante _____

Nom et Prénom : _____ Mokrane Ali – Maître de conférences A _____

Téléphone: _____ 0559780377 _____

Adresse mail: _____ issaadi.lynda17@gmail.com _____

Institution de rattachement : _____ Faculté des sciences économiques, de gestion et des sciences commerciales - UMMTO _____

Adresse professionnelle: _____ lynda.issaadi@ummto.dz _____

Grade: _____ _____

Axe de recherche : Le financement des startups numériques

Titre de la communication: Le Crowdfunding comme solution pour le financement des startups en Algérie : analyse des opportunités et des défi

Résumé :

La croissance de la culture entrepreneuriale a favorisé la tendance à la création de nombreuses micro, petites et moyennes entreprises, qui ont démontré leur potentiel à être innovantes, compétitives et à réduire les coûts de productions. Ces entreprises prennent aujourd'hui plus généralement la forme de startups, lesquelles font face à un manque de financement, constituant l'une des principales difficultés de nombreuses d'entre elles, notamment les plus risquées et innovantes.

Afin de pallier au manque d'accès au financement pour cette catégorie d'entreprises, de nombreux pays ont tenté de trouver des mécanismes de financement pour faciliter leur accès aux fonds. Ainsi, le financement participatif appelé également **crowdfunding** constitue un levier efficace pour ces entreprises naissantes, leur permettant de lever les fonds nécessaires à leur développement.

Le financement participatif, ou **crowdfunding**, est l'une des innovations financières les plus importantes résultant du développement technologique, permettant de mettre en contact des financeurs et des porteurs de projets à travers une plateforme. Ce mécanisme permet de réaliser une collecte de fonds auprès d'un large public destinés à financer des projets.

Devenu populaire ces dernières années, en raison de l'accès facile des populations à internet et aux technologies d'information et de communication (TIC), le **crowdfunding** s'inscrit aujourd'hui comme une alternative majeure au financement des startups, permettant à de nombreux entrepreneurs porteurs de projets innovants à se tourner vers ce mode de financement, à travers la mise en place de plateformes digitales créées à cet effet.

Selon le baromètre du **crowdfunding** dans le monde, environ 1000 milliards de dollars ont été collectés sur les plateformes de **crowdfunding** en 2020, contre 34.4 milliards en 2015. En France, 2 355 millions d'euros ont été collectés sur les plateformes en 2022, contre 1 880 millions d'euros en 2021, soit une hausse de plus de 25%.

En Algérie, malgré les nombreuses tentatives de création de plateformes de financement participatif telles que Ninvesti, Twiza, Chriky, ce mode de financement demeure à l'état embryonnaire. Cette situation peut être justifiée par la présence de plusieurs facteurs contraignants son adoption, notamment le retard enregistré dans la mise en place d'un cadre réglementaire régissant les modalités et les conditions d'agrément et d'exercice de contrôle de conseillers en investissement.

Avec la publication du texte réglementaire élaboré par la COSOB en octobre 2023, le financement participatif pourrait être une réussite dans le contexte algérien, caractérisé par

une population jeune pleine d'idées innovantes et une importante intégration d'internet et des TIC. Cet instrument financier est une source de financement constituant une alternative au système de financement conventionnel pour des projets ayant du mal à obtenir un financement approprié par le biais du circuit bancaire.

A travers cette étude, nous souhaitons mettre en évidence le rôle du financement participatif dans le financement des startups, et d'analyser les opportunités et les défis de ce nouveau mode de financement dans le contexte algérien ainsi que les facteurs influençant son développement en Algérie.

Afin de mener à bien notre étude, nous avons jugé pertinent de poser la question principale suivante :

Quel rôle pourrait jouer le crowdfunding dans l'émergence des startups innovantes à fort potentiel en Algérie?

De cette question principale découlent les questions subsidiaires ci-après :

- Quel est le processus de fonctionnement du financement participatif ?
- Quelles sont les opportunités offertes aux startups à travers la mise en place du financement participatif?
- Quels sont les enjeux du financement participatif en Algérie?
- Le **Crowdfunding** constitue-t-il une alternative judicieuse au financement bancaire?

Méthodologie de recherche :

L'approche méthodologique adoptée dans ce présent travail de recherche est l'approche de l'analyse documentaire, qui consiste à analyser la littérature disponible et les recherches antérieures traitant de l'expérience algérienne et étrangère dans le financement des startups par le mode de financement participatif.

Dans ce cadre, nous allons procéder à la présentation d'un état des lieux du **crowdfunding** comme levier pour le financement des startups en Algérie, d'étudier les facteurs influençant son adoption, d'appréhender les dispositions réglementaires régissant l'activité de financement participatif, désormais légal en Algérie, et d'étudier l'opportunité de recourir au financement participatif en remplacement du système de financement conventionnel.

Pour mener cette étude, la documentation à analyser porte sur des articles scientifiques ayant traité du sujet, des données disponibles sur des sites web ainsi que des textes réglementaires relatifs au **crowdfunding** en Algérie et dans le monde.

Mots clés : Crowdfunding – financement participatif – startups – entrepreneuriat – plateformes digitales

Références bibliographiques :

- **Articles scientifiques :**
 - Abdelaziz SALAHEDDINE « Algeria's crowdfunding challenges and prospects, Université de MSILA, Revue le Manager, édition 2022 ;
 - Hafsa DROUICHE, Lamia MENAI « le financement des startups en Algérie entre la réalité et les attentes, Université d'Alger 1, Revue algérienne du droit des affaires, juillet 2022 ;
 - Jean MOUSSAVOU, Gurvan BRANELLEC « la problématique du risque dans le financement des projets innovants : une analyse juridique et managériale du crowdfunding », Brest Business School, revue innovation, édition 2018;
 - Jean François LAPLUME, Alexandre BERTIN, Cédric FAVRE « le financement participatif, une alternative à la levée de fonds traditionnelle », Agence aquitaine du numérique, juillet 2013 ;
 - Lila DOUADI Amiar, Ryma DERRIDJ « le crowdfunding : moyen de financement adapté aux startups, état des lieux en Algérie », revue Al Bashaer Economic Journal, Université de Béchar, décembre 2022 ;
 - Lamia HOUAM « Islamic crowdfunding as an innovative mechanism for financing startups : the reality of the Malaysian experience », Université de Constantine, Dirassat iqtissadiya review, édition juin 2023 ;
 - Olivier JOFFRE, Donia TRABELSI "le crowdfunding : concepts, réalités et perspectives, Revue française de gestion, édition Lavoisier, 2018 (P 69-83).
 - Sami BELBKHARI « le crowdfunding : un nouveau mode de financement pour les startups en Algérie », Université de Guelma, Revue des Etudes Economiques, 2022 ;
 - Samira OUDRAY, Jamal BERRAD « le cadre juridique du crowdfunding : cas du Maroc, Journal of integrated studies in economics, law, technical sciences & communication, 2023 ;

- Sirine SABAH, Hidayat BENTAYEB « le crowdfunding : un outil de financement pour les startups en Algérie », Université de Tlemcen, Revue Etudes Economiques, 2021 ;

- **Textes réglementaires :**

- Arrêté n° 23-01 du 4 septembre 2023 fixant les conditions d'agrément, d'exercice et de contrôle des conseillers en investissement participatif.

- **Sites web :**

- <https://dztocialinnovators.com/ongoing-donations/> ;

- <https://www.algerie-credit.com/algerie-crowdfunding.html> ;

- <https://startup.dz/pour-les-investisseurs/> ;

- <https://algeriainvest.com/fr/premium-news/mode-de-financement-participatif-le-cadre-reglementaire-publie-au-jo>;

- <https://financeparticipative.org/nouveau-record-pour-le-crowdfunding-2-milliards-deuros-collectes-en-2022/> ;

- <https://www.cairn.info/mutations-sociales-et-organisations--9782376877769-page-168.htm>.

Communication n° 16 :

Fiche de proposition de communication

KABENE Ahmed

0661 84 48 69

Ahmed.kabene@ummtto.dz

UMMTO

AXE : L'écosystème des start-up du numérique : incubateurs, milieu et territoire

Titre de la communication : Les logiques d'incubation au sein de la station F et dynamiques des startups.

La station F est considérée comme le plus grand incubateur au monde. Son fondateur, Xavier Niel, a adopté une démarche d'incubation basée sur le partenariat avec les plus grandes firmes du domaine numérique, notamment les GAFAM, mais aussi en assurant une infrastructure particulière qui favorise le tiers-lieu comme espace d'échange et de créativité. Dans cette communication, nous allons voir « dans quelle mesure les logiques d'incubation au sein de la station F favorisent-elles la réussite des projets start-ups ? » Notre démarche méthodologique est purement qualitative en raison de la nature de notre problématique. Nous

avons constitué un patchwork de données en consultant des magazines, des numéros d'émissions TV, ainsi que le site de l'incubateur et les déclarations de son architecte. Nous avons tenté d'éviter l'influence des partis pris en nous focalisant autant que possible sur les propos des personnes clés.

Notre lecture des faits empiriques ne s'est pas déroulée sans une perspective théorique. En effet, le croisement de plusieurs notions était fécond et a permis une meilleure construction de notre objet d'étude. La grille suivante illustre les concepts d'ordre théorique mobilisés dans les différentes parties de ce travail.

Communication n° 17 :

Samia kloucha maitre de conférence »A » a tissemsilt spécialité droit administrative profond

Nom : KLOUCHA Prénom : SAMIA Tél : 0559025478 Courriel :
fleueamel13@gmail.com

Axe de recherche : axe 06 / Les Start-up, universités et recherche scientifique

Institution de rattachement: tissemsilt Discipline droit commun administrative ,MCA.

Adresse professionnelle : fleueamel13@gmail .com

Intitulé de la communication : Ingénieries artificielle face à au START-UP. Cas universités et recherche scientifique

l'impact des nouvelles technologies, en particulier les technologies numériques et l'intelligence artificielle, sur la démocratie et START-UP, je souligne que bien que ces technologies aient des avantages potentiels tels que la transparence accrue et la participation citoyenne, elles comportent également des risques sérieux tels que les cyberattaques et la désinformation. Le fait de mettre l'accent sur l'importance de préserver les droits de l'homme dans le contexte de START-UP est également crucial.

Il est essentiel de souligner aussi la nécessité de réglementer l'utilisation de ces technologies pour garantir un usage responsable et éthique, en s'appuyant sur des cadres juridiques nationaux et internationaux. Cette réglementation est essentielle pour assurer la sécurité des systèmes START-UP tout en maximisant les avantages que peuvent offrir les nouvelles technologies. Ma recherche offre une contribution significative à la compréhension de ces enjeux et peut être utilisée pour plaider en faveur de la mise en place de mesures appropriées pour contrôler l'utilisation de l'intelligence artificielle et des technologies numériques dans le domaine deS START-UP.

Mots-clés : intelligence artificielle ; START-UP ; système;politiques ; sécurité.

Problématique :

La problématique est de savoir comment concilier les possibilités du numérique
Description du projet Le sujet de la recherche comprend la numérisation de l'établissement public comme technologie de base obligatoire et compatible avec la qualité de la rédaction législative au service des utilisateurs de l'établissement, pour assurer la réalisation des principes de base sur lesquels il est basée, en particulier sur l'égalité devant elle et sa capacité de changement et de renouvellement, et couvrant le service complet, en tenant compte des aspects négatifs et en les traitant comme l'inexactitude des données ou leur inexactitude en les modifiant ou en ne pouvant pas les obtenir des clients? à savoir leurs Ou encore l'incompatibilité de la rédaction législative avec l'usage de la technologie, c'est-à-dire l'inadéquation du texte législatif à celle-ci, ce qui nécessite d'assurer une sécurité juridique. De là, il a été mentionné que le législateur algérien a cherché jusqu'à présent à traiter le projet législatif texte en accord avec le service public, ce qui exige rapidité, continuité et flexibilité. Nous sommes donc confrontés au problème des procédures d'élaboration du texte législatif. La longueur du délai, l'évolution de ses objectifs et la constante développement de la technologie, et remédier à l'impact négatif de la technologie sur l'établissement, par exemple, le non-respect des traditions et des coutumes en Algérie, ainsi que l'incapacité de préserver les secrets professionnels et personnels, et la déstabilisation de l'ordre public avec des questions sensibles et confidentielles telles que le système judiciaire, la défense et la sécurité, ainsi que le problème de la coordination dans le travail supposé entre diverses institutions, par exemple l'enseignement supérieur. Quel étendus?

Méthodologie :

L'étude du sujet repose sur une approche analytique, descriptive et statistique, visant à connaître les vrais défis auxquels l'Ingénieries artificielle face à AU START-UP.

Résultats obtenus :

Quelle est la stratégie pour assurer la compatibilité entre la qualité du texte législatif et l'efficacité de la numérisation de l'équipement public ?

Explication : Créer des techniques scientifiques dans des médias automatisés, pour créer des programmes modernes de travail à distance, audio et vidéo, d'autres pour obtenir des

données, et d'autres pour coordonner le travail de diverses installations, comme un travail conjoint entre ingénieurs techniques et juristes, afin que le législateur le texte soit compatible avec ces technologies dans la pratique, tout en développant constamment ce travail. En corrigeant les points négatifs, comme le texte législatif doit en avoir conscience,

Etudier les indicateurs informatiques du projet,

Évaluer l'efficacité de la numérisation avec le texte législatif,

Besoins :

Modernisation des équipements publics

Rapidité du service public

Qualité de service

La qualité du texte législatif et sa compatibilité avec la numérisation

Proposer une stratégie précise, efficace et réaliste pour résoudre le problème.

Proposer de bons textes législatifs

Logiciel numérique d'utilité publique

Coordination des travaux entre les installations

Un projet de startup pour produire localement des outils de numérisation

Le travail des autorités exécutives et législatives sur les résultats du projet

Éduquer et sensibiliser la société civile à la numérisation et à son utilisation

Corriger les aspects négatifs de la numérisation sur la base des expériences internationales.

Mener des études et des recherches innovantes sur la digitalisation

L'efficacité de tous les employés de l'État, y compris les juges, les professeurs et les utilisateurs des installations

Financer le trésor public

Atteindre une qualité de texte législatif compatible avec la numérisation.

Communication n° 18 :

Nom et Prénom : LARBES MELHA

Téléphone : 0559 131 886

Adresse mail : melha_larbes@yahoo.fr

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : UMMTO

Grade : MAA

Axe de recherche n° 03 : Le financement des start-up numériques

Titre de la communication : Le Crowdfunding, un financement alternatif aux start-up: atouts et limites

Résumé :

Le crowdfunding, ou encore le « financement participatif », permet aux entreprises, notamment aux PME et aux start-ups, de collecter les fonds nécessaires au financement d'un projet lorsqu'elles ne peuvent ou ne souhaitent pas faire appel à un organisme bancaire, lorsqu'elles recherchent un moyen complémentaire de financement, ou encore si le but est de tester leur projet sur un marché. Le succès de cette opération repose sur l'utilisation d'une plateforme Internet dédiée ainsi que sur l'engagement des internautes. En pleine croissance, le crowdfunding peut revêtir différentes formes : celles de dons (avec ou sans contrepartie), de prêts (avec ou sans intérêt) ou encore de participations dans l'entreprise (investissement en capital). On peut également citer le « Reward based crowdfunding », le « Lending based crowdfunding » et l'« Equity based crowdfunding » ou encore le « crowdequity ». Bien que ce procédé présente plusieurs avantages, en comparaison au financement classique, il présente toutefois certains inconvenients.

Nous analyserons, dans notre recherche, les différents atouts et limites que présente ce mode de financement.

Mots clés : crowdfunding, financement participatif, start-ups.

Références bibliographiques :

1. Entrepreneur Club, « Comment trouver les types de financement adaptés à ma startup ? », <http://entrepreneurclub.orange.com/>
2. Autorité des marchés financiers AMF, « Financement participatif - Crowdfunding : Présentation », <http://www.amf-france.org/>
3. Centre national du théâtre, « Le Crowdfunding », www.cnt.asso.fr
4. Michaël Riga, « Le Crowdfunding : bilan et perspectives », UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN, Belgique.

Communication n° 19 :

Auteur(s) :

1/Nom et Prénom : LOUNES Nawel

Téléphone:0665761238

Adresse mail : nanene2511@gmail.com

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : nawel.lounes@ummto.dz

Grade : Doctorante

2/Nom et Prénom : MOKRANE Ali

Téléphone: /

Adresse mail : mokranali@hotmail.fr

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : /

Grade : Maitre de conférences classe A

Axe de recherche : Axe n° 02 : Le processus de création et de croissance des start-up du numérique.

« Les start -up du numérique dans le domaine de la santé et la covid-19 :Cas de l'Algérie »

Résumé :

Dans le domaine de la santé, la création de star- up numériques est souvent axée sur des solutions innovantes, visant à améliorer la fourniture de soins de santé, la gestion des dossiers médicaux, la communication entre professionnels de la santé et les patients ou encore la promotion d'un mode de vie sain. Cette innovation est souvent la source d'idée créative qui apporte un changement, un progrès et de nouveaux dispositifs et moyens qui permettent de répondre à certaines problématiques. La création de start up numériques dans le domaine de la santé, pendant la période covid-19 est une réponse naturelle aux besoins spécifiques liés à cette période.

La situation sanitaire d'urgence à laquelle ont dû faire face les pays du monde entier, a permis une impulsion forte et opportune à l'innovation et à la mise en œuvre de solutions technologiques dans le secteur de la santé et, à ce titre, a mis en lumière le potentiel de croissance important des start up en santé numérique .L'Algérie, comme tous les pays à

travers le monde, a connue elle aussi l'émergence de plusieurs start up qui ont permis de lutter contre cette pandémie.

Dans ce contexte, le présent travail de recherche se focalise sur l'étude de la création et de la croissance de ces jeunes pousses, qui ont permis par leur esprit novateur de gérer et de remédier à plusieurs problèmes liés à la propagation de la pandémie de coronavirus. Pour cela nous allons répondre à la problématique suivante :

La pandémie de la covid-19 a-t-elle contribué à la création et à la croissance des start -up numériques dans le domaine de la santé en Algérie ?

Plusieurs questions secondaires en découlent :

-Qu'es ce qu'une start -up?

-Qu'es ce qu'une start- up de santé en numérique?

-La crise sanitaire de la covid-19 a-t-elle permis la création et la croissance des start-up de santé en numérique en Algérie?

Nôtres méthodologie de recherche prend son appui sur une analyse théorique et une analyse de rapports qui nous permettrons de répondre à notre question principale.

Nos analyses montrent que les Start -up de santé en numérique, ont toujours existé et que ce secteur était déjà en plein expansion, mais la crise sanitaire de 2019 a favorisé le développement du secteur de la techhealth et la croissance des start up en Algérie, notamment avec les efforts fournis par l'État que ce soit sur le plan juridiques (lois de finance 2020), ou par rapport au virage numérique entrepris ces dernières années pour moderniser le secteur de la santé.

Mots clés : start -up, santé numérique, covid-19, Algérie.

Bibliographie :

Thèses :

-Auvitu, A. Passage d'un projet disruptif en santé vers la création d'une start- up performante : bonnes pratiques et clés de succès. Thèse pour le diplôme d'État de docteur en pharmacie. Faculté de pharmacie Aix Marseille université.26 novembre 2021.

Articles :

-Bouras,L, start- up et incubateur : acteurs potentiels pour une économie de la connaissance. Juin 2021.

-Beggah, M .Les start- up en Algérie : Caractéristiques et création. Revue afak des

Site web :

-<https://reseau-healthtech.fr/-BioTech-.html>

-[https://sms-bse-bgb.acnormandie.fr/biotechnologie et santé](https://sms-bse-bgb.acnormandie.fr/biotechnologie%20et%20sant%C3%A9)

<https://reseau-healthtech.fr/-MedTech-Dispositifs-medicaux-.html>

-<https://www.vidal.fr/parapharmacie/utilisation/regles-bon-usages>

-<https://www.mutualite.fr/actualites/sante-digitale-les-enjeux-dune-medecine-des-donnees/>

-https://www.has-sante.fr/jcms/c_2056029/en/e-sante

Communication n° 20 :

Axe n° 07 : -Les politiques publiques en faveur des start-ups numérique

Start-ups Numériques en Algérie : Politiques Publiques, Défis Bureaucratiques et Voies vers la Croissance Digitale"

Par MAOUCHE Faycel ,Doctorant, Université de Béjaia.

NOUI Rabah ,MCA, Université de Béjaia.

Résumé :

Le numérique est souvent considéré comme la troisième révolution industrielle, il a complètement bouleversé le monde. De nombreux pays optent pour la dématérialisation et l'encouragement, l'objectif étant de rendre les organisations plus compétitives, réactives et agiles dans un environnement en perpétuelle évolution. Dans cette optique, les startups constituent une réelle alternative de croissance susceptible de s'adapter à cet environnement. L'Algérie est l'un des pays qui entre peu à peu dans le digital et encourage les startups du numérique bien que d'une manière assez timide. Afin d'étudier ce phénomène notre question de recherche est la suivante :

Dans quelle mesure les start-ups du numérique et la numérisation du secteur publique sont-elles favorisées par les politiques publiques en Algérie. Notre étude vise à connaître les différentes politiques mises en place pour favoriser les start-ups du numérique en Algérie et analyser les obstacles bureaucratiques et institutionnels rencontrés par ces jeunes pousses du numérique

Nous allons procéder par analyse de contenu des textes et des mesures réglementaires ; et des entretiens avec les fondateurs des startups numériques afin de

connaître les conditions auxquelles sont confrontés ces startupers et connaître la réalité du terrain.

En effectuant cette recherche nous prévoyant de mettre en lumière les différentes politiques mise en place pour encourager les startups du numérique ; ainsi que d'éventuels obstacles rencontrés par ces entrepreneurs des TIC

Mots clés : Startups numériques ; entrepreneur des TIC ; le numérique.

Communication n° 21 :

Premier auteur : MEDKOUR Samir

Institution de rattachement : Membre de laboratoire DEFI (Ummto)

Grade : Docteur en sciences économiques

Adresse mail : samirmedkour302@yahoo.fr

Adresse : BEJAIA

Tél : 05 55 17 97 71

Deuxième auteur : DR CHENANE Arezki

Grade : Professeur à l'université Mouloud MAMMERI TIZI-OUZOU

Adresse mail : arezki.chenane@ummto.dz

Axe de communication : Les politiques publiques en faveur des start-up du numérique.

Intitulé de la communication : Les mesures d'appui à l'entrepreneuriat innovant en Algérie : un état des lieux.

« Les mesures d'appui à l'entrepreneuriat innovant en Algérie : un état des lieux »

Dr. MEDKOUR Samir

Docteur en sciences économiques

Samirmedkour302@yahoo.fr

Pr. CHENANE Arezki

Professeur à l'université Mouloud Mammeri de TIZIOUZOU

Arezki.chenane@ummto.dz

Résumé :

La promotion de l'entrepreneuriat est devenue aujourd'hui une priorité de développement pour de nombreux pays. En Algérie, les pouvoirs publics sont conscients du fait que l'innovation et l'importance d'avoir des start-ups innovantes, constituent le meilleur moyen pour booster la croissance économique.

L'objet de ce travail consiste à trouver une réponse à la question suivante : Quelles sont les actions et les mesures prises par les pouvoirs publics en Algérie pour la promotion de l'entrepreneuriat innovant ? et quelles sont les contraintes qui freinent l'émergence d'une vraie dynamique entrepreneuriale en Algérie ? .

Pour répondre à cette problématique, le texte est organisé en trois axes. Le premier présente le cadre général d'analyse des paradigmes de l'entrepreneuriat. Le second illustre les actions menées par les pouvoirs publics en Algérie pour la promotion de l'entrepreneuriat innovant. Et enfin le dernier axe, analyse des différentes contraintes qui freinent la dynamique entrepreneuriale en Algérie.

Mots clés : Dynamique entrepreneuriale, entrepreneuriat innovant, Start-up.

Références

- VERSTRAET , T (2003) , « proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat » . Editions de l'ADREG.
- Casson , M ;1991 , « l'entrepreneur » , Economica , Paris
- Barron (2006) « opportunity recognition as pattern recognition : how entrepreneurs connect the dots to identify new business opportunities » Academy of management perspective,vol 20, n° 01,p 104-109.
- BRUYAT , C (1994) . « contribution épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat ,revue française de gestion , n° 101, p.-27.
- BRUYAT , C et P.A. JULIEN (2001) . « defining the field of research in entrepreneurship » , journal of Business venturing ,vol .16, n° ,p-17-27
- BUSINITZ , L.W (1996) . « Research on entrepreneurial alertness » ,journal of small Business Management ,vol .34, n° 1,p 35-45
- MITCHELL ,R.K , L.W .BUSENITZ et al (2007) . « the central question in entrepreneurial cognition research 2007 » , Entrepreneurship theory and practice ,vol 31,n° 1, p. 1-27 .
- KRUEGER , N.F (2007) . « what lies beneath ? The experiential essence of

entrepreneurial thinking » , Entrepreneurship theory and practice , vol , n° 31, p.123-138.

- McMULLEN, J.S, L.A . PLUMMER et Z.J .ACS (2007) . « what is an entrepreneurial opportunity ? » ,Small Business Economics , vol 28 ,n° 4, p. 273-283.
- Bulletin d'informations et de statistiques du ministère de l'industrie .
- Décret exécutif n°20-356 du 30 Novembre 2020 portant création de l'établissement de promotion et gestion des structures d'appui aux start-ups .
- Décret exécutif n° 20-254 du 15 Septembre 2020 portant création du comité national de labélisation des start-ups et projets innovants .

Communication n° 22 :

Auteurs :

Nom et prénom : MEKACHER AMAL

Téléphone : 05 56 52 79 13

Adresse mail : mekacheraamel@gmail.com

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : UMMTO

Grade : MCA

Axe de recherche n°4 : Le management des start-up numériques

Titre de la communication : La digitalisation du management : quels impacts sur la gestion des relations de travail au sein de la start-up, dans l'environnement économique algérien ?

Résumé :

La start-up étant une entreprise cumulant à la fois deux caractéristiques, d'abord celle d'être une création nouvelle, puis celle de proposer une activité à caractère innovant, elle revêt, de ce fait, une dimension particulièrement risquée de par sa nature et à plusieurs niveaux. Cette contingence l'a met dans une posture avec une intégration systématique et sous entendue des nouvelles technologies dans son fonctionnement, d'où l'intérêt d'abord de comprendre puis de savoir comment s'adapter aux nouvelles formes qui s'imposeront de ce fait, dans le cadre des relations de travail et de leur gestion, et d'éviter de tomber dans une dévalorisation progressive du facteur humain dans son apport à la pérennité de l'entreprise.

Notre intervention va donc plus se pencher sur le facteur humain et sa gestion au sein de la start-up en posant **une double problématique**, car posée dans un environnement

économique particulièrement novice en terme de numérisation, elle prolonge des interrogations déjà formulées sur les dangers d'un basculement vers un management des organisations digitalisées, et de ses enjeux , comme l'a déjà évoqué Gilbert Simondon (Simondon, 2012), et d'en arriver à une inadaptation de l'Homme au monde des techniques qu'il a bâti, mais nous concernant en Algérie, il s'agit d'y superposer une autre difficulté, puisque justement, ces dites techniques que nous n'avons pas bâties mais que nous empruntons, pour ne pas dire copions, se présentent comme un fait accompli, sans en détenir ni la maîtrise ni les moyens adéquats à leur mise en exploitation optimale.

De là s'érige le double défi que la strat-up algérienne doit relever, à savoir, le premier qui est celui de toutes les start-up du monde, passer d'une économie basée sur la standardisation et la production matérielle à des organisations valorisant l'innovation et le sur-mesure, et le second, qui est le propre de l'environnement économique algérien, où l'adoption et le développement des nouvelles technologies est à un stade encore trop précoce pour pouvoir optimiser la gestion du facteur humain au sein d'une entreprise à caractère innovant.

Pour les besoins de notre recherche, nous avons passer en revue les récentes études traitant de la gestion digitalisée des relations de travail au sein des strat-up, notamment des environnements hautement innovants, pour ensuite passer à une analyse descriptive et critique de cette gestion en Algérie, dans un objectif d'anticipation et de dépassement des impacts négatifs déjà expérimentés.

Certaines start-up en phase de pleine exploitation vont servir à notre étude de terrain d'observation et d'appréciation de l'existence effective de ces difficultés et des méthodes adoptées par les dirigeants afin de les endiguer.

Notre intérêt serait d'obtenir un état des lieux plus ou moins exhaustif des impacts négatifs de la digitalisation sur la start-up en Algérie et des solutions proposées par ailleurs ainsi que leur possible adaptation à la culture locale.

Les mots clés : Digitalisation- Management entrepreneurial- Gestion des Ressources Humaines- Numérisation- Start-up.

Communication n° 23 :

Fiche de proposition de communication :

Nom et Prénom : MOKRANE Ali

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : ali.mokrane@ummto.dz

Grade : Dr. MOKRANE Ali (MCA, UMMTO).

Axe de recherche n° 03 : Le financement des start-up numériques

Titre de la communication : Le financement des startups numérique en Algérie entre la

Nom et Prénom : IBEGHOUCHE Saadia

Téléphone : 05 51 75 68 78

Adresse mail : sadia.ibegh@gmail.com

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : saadia.ibeghouchene@ummto.dz

Grade : doctorante

Axe de recherche n° 03 : Le financement des startup numériques

Titre de la communication : Le financement des start-up numériques en Algérie entre

Titre : Le financement des start-up numériques en Algérie : réalité et contraintes

Au cours ces dernières années l'émergence des start-up a révolutionné le monde des affaires notamment à l'ère de la pandémie de la COVID-19, les start-up numériques ont démontré leur importance dans différents domaines comme la santé, l'enseignement et la formation en ligne, ainsi que le domaine du commerce.

Face à la nécessité de transition vers l'économie numérique. L'Algérie compte sur les start-up comme un nouveau modèle économique, afin de diversifier une économie de rente fondée sur les hydrocarbures, des dispositifs technologiques ont été mis en place. Mais malgré les initiatives et les efforts déployés, les start-up numériques rencontrent de nombreuses difficultés, parmi l'un des principaux obstacles ; le financement.

L'objectif de cette communication est de mettre en évidence la réalité de financement des start-up numériques en Algérie et leur condition, en mettant l'accent sur les différentes modes de financement et le cadre réglementaire régissant cette réglementation. La

méthodologie de notre recherche repose sur une étude descriptive et analytique. Les résultats de cette étude montrent que les start-up est une opportunité pour le lancement de l'économie algérienne mais le mode de financement reste confronté à des obstacles. Dans ce cas la mise en place d'une stratégie d'accompagnement à l'émergence d'un écosystème favorable à l'évènement de la start-up génération algérienne pour la levée des contraintes de financement est primordiale.

Mots-clés : Startup numérique, Algérie, financement, contraintes.

Références :

- Khaled Racim, (2018), Quels financement pour les startups en Algérie ? sur nticweb : <https://www.nticweb.com/a-propos/quels-financement-pour-les-startup-en-Algerie>.
- Startup et écosystème d'accompagnement en Algérie : anales université de Béchar en science économie pp 532-547.
- Abdelfettah-herizi-directeur-du-programme-algeria-challenge-lalgerie-un-grand-pas-dans-la-prise-en-charge-des-start-up, consulté le 10/12/2023 ;
- TEGAOUA, (2023), Les startup en startups axes stratégique à l'ère de l'orientation vers l'économie digital, revue Abada iktissadia n°01, pp 452-474.
- BEGGAH Malika, (2023), Les startup en Algérie caractéristique et caractéristique afak des sciences, pp 639-647.
- [https:// www.aps.dzeconomie/150427-startup-plus](https://www.aps.dzeconomie/150427-startup-plus) de 5000-startup-recensees, consulté le 04/12/2023
- <https://www.algerie-eco.com/2023/01/22/startup-lalgerie-ambitionne-datteindre-1-million> de-porteurs-de-projets-en-2023, consulté le 13/12/2023.

Title : Financing digital start-ups in Algeria: between reality and constraints

In recent years, the emergence of start-ups has revolutionized the business world, particularly in the era of the COVID-19 pandemic. Digital start-ups have demonstrated their importance in various fields, such as healthcare, online education and training, and commerce.

Faced with the need to transition to a digital economy. Algeria is counting on start-ups as a new economic model, in order to diversify a hydrocarbon-based rent economy; technological devices have been put in place. But despite the initiatives and efforts deployed, digital start-ups face numerous difficulties, one of the main obstacles being financing.

The aim of this paper is to highlight the reality of financing digital start-ups in Algeria and their condition, focusing on the different modes of financing and the regulatory framework governing this regulation. Our research methodology is based on a descriptive and analytical study. The results of this study show that start-ups are an opportunity to launch the Algerian economy, but the financing method still faces obstacles. In this case, the implementation of a strategy to support the emergence of a favorable ecosystem for the Algerian start-up generation to overcome financing constraints is essential.

Keywords: Digital startup, Algeria, financing, constraints.

Communication n° 24 :

Nom : **OULD ABDESLAM-HAMAZ**

Prénom: **Sabrina**

Téléphone: 0553 28 26 73

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse mail professionnelle : sabrina.ould-abdeslam@ummto.dz

Grade : MCB

Nom : **ACHIR**

Prénom: **Mohamed**

Téléphone: 0663 55 57 62

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse mail : mohachir2000@yahoo.fr

Grade : MCB.

Axe de recherche (Axe n° 03) : Le financement des start-up numériques

Titre de la communication : Le développement des modes de financement innovants adaptés aux besoins de l'amorçage des startups numériques: état des lieux en Algérie

Résumé :

L'Algérie a réalisé, depuis l'année 2020, des avancées notables dans le domaine des startups numériques en leur créant un cadre juridique, des mécanismes d'incitations et, même, un fonds dédié aux startups numériques. Mais, bien que ces efforts d'institutionnalisation et de réglementation s'avèrent nécessaires voire prioritaires, il en demeure pas moins que le

développement des modes de financement diversifiés et innovants susceptibles de répondre aux différents besoins financiers des entreprises en général et des startups en particulier constitue un enjeu majeur pour créer un réel écosystème fournissant des ressources financières diversifiées et adaptées.

Ces modes doivent proposer une chaîne de financement et une panoplie de produits adaptés aux besoins de chaque étape du cycle de croissance de l'entreprise (conception, création, post-crétion, croissance, développement et transmission), surtout celles fondées sur des idées innovantes ou les startups. En effet, parmi les modes de financement innovant, on peut souligner le capital-investissement (privateequity).

Ce mode de financement occupe une place fondamentale dans le financement de l'innovation aux USA et en Europe, surtout pour les premières phases de conception et de lancement d'une startup. Justement, c'est pour cette étape décisive de la création et post-crétion que le capital-risque (SCR) « venture capital » mobilise des financements adéquats à travers des prises de participation.

Notre communication s'intéresse justement à l'enjeu du développement de ce mode de financement par les SCR en Algérie en posant une problématique sur les conditions nécessaires à son développement dans un système financier dominé par l'intermédiation bancaire.

Nous allons dans un premier lieu présenter la pratique du financement par les SCR, tout en montrant quelques expériences des pays développés. Nous analyserons, ensuite, le rôle des SCR dans le financement du démarrage des startups numériques, son état des lieux en Algérie et comment créer des conditions favorables à son développement.

Mots-clés : Startups numériques, capital-risque, système bancaire algérien, capital-amorçage, innovation

Références bibliographiques :

Ghizlane Kettani, Alain Villemeur « Le capital-risque : un financement efficace de l'innovation sur le long terme », Revue d'économie financière 2012/4 (N° 108), pages 91 à 104

Emmanuelle Dubocage, Dorothée Rivaud-Danset « Le capital-risque », année : 2006, Pages: 128, Collection : Repères, Éditeur : La Découverte

Guillaume Schier., « Capital-risque : le mode d'emploi de la négociation », Dans L'Expansion Management Review 2006/1 (N° 120), pages 66 à 69

Philippe Englebert., « Les startups en France », 2021, Pages : 128, Collection : Que sais-je ?, Éditeur : Presses Universitaires de France

Communication n° 25 :

Nom et Prénom : RACHEDI Akila

Téléphone : 0556710168

Adresse mail : zouaakila@yahoo.fr

Institution de rattachement : UMMTO

Adresse professionnelle : FSECG. UMMTO

Grade : MCA

Axe de recherche : n° 04 : Le Management des start-up numériques

Axe n°4

Titre de la communication : La créativité organisationnelle, Facteur de succès des Start-up. Cas de la Start-up « Spotify ».

Résumé :

Cette recherche explore le concept de la créativité organisationnelle comme l'un des facteurs clés de succès des start-up. En effet, la structure organisationnelle d'une start-up peut, du point de vue managérial, être perçue comme une forme de créativité organisationnelle, car elle implique la conception délibérée d'un environnement qui favorise l'innovation, l'agilité et la collaboration. Cette conception doit être flexible pour lui permettre de s'adapter rapidement aux nouvelles opportunités ou aux défis émergents. Cela peut se traduire par des équipes multifonctionnelles, des hiérarchies plates et des processus de prise de décision rapides.

C'est dans ce contexte que la créativité organisationnelle émerge comme un élément essentiel, sculptant la manière dont les start-up structurent leurs opérations et encouragent l'innovation au sein de leurs équipes.

La relation entre les start-ups et la créativité organisationnelle est profonde et complexe. Ces entreprises modernes « naissantes » sont souvent caractérisées par une quête incessante de solutions novatrices pour résoudre des problèmes complexes, par une agilité organisationnelle qui défie les modèles traditionnels, et par une culture qui stimule la créativité individuelle au sein de l'équipe. Cette synergie entre la nature intrinsèquement créative des start-up et la nécessité de développer une structure organisationnelle qui favorise cette créativité est au cœur de notre réflexion.

Dans cette perspective, cette étude explore la façon dont les start-ups cultivent et maintiennent une culture de créativité organisationnelle pour stimuler l'innovation continue. Nous examinerons les éléments clés qui définissent cette relation, les défis auxquels les start-ups peuvent être confrontées dans ce processus, et comment une créativité organisationnelle bien ancrée peut être un moteur essentiel du succès des start-up dans un paysage entrepreneurial en constante évolution.

S'agissant de la littérature académique abordant le concept de créativité organisationnelle, ce travail s'appuie sur les perspectives d'Amabile (1988) et de Woodman et al (1993), Sawyer et Griffin (1996) sur la créativité, mettant l'accent sur l'environnement organisationnel. Amabile souligne le rôle crucial de la motivation dans l'environnement organisationnel pour favoriser la créativité individuelle et d'équipe. Woodman, Sawyer, et Griffin adoptent une approche interactionniste, définissant la créativité organisationnelle comme la création de produits, services, idées, procédures ou processus utiles par des individus travaillant ensemble. Leur modèle met en lumière les liens complexes entre la créativité individuelle, de groupe et organisationnelle, soulignant les interactions sociales, émotionnelles, cognitives et historiques, avec des boucles rétroactives entre ces différents niveaux.

Ainsi, Trois approches théoriques dominantes dans l'étude de la créativité organisationnelle : la théorie componentielle, la perspective interactionniste et le modèle d'action créative individuelle. La théorie componentielle, initiée par Amabile (1988), considère que l'environnement de travail influence la créativité en impactant les compétences liées au domaine, les compétences créatives et la motivation intrinsèque. Elle souligne l'interrelation entre la créativité individuelle et organisationnelle. La perspective interactionniste de Woodman et al (1989) envisage la créativité comme le résultat d'une interaction complexe entre l'individu, l'équipe et l'organisation, prenant en compte divers niveaux de facteurs tels que la personnalité, la composition du groupe, et les influences et environnementales. Le modèle d'action créative individuelle de Ford intègre les deux approches précédentes, en mettant l'accent sur les influences conduisant l'individu à l'action créative, notamment à travers les processus de sense-making, la motivation et les connaissances. Cependant, ce modèle a attiré moins d'attention en raison de sa complexité et de sa difficulté à être testé empiriquement.

Les modèles d'Amabile et de Ford se concentrent sur les interactions entre la créativité individuelle, du organisationnelles groupe et organisationnelle, plaçant l'individu au centre de leurs propositions. Bien que Ford souligne l'importance d'explorer les caractéristiques

externes à l'organisation, ces modèles ne les intègrent pas directement. En revanche, le modèle interactionniste de Woodman et al, met en lumière la capacité du contexte organisationnel à influencer la créativité, soulignant l'importance d'étudier l'environnement organisationnel de manière approfondie, ce qui peut être particulièrement pertinent dans le cadre de certaines recherches (comme celle de Dechamp et Szostak, 2016).

La question qui se pose alors est de comprendre : **comment les start-up peuvent-elles cultiver et maintenir une culture de créativité organisationnelle afin de favoriser l'innovation continue et la croissance dans un environnement concurrentiel en constante évolution ?**

Pour répondre à cette problématique, nous avons adopté le paradigme épistémologique interprétativiste qui met l'accent sur la compréhension contextuelle et profonde des phénomènes sociaux, mettant en avant la diversité des perspectives et la construction sociale de la réalité.

En sus, La revue des études empiriques sur le sujet, nous a permis de formuler les hypothèses suivantes :

H1 : Une structure organisationnelle flexible et adaptable est susceptible de favoriser l'innovation, l'agilité, et la collaboration au sein d'une start-up.

H2 : L'existence d'une culture d'innovation au sein de la start-up pourrait être un élément clé dans la conception de la structure organisationnelle pour stimuler la créativité.

H3 : La présence d'un leadership entrepreneurial au sein de la start-up pourrait influencer la manière dont la structure organisationnelle est conçue pour soutenir l'innovation et la collaboration.

H4 : Une communication interne efficace et ouverte au sein de la structure organisationnelle peut être cruciale pour promouvoir la créativité et l'agilité.

La démarche méthodologique poursuivie s'articule autour du choix d'analyse d'un rapport établi par le consultant Boston Consulting Group (BCG) et la Boussole qui est la plus grande communauté d'accompagnateurs de startups et de jeunes entreprises (incubateurs, accélérateurs, ...) en France, rapport édité en mai 2021. Ensuite, explorer le cas de la start-up Spotify pour montrer et identifier les éléments endogènes essentiels pour un contexte organisationnel interne propice à la créativité : la culture organisationnelle, la vision et la mission, la structure, les pratiques de gestion, et les ressources.

Mots clés : Innovation, Créativité organisationnelle, Start-up, BCG, Spotify

Références bibliographiques :

-CAY.C., SZOSTAK, Bérangère L(2022), Management de l'innovation. Enjeux, principes et méthodes. Édition Dunod.

-RIES Éric (2018), Le modèle STARTUP. Édition Pearson.

-TSAGLIOTIS Adrien (2019), S'inspirer des start-up à succès, Dunod.

-HELMCHEN T Burger, HUSSLER C et COHENDET P (2016), Les grands auteurs en management de l'innovation et de la créativité, Paris, Edition EMS, coll « Management & société ».

-Lola Duprat Favoriser la créativité organisationnelle des organisations créatives au sein d'une méta-organisation territorialisée : le cas de la Friche la Belle de Mai à Marseille, HAL Id: tel-02948013 <https://theses.hal.science/tel-02948013>.

-BOUCHARD Véronique, BOS Céline, « Dispositifs intrapreneuriaux et créativité organisationnelle. Une conception tronquée ? », Revue française de gestion, 2006/2 (n° 161), p. 95-109. DOI : 10.3166/rfg.161.95-109. URL : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2006-2-page-95.htm>

Dechamp, G. & Szostak, B. (2016). Créativité organisationnelle et territoire créatif : nature de l'influence et enjeux stratégiques pour les organisations. M@n@gement, 19, 61-88. <https://doi.org/10.3917/mana.192.0061>

Barbier, J. & Viala, C. (2013). Les apports de l'intrapreneuriat à la modélisation de la créativité organisationnelle. Humanisme et Entreprise, 313, 65-86. <https://doi.org/10.3917/hume.313.0065>

Chanut-Guieu, C. & Guieu, G. (2014). Quelle est la place de la créativité organisationnelle dans les PME en hypercroissance ? Revue internationale P.M.E., 27(1), 35-63. <https://doi.org/10.7202/1025689ar>.

Communication n° 26 :

Nom : TAFFERANTE

Prénom : Lydia

Téléphone : 0664 66 37 85

Adresse mail : lydia.tafferante@ummo.dz

Institution de rattachement : Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou.

Grade : doctorante

Nom : MOUSSAOUI

Prénom : Abdelhakim

Téléphone : 0555 27 48 90

Adresse mail : hakimoussaoui@yahoo.fr

Institution de rattachement : Université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou.

Grade : maitre de conférences A

Axe de recherche : axe n°6 : start-up, universités et recherche scientifique

Titre de la communication : **La contribution de l'incubateur académique dans le processus de création de start-ups en Algérie.**

Résumé :

Il est communément reconnu qu'au démarrage, une start-up sur dix se développe et devient une entreprise ; autrement dit, et selon CB Insights 90% de celles-ci échouent, au cours de la première année.

Vu ce taux d'échec élevé et parce que la création d'entreprises prépare le renouvellement et l'adaptation de l'économie, c'est à dire le futur, les gouvernements cherchent toujours à créer un écosystème propice à la création et au développement de ces jeunes pouces.

L'incubateur, notamment l'incubateur universitaire ou académique comme préfèrent certains auteurs le dénommer est un dispositif parmi autres qui cherche à insérer la culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire d'une part, et accompagner les porteurs de projets innovants et les start-ups d'autres part.

Par la présente communication, nous souhaitons présenter l'expérience algérienne avec ces dispositifs et savoir comment contribue l'incubateur universitaire dans le processus de création de start-ups.

Communication n° 27 :

Auteurs :

TARMOUL Chabane MADOUCHE Yacine

0550636302 0556640059

Chabane.tarmoul@fsecsg.ummo.dz yacine.madouche@ummo.dz

FSECSG UMMTO FSECSG UMMTO

Chabane.tarmoul@fsecsg.ummo.dz yacine.madouche@ummo.dz

Axe de recherche :

Axe n° 04 : Le management des start-up numériques

Titre de la communication :

Les start-up du numérique dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme en

Algérie : cas de la plateforme de réservation en ligne NAMLATIC

Résumé :

Le monde est entré dans des mutations profondes, sans précédent, en accélération permanente, ce qui a donné naissance à une nouvelle ère économique.

L'émergence des technologies numériques depuis la fin du vingtième siècle a complètement transformé les économies des pays, les organisations humaines et bien des secteurs dans leurs intégralités. Aujourd'hui, le poids du digital représente 10 % du PIB mondial (Cazals, 2018) et cela ne cesse d'augmenter d'année en année. L'un des premiers secteurs à avoir adopté cette digitalisation est bien le secteur touristique dont l'Algérie est dotée d'un riche potentiel qui se développe peu à peu. Un secteur porteur qui subit des changements, lui aussi, sur plusieurs plans, notamment, dû à un nouvel écosystème numérique, hyperconnecté qui offre l'opportunité d'accélérer sa croissance et son développement.

La révolution numérique en cours repose sur la technologie, à travers ; les capacités de transmission et de traitement de données toujours plus massives, le développement de l'intelligence artificielle et des objets connectés...

L'adoption de ces technologies par les entreprises, permet des innovations majeures à la fois sur les procédés (gains de productivité) et sur les produits (nouveaux marchés, nouveaux produits ou services).

Dans un monde hyper connecté, l'engouement suscité par les plateformes de réservation en ligne, les avis des consommateurs, les comparateurs d'offres et le E-commerce avec son système de paiement sans contact, sont aujourd'hui incontournables dans l'industrie du tourisme et ce sont autant de paramètres qui mettent en relief l'ouverture du secteur touristique sur l'environnement numérique. Cependant, qu'en est-il du poids du digital dans les pays émergents comme l'Algérie. Quid de la digitalisation de son secteur touristique ?

La présente étude a pour objectif de répondre à la problématique posée et qui est : **En quoi consiste la digitalisation du secteur du tourisme et de l'hôtellerie en Algérie ?**

Méthodologie de recherche

Pour mener à bien cette étude, Nous avons choisi comme modèle d'entreprise, la plateforme de réservation en ligne NAMLATIC. Puis, nous nous sommes étalés sur l'analyse de l'entretien réalisé avec le cofondateur de celle-ci, ainsi que sur les questionnaires établis à l'adresse d'un panel de 109 personnes réparties entre, utilisateurs et clients. Les approches mobilisées pour ce cas sont l'approche qualitative et l'approche quantitative.

Quant aux résultats obtenus, nous avons dans un premier lieu, apporté des éclairages sur l'état actuel de la digitalisation dans le secteur hôtelier en Algérie et nous sommes parvenus par la suite à démontrer l'apport de la solution NAMLATIC à travers son impact positif sur ce dernier. Au terme de notre étude, nous avons conclu que le digital contribue grandement à la croissance de l'activité du secteur touristique, de même pour les OTA ainsi que le consommateur Algérien qui dispose d'un potentiel important et de grandes dispositions, lui permettant la consommation des produits digitaux.

Mots clés : start-up du numérique, digitalisation, NAMLATIC, Hôtellerie-tourisme, Algérie.

Références bibliographiques :

-(J-J) : « Master Etudes de Marchés en Marketing, Economie et Sciences Sociales, MA Editions, 2016, p.63.79.

-Alain Laurent, « caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable

», 2003. « Économie touristique et aménagement du territoire, édition OPU 1993.

- ALEMMANO, Sylvie et CHARAÏ, Zineb (2012). Contexte de normalisation, internet et tourisme. Communiquer dans un monde de normes. L'information et la communication dans les enjeux contemporains de la " mondialisation ". France. pp.320, 2013.
- B. De La Rochefoncauld « l'économie de tourisme » op.cit.
- Benghozi, P.-J., Bureau, S. & Massit-Folléa, F., L'Internet des objets, Éditions MSH, 2012.
- BRAHIMI H, ROUASKI Kh op.cit.
- Cabinet Mille-Alliance conseil en management, « La transformation Digital des entreprises », 2015
- Cazals François, "stratégies digitales la méthode des 6C", paris, De Boeck Supérieur 2018.
- CHAFFEY (D), ELLIS-CHADWICK (F), ISAAC (H), VOLLE (P), MERCANTI-GUERIN (M),
- Dave Chaffey « Marketing digital », Pearson, 5ème édition, France, 2014.P5.
- DÉCAUDIN (J-M) et DIGOUT (J) : E-Publicité les fondamentaux, édition DUNOD, collection : Management Sup, 2011
- F. VELLAS « économie de politique du tourisme international » op.cit.
- FLORES (L) : Mesurer l'efficacité du marketing digital : Estimer le ROI pour optimiser ses actions, édition DUNOD, Paris, 2014, P 11.
- FLORES(L). « Mesure de l'efficacité du Marketing digital ». Paris, Dunod.2012. P4
- HIKKEROVA, Lubica et al., (2011) « e-Tourisme : comportements d'achat et canaux de vente » Gestion 2000 2011/4 (Volume 28), p. 67-
- Lambin jean – jacques, la recherche marketing, mac graw-hill, paris, 1990, p 34
- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme "SDAT 2025" MATET/ janvier 2008
- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme "SDAT 2030" MATET/ janvier 2018...

Communication n° 28 :

Titre de la communication :

«Le développement des compétences des porteurs de projets start-up dans le milieu universitaire en Algérie».

• 1er Auteur

Mr TIHAMOUNINE Toufik (Doctorant à l'UMMTO, LAREMO)

Tél : 0662766940 – Email : toufik.tihamounine@ummtto.dz

• 2ème Auteur

Mr MADOUCHE Yacine (MCCA à l'UMMTO, LAREMO)

Tél : 0556 64 00 59 – Email : yacine.madouche@ummtto.dz

Résumé :

La transition et le développement du numérique est en marche. Des médias à l'automobile en passant par le tourisme, le commerce, l'agriculture, la santé..., c'est désormais toute l'économie qui devient numérique. De nouveaux modèles d'affaires, portés par de puissants effets de réseau et l'exploitation des données à grande échelle, bousculent les réglementations et notre modèle social. L'économie numérique tend à la concentration des marchés, même si l'innovation peut à tout moment remettre en cause une position dominante.

L'Algérie peut dans ce domaine s'appuyer sur les atouts que constituent une demande importante, la flexibilité permise par le statut de l'auto-entrepreneur, une autorité de la concurrence expérimentée et une politique volontariste d'ouverture des données. En revanche, elle accuse un certain retard du côté de l'offre. Cette situation est due, en particulier, à des réglementations sectorielles trop rigides et à une structure de financement peu adaptée à l'égard des petites entreprises notamment les strat-up. A cet effet l'Etat Algérienne a mis un plan et une politique de développement de start-up et l'économie de la connaissance d'une manière générale, et ce par l'arrêté ministériel n°1275 du 27 septembre 2022 portant sur le mécanisme -un diplôme/une startup- vise à aider et accompagner les diplômés des établissements d'enseignement supérieur à développer leurs idées et de transformer leurs projets innovants en startups, dans le cadre de la mise en oeuvre de la stratégie du secteur qui tend à contribuer à la création de la richesse et au renforcement de leur employabilité et de leur intégration en milieu socioéconomique pour booster le développement et promouvoir l'économie nationale.

L'Algérie et d'autres nombreux pays en Afrique se sont lancés dans des réformes structurelles et politiques permettant la création, le soutien et le développement des jeunes entreprises innovantes.

L'Algérie a pris conscience de la nécessité de les encourager, et plus encore, de ne pas les décourager, vu l'existence des liens directs entre le niveau de création d'entreprises et d'innovation et la croissance économique, car la création d'entreprises prépare le renouvellement et l'adaptation de l'économie aux changements, mutations dans le monde.

Ces incubateurs universitaires permettent au créateur, de préciser son idée de création d'entreprise, d'évaluer la pertinence de son projet et de catalyser les ressources technologiques propres de l'entrepreneur (étude de la pertinence du projet, mise en

contact avec des entreprises, développement des compétences en termes d'entrepreneuriat, communication, relations clients-fournisseurs, étude du marché...). Par cet apport de ressources et compétences (aide financière, assistance et conseils d'expert), l'incubateur augmente les chances de survie des petites entreprises et accélère leur rythme de croissance.

Cette communication est pour objectif d'analyser la dynamique interne du milieu universitaire et l'incubateur universitaire en particulier en l'utilisant comme porte d'entrée les relations humaines entre les différentes parties prenantes. Cela afin de contribuer à la mise en oeuvre d'une infrastructure d'incubation, d'une conception organisationnelle et d'une stratégie pouvant influencer positivement la croissance et le succès de l'incubation des start-up, cela dépend de beaucoup de facteurs : idée, exécution de cette idée (business model, management...), du contexte économique, juridique... Ainsi, il y a des secteurs beaucoup plus sensibles que d'autres. Toutefois, veiller à la réduction des taux d'échecs de nouvelles start-up en raison des risques incontrôlables associés à l'entrepreneuriat dans la phase de démarrage. Pour réduire ces échecs, dans les économies émergentes, nous pensons que les prestations de services de soutien aux entreprises en démarrage sont importantes. Dans ce contexte, les incubateurs sont considérés comme des instruments efficaces pour stimuler la création de nouvelles entreprises innovantes et des emplois fondés sur la connaissance. Généralement, les incubateurs, offrent un soutien aux entrepreneurs qui veulent lancer une entreprise. Ils mettent à la disposition des créateurs des espaces et des services de secrétariat, procure un environnement favorisant l'apprentissage, le réseautage et le soutien nécessaire tout au long des étapes critiques du démarrage de la nouvelle entreprise ou de la start-up.

Ainsi, ils augmentent les chances des nouvelles entreprises en création, raccourcissent le temps de lancement et réduisent les coûts d'établissement. Un incubateur à succès est celui qui assure un démarrage rapide des entreprises qui deviennent alors de véritables créatrices de richesse et d'emplois, sur le long terme, après la période d'incubation.

Notre recherche se focalise sur le rôle des incubateurs universitaires pour le développement des compétences des jeunes étudiants porteurs de projets strat-up, la création et le lancement de leurs strat-up, notamment dans le domaine du numérique, et les nouvelles technologies d'information et de communication ...De ce fait, une étude empirique basée sur une enquête réalisée dans l'université Mouloud MAMMERY de Tizi-Ouzou. Dans ce contexte, nous formulons la question problématique suivante :

Problématique :

Quel est le rôle de l'université avec ses différentes structures pour le développement des compétences des porteurs de projets start-up, et leurs créations ?

Afin d'apporter des éléments de réponse à la problématique, nous avons opté pour une étude qualitative de nature exploratoire via une enquête de terrain AU niveau de l'université Mouloud MAMMERY de Tizi-Ouzou. L'enquête est réalisée à base d'un questionnaire élaboré selon une grille d'analyse construite de la revue de littérature et des travaux réalisés relatifs au sujet de notre recherche.

Objectifs :

Notre recherche est d'une part : consiste en l'identification de l'importance et le rôle du milieu universitaire pour le développement des compétences des porteurs de projets strat-up, et d'autre part, cerner l'impact des efforts mobilisé dans ce cadre pour la création et le lancement des strat-up et leurs réussites.

Le plan de notre communication s'articule autour des points suivants :

- Définitions des concepts et approches conceptuelle et théorique.
- Présentation des incubateurs universitaires, et maisons d'entrepreneuriat.
- Résultats et discussion.

Mots Clés : Start-up, Incubateurs, l'université, la maison d'entrepreneuriat

Communication n° 29 :

START-UP EN ALGERIE : FONDEMENTS THEORIQUES ET PERSPECTIVES D'AVENIR

TITOUCHE Rosa- Maître de conférence- B/ FSESCSG-Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou / rosa_titouche@yahoo.fr

La mondialisation, un terme qui fait couler beaucoup d'encre au sein des travaux scientifiques et académiques, ce tsunami qui a déferlé sur le monde sans laisser la possibilité à aucun pays de s'y préparer. Cette mondialisation ; soit on en profite, soit on la subit de plein fouet, et ce avec son lot d'avantages et d'inconvénients. Parler de la mondialisation revient aussi à évoquer les éléments qui ont permis son déclenchement et son expansion, notamment les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), ainsi que l'essor du secteur du transport. En effet, ces derniers ont donné à la mondialisation des dimensions culturelles, humaines, idéologiques, mais aussi technologiques.

Le rôle de la technologie dans la mondialisation, qu'il soit facilitant ou contraignant est très difficile à appréhender. Pour essayer d'y arriver, nous sommes obligés de baliser le processus avec des notions périphériques mais indissociables de la technologie, à savoir mondialisation technologique, évolution digitale et enfin l'économie de la connaissance qui en découle. Tous les pays du monde essaient d'innover, plus vite et mieux afin de faire plus de profits, l'un des leviers le plus utilisé pour réaliser le développement en utilisant la technologie est la « **start up** ». L'Algérie n'est pas en reste, plus de 5.000 start-up ont été recensées au niveau du ministère, dont 1.100 ayant obtenu le label "Start-up" ou celui de "Projet innovant", alors que le nombre d'incubateurs "a grimpé de 14 à 60 entre 2020 et 2023 à travers tout le territoire national. L'Etat ne lésine sur aucun moyen afin d'encourager ce secteur novateur et porteur d'espoir pour l'économie algérienne, puisque le **fonds national de financement des start-up a bénéficié de fonds d'investissement au niveau des wilayas à hauteur de 58 milliards de dinars, à raison de 1 milliard par wilaya.**

Notre travail consistera principalement à baliser la question des « start-up » en essayant de répondre aux questions suivantes : Que ce que les nouvelles technologies ? Quels sont les fondements théoriques qui encadrent cette notion ? Que ce qui distingue une start-up d'une entreprise classique ? Quel est le rôle des start-up au sein de l'économie ? Que ce que les incubateurs et quel est leur rôle ? Pourquoi les pouvoirs publics ont mis tellement de temps avant de s'y intéresser, alors que pourtant en Algérie; des expériences avec des résultats probants telles que « **Yassir** » et « **Yalidin** » avaient déjà ouvert la voie ?

Mots clés : Mondialisation technologique, nouvelles technologies, incubateur, économie de la connaissance, entrepreneuriat, start-up.

Communication n° 30 :

Nom et Prénom : ZELLEGE Sara

Téléphone: 0775 12 63 11

Adresse mail : zellegsara@gmail.com

Institution de rattachement : Université de Béjaïa

Adresse professionnelle : sara.zelleg@univ-bejaia.dz

Grade : Doctorante

Axe de recherche : Management-Marketing

Titre : L'intégration du Growth Hacking dans la Stratégie de développement des Startups numériques : Étude théorique

Résumé :

Les startups de commerce électronique sont devenues pionnières de l'innovation et du changement (Célérier & Arfaoui, 2021). Elles explorent les tendances émergentes, les défis intrinsèques, et des perspectives qui façonnent le paysage dynamique que connaît le secteur économique actuel (Shontell, 2020). Les entreprises de commerce électronique ayant vu le jour, soulèvent des questions cruciales sur la nature de leur développement, les facteurs clés de leur réussite, et les défis spécifiques auxquels elles sont confrontées.

Plusieurs méthodes permettent à la startup d'évoluer dans le temps, cependant, ces approches éphémères ne se révèlent pas efficaces à long terme et sont souvent coûteuses (Hege, 2001). Il est impératif pour une startup de privilégier des stratégies durables (Abriane et al., 2021) et bien pensées qui favorisent une croissance pérenne, plutôt que de s'appuyer sur des solutions temporaires qui pourraient compromettre la viabilité à long terme de l'entreprise.

L'évolution rapide des technologies numériques a toujours exigé des marketeurs qu'ils s'adaptent rapidement pour rester pertinents. Des campagnes publicitaires s'alignent aux premières approches de référencement (SEO) et des stratégies du marketing digital en tendance (Segijn & van Ooijen, 2022) et les professionnels ont dû constamment ajuster leurs

savoir-faire pour tirer parti de ces nouvelles opportunités offertes par les plateformes numériques(Bourreau & Perrot, 2020) d'où l'émergence du terme "growth hacking". L'article de Sean Ellis a contribué à populariser le concept, attirant l'attention de nombreux entrepreneurs, marqueteurs, et professionnels du numérique(Canevet & Gambatto, 2017). Le growth hacking est devenu une approche largement adoptée dans le domaine des startups et du commerce électronique.

L'essence même du growth hacking en marketing réside dans l'objectif stratégique de réaliser l'expansion du nombre de clients(Zidane & Aliziane, 2019) à un coût minimal dans les délais les plus courts possibles, en réponse à ces contraintes financières(Boissin et al., 2019). En quête de cet objectif, des entreprises ont élaboré des méthodes spécifiques à la stratégie de croissance que nous essayerons d'analyser à travers cette contribution théorique.

Pour étayer les arguments théoriques, une étude des données antérieures serait effectuée, en abordant "**Comment les startups de commerce électronique peuvent-elles utiliser le Growth Hacking pour croître de manière rentable et durable, en surmontant les défis du marché actuel ?**

Nous entamerons les exploits de certaines startups ayant adopté des techniques de Growth Hacking dans leur stratégie de développement en étalons les spécificités et les différents outils de cette notion.

En parallèle, une attention particulière serait portée à l'identification des défis potentiels liés à l'adoption du Growth Hacking sur le marché algérien de commerce électronique. Cette analyse des défis permettrait de mieux comprendre les obstacles qui pourraient entraver la mise en œuvre efficace du Growth Hacking dans ce contexte spécifique du numérique.

Enfin, notre contribution se résumera autour des principaux piliers du growth hacking en mettant l'accent sur le model AARRR (acquisition, activation, rétention, référence, revenu), le processus d'expérimentation et l'aspect de créativité et d'autres caractéristiques et outils de la stratégie seront plus développer au fil de son application sur une startup de commerce électronique Algérienne dans le cadre de notre axe de recherche.

Mots clés : startup, commerce électronique, développement, growth hacking, croissance.

Références bibliographique

1. **Abriane, A., Ziky, R., & Bahida, H. (2021).** Les déterminants de l'adoption de la digitalisation par les entreprises : Revue de littérature. *Revue Française d'Économie et de Gestion*, 2(10), Article 10.
2. **Boissin, J.-P., Grazzini, F., & Tarillon, C. (2019).** A characterization of the growth paths of startups based on their size and means of funding. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 18(2), 21–59.
3. **Bourreau, M., & Perrot, A. (2020).** Plateformes numériques : Réguler avant qu'il ne soit trop tard. *Notes du conseil d'analyse économique*, 60(6), 1–12.
4. **Canélet, F., & Gambatto, G. (2017).** *Le Growth Hacking*. Dunod.
5. **Célérier, L., & Arfaoui, M. (2021).** La start-up comme nouvel esprit de l'action publique ? *Gouvernement et action publique*, 10(3), 43–69.
6. **Hege, U. (2001).** THE VALUATION AND FINANCING OF INTERNET START-UPS. *Revue économique*, 52(7), 291–312.
7. **Segijn, C. M., & van Ooijen, I. (2022).** Differences in consumer knowledge and perceptions of personalized advertising: Comparing online behavioral advertising and synced advertising. *Journal of Marketing Communications*, 28(2), 207–226.
8. **Shontell, A. (2020).** STARTUP: HYPE OR TENDENCY?
9. **Zidane, K., & Aliziane, M. O. (2019).** E-CRM : Une nouvelle révolution pour la relation client à l'ère de la digitalisation - Cas d'Optimum Télécom Algérie «Djezzy». *Dirassat Journal Economic Issue*, 10(1), Article 1.

Communication n° 31 :

Name and Surname: OUOTMANE Ahmed

Phone: 0557438173

Email Address: ouotmaneahmed@gmail.com

Affiliated institution: Mouloud Mammeri University Tizi-Ouzou/Abderrahmane Mira University Bejaia

Professional Address: Yakouren Centre 15052/ Beir Khadem, Algiers.

Title: Assistant professor B

Research Axis: Digital Start-ups: emergence and theoretical foundations (Axis No. 01).

Communication title: Theoretical analysis of industrial and digital entrepreneurship: comparative perspectives.

Summary

Problem statement:

The problem statement highlights the urgent need for an in-depth exploration of the theoretical foundations that distinguish industrial entrepreneurship from digital entrepreneurship. The rapidly evolving economic and technological environments create a pressing demand to understand the conceptual nuances between these two entrepreneurial spheres. As economic dynamics continually change, influenced by major technological advancements, it becomes crucial for researchers, students, and practitioners to grasp how underlying theories guide these distinct forms of entrepreneurship and the theoretical implications that arise.

Current economic and technological environments exhibit a duality between traditional sectors, focused on physical production and supply chains, and digital sectors characterized by rapid innovation, organizational agility, and increased reliance on information technologies. Thus, the problem statement seeks to explore the deep conceptual roots of these apparent differences. How do economic, managerial, and organizational theories guide strategic choices in an industrial context compared to a digital one? What predominant mental models and conceptual frameworks exist in each sphere, and how do they influence entrepreneurial decisions?

The theoretical implications of these conceptual differences are crucial for strategic decision-making and policy formulation. By understanding how economic theories, such as resource theory or innovation theory, apply differently to industry and the digital realm, economic actors can adapt their approaches to maximize competitive advantages. Moreover, a profound understanding of theoretical foundations also guides students and researchers toward future research directions and the development of theories specific to each domain. In essence, the problem statement highlights a critical need to explore not only external manifestations but especially the theoretical foundations of industrial and digital entrepreneurship, providing a profound understanding of the driving forces that shape these two distinct entrepreneurial worlds.

Methodology:

The methodology adopted for this study relies on a rigorous approach based on a systematic review of academic literature specialized in the fields of industrial and digital entrepreneurship. This approach aims to extract, examine, and synthesize existing knowledge

in these two spheres to develop a thorough understanding of the theoretical foundations that characterize them.

The systematic literature review identifies and collects relevant articles, books, theses, and other academic works in the fields of industrial and digital entrepreneurship. It ensures a methodical selection of sources, ensuring the representativity and credibility of the information used in the comparative analysis.

The comparative analysis relies on well-established conceptual frameworks, including resource theory, innovation theory, and transaction cost theory. These conceptual frameworks are recognized analytical tools that structure thinking around the fundamental principles guiding entrepreneurship in these two distinct contexts. Resource theory, for example, examines how an organization's internal resources influence its performance and competitiveness. Innovation theory focuses on the processes and mechanisms that stimulate novelty, while transaction cost theory analyzes costs related to economic exchanges.

By scrutinizing these theories, the study aims to unveil the conceptual foundations underlying industrial and digital entrepreneurship. It involves identifying the main theoretical elements guiding entrepreneurial decisions in each of these domains while highlighting theoretical convergences and divergences between them. This comparative approach will distinguish the fundamental characteristics that define each form of entrepreneurship, providing crucial information for understanding the conceptual specificities of entrepreneurship in these contexts.

Explored data:

The data used in this study is carefully selected and exclusively composed of concepts and theoretical models drawn from reference academic works. This approach aims to ensure the quality and robustness of the theoretical foundations upon which the comparative analysis of industrial and digital entrepreneurship relies.

Concepts and theoretical models extracted from reference academic works are chosen for their relevance, credibility, and recognition in the entrepreneurship domain. These sources, from eminent authors and reputable academic journals, provide a solid foundation for conceptual analysis. The methodical selection of these conceptual data ensures a comprehensive representation of the theories shaping entrepreneurship in industrial and digital contexts.

This conceptual data serves as the foundation for the comparative analysis of the theoretical principles governing entrepreneurship in each domain. The primary objective is to

unveil central concepts that structure thoughts and entrepreneurial actions in these specific contexts. For example, how the creation of value is conceptualized in industrial entrepreneurship may significantly differ from its conception in the digital context.

Key concepts explored in-depth include the creation of value, innovation, and resource management. The analysis aims to explore how these concepts are theoretically apprehended and implemented in each entrepreneurial sphere. By focusing on these central concepts, the study seeks to provide valuable insights into the theoretical foundations that distinguish industrial entrepreneurship from digital entrepreneurship.

This approach allows for a deepened understanding of the conceptual specificities of each form of entrepreneurship, offering an informed perspective on the theoretical principles guiding entrepreneurs in their respective strategic and operational choices.

Expected results:

The anticipated results of this theoretical analysis aim to provide a thorough conceptual clarification, highlighting the fundamental differences between industrial and digital entrepreneurship. The primary goal is to unveil the distinct theoretical elements that characterize each of these entrepreneurial spheres, enabling a finer understanding of the dynamics unique to each.

By clarifying these conceptual distinctions, the study aims to significantly contribute to a better understanding of the specific challenges and opportunities in industrial and digital entrepreneurship. These results will offer researchers, students, and practitioners an in-depth insight into the theoretical factors shaping these domains. The expected conceptual precision will also help identify key aspects such as mental models, strategies, and success drivers that differ between industry and the digital realm.

These results are expected to provide a solid foundation for researchers wishing to delve deeper into this field. By offering a comprehensive synthesis of existing theories, the study can guide future research towards crucial unanswered questions. Researchers can further explore areas of uncertainty, refine existing conceptual frameworks, or identify emerging new theories.

For entrepreneurs, the results of this theoretical analysis constitute a valuable resource for applying relevant theoretical principles to their specific context. The in-depth understanding of theoretical foundations allows for the formulation of more informed strategies, anticipation of potential challenges, and capitalization on opportunities specific to their business domain. In essence, these results are intended to enrich the available theoretical

knowledge base, both for researchers seeking new perspectives and for entrepreneurs aiming to develop informed strategic approaches.

Communication n° 32 :

Tahar HAMAZ :

Adresse mail : **thamaz@outlook.fr**

Institution de rattachement : **FSECG/ UMMTO**

Adresse professionnelle : **tahar.hamaz@ummto.dz**

Grade : **MCB**

Axe de recherche : Axe n° 07 : Les politiques publiques en faveur des start-ups du numérique

Titre de la communication : Les écosystèmes des startups : Quelle évolution ?

Résumé :

Dans un contexte mondial marqué par les évolutions technologiques et leur adoption dans des politiques de développement économique des nations, l'Algérie a adopté une nouvelle orientation de son modèle économique vers la diversification, et la création de richesses hors hydrocarbures. Cette orientation repose sur plusieurs axes stratégiques à l'instar de la transformation numérique et la création des startups. Ainsi, plusieurs politiques publiques ont été mise en place pour favoriser un climat d'affaires équitable et un écosystème favorable à l'entrepreneuriat numérique et au développement de startups. L'apologie des startups s'inscrit dans le cadre de ces actions qui deviennent indispensables en raison des mutations de l'économie mondiale.

C'est dans cette perspective de la nouvelle orientation de politique économique de l'Algérie vers la transition numérique que s'inscrit la problématique de notre communication qui cherche à répondre au questionnement suivant : Quelles sont les évolutions qui ont été enregistrées depuis le déploiement de la politique publique au service de la transition numérique et au développement des start-ups en Algérie ?

Pour y répondre, nous avons adopté une méthodologie suivant une approche des analyses économique et sociale se rapportant au processus de mise en œuvre d'une politique publique consacrée à transition numérique et le développement des startups, tout en prenant en considération la dimension descriptive et qualitative. Notre démarche méthodologique est analytique et exploratoire des données pour mieux cerner l'évolution de l'écosystème des startups en Algérie.

Notre communication va porter, en premier lieu, sur les définitions des concepts relatifs à la thématique de recherche à savoir l'économie numérique et les startups, et en second lieu, nous aborderons la politique nationale en faveur du développement des startups. Enfin, nous feront ressorti la transformation de l'écosystème des start-ups et les progrès enregistrés sur le plan juridique ainsi qu'en termes d'organisation et de financement.

Les résultats de ce travail montrent que les startups sont prises en considération dans la mise en place du système national d'innovation. En effet, elles sont intégrées en tant que composante du S.N.I. Compte tenu de son impact économique et social, la promotion des startups constitue un axe stratégique pour l'économie nationale à l'heure du passage vers une économie de la connaissance et du numérique.

Mots clés : Startups, économie numérique, système national d'innovation.

Communication n° 33 :

Titre : Le rôle des incubateurs publics dans le développement des activités des start-up : une revue de littérature et un benchmarking international

Auteur : Abderrahmane SEDIKI, enseignant-chercheur UMMTO
sedikiabderrahmane10@gmail.com

Résumé :

Les incubateurs publics sont des structures d'accompagnement qui visent à soutenir le développement des start-up innovantes. Ils offrent un ensemble de services, tels que l'hébergement, l'accompagnement managérial, l'accès aux financements et la mise en réseau, qui sont essentiels pour la réussite des entrepreneurs.

Cette communication scientifique propose une revue de littérature sur le rôle des incubateurs publics dans le développement des activités des start-up. Elle mobilise les avancées théoriques de l'accompagnement à l'entrepreneuriat innovant, du partenariat public privé et du renforcement des capacités des entreprises.

La revue de littérature permet de mettre en évidence les principaux effets positifs des incubateurs publics sur les start-up, tels que :

- Une augmentation des chances de survie et de croissance des start-up.
- Une amélioration de la performance des start-up.
- Une réduction des coûts de démarrage des start-up.

La communication se termine par un benchmarking international des expériences des incubateurs publics. Elle compare les modèles d'incubateurs publics mis en place dans différents pays, en termes d'objectifs, de services offerts et de résultats obtenus.

Mots-clés : incubateurs publics, start-up, entrepreneuriat innovant, partenariat public privé, renforcement des capacités.

Communication n° 34 :

Nom et Prénom : kahina Becheker

Téléphone :0663784584

Adresse mail : bkahina8@hotmail.fr

Institution de rattachement : **Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion de l'Université Mouloud MAMMERY de Tizi-Ouzou**

Adresse professionnelle : **kahina.becheker@ummto.dz**

Grade : MAB

Avec :

Nom et Prénom : Bellahsene thinhinane

Téléphone :0663784584

Adresse mail : btina11@hotmail.fr

Institution de rattachement : **Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion de l'Université Mouloud MAMMERY de Tizi-Ouzou**

Adresse professionnelle : thinhinane.bellahsene@ummto.dz

Grade : MAB

Axe de recherche : les Start-up, universités et recherche scientifique.

Titre de la communication :L'entrepreneuriat et les Start-up au milieu universitaire : Cas de l'UMMTO

Résumé :

Dans le contexte économique actuel, la création d'entreprises et l'entrepreneuriat demeurent les facteurs déclenchant du développement économique. La course aujourd'hui est vers la dynamique entrepreneuriale. L'université étant le centre de développement des connaissances dans tous les domaines contribue fortement au processus entrepreneurial. En effet, la recherche scientifique, au niveau des universités et autres laboratoires de recherche,

peut jouer un rôle important dans l'amélioration des performances des entreprises voire de l'économie nationale dans son ensemble **d'une part**, et peut être la source de création et de développement des jeunes entreprises innovantes « **Start-up** » notamment dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication (**TIC**), **d'autre part**.

Dans l'économie du numérique, le système scientifique joue un rôle dans la production de savoir (développer et fournir des connaissances nouvelles), la transmission du savoir (former et valoriser les ressources humaines). La start-up est une entreprise qui suit un processus long pour son lancement. Le système scientifique joue un rôle de premier plan dans le transfert et la diffusion du savoir dans l'économie. L'université est au centre des préoccupations économiques et sociales, l'entrepreneuriat est une culture qui voit ses racines dans le monde académique. L'une des caractéristiques essentielles de l'économie du savoir réside dans la prise de conscience du fait que la diffusion des connaissances est tout aussi importante que leur création, ce qui conduit à attacher une attention grandissante aux "réseaux de diffusion du savoir" et aux "systèmes nationaux d'innovation.

En revanche, tous les pays conçoivent et élaborent des dispositifs et des règles aux sein des universités afin d'inculquer la culture entrepreneuriale auprès de la communauté universitaire ainsi, ils sensibilisent davantage les étudiants afin de les inciter à intégrer le monde de l'entrepreneuriat.

La contribution de l'université à l'amélioration de la performance de l'entreprise ou à la création de jeunes entreprises dans le cadre des dispositifs d'accompagnement des jeunes entrepreneurs, dépend de l'efficacité de ces dispositifs. L'accompagnement entrepreneurial est un processus assuré par une tierce partie qui a pour objectif d'assurer une dynamique d'apprentissage pour les jeunes porteurs de projets.

L'Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou est également concernée par cette problématique de dynamique entrepreneuriale. Etant un acteur actif dans le domaine de l'entrepreneuriat, par le biais de la **maison de l'entrepreneuriat** Mouloud Mammeri, elle valorise les comportements entrepreneuriaux et incite les étudiants à affronter le monde de l'entrepreneuriat. Ainsi, notre problématique consiste à savoir : **Quelle contribution pour l'université Mouloud Mammeri dans la création et le développement des jeunes entreprises « Start-Up » ?**

Notre objectif dans cette communication est de cerner la problématique de la valorisation des résultats de la recherche scientifique et du transfert des résultats de l'asphère académique vers la sphère économique ou vers la sphère entrepreneuriale et de présenter les principaux obstacles auxquels font face les chercheurs ainsi que les jeunes étudiants dans le

processus de valorisation des projets Start-Up. **Notre méthodologie** de recherche est basée sur la revue de littérature d'une part et sur une étude empirique réalisée auprès de la maison de l'entrepreneuriat de l'université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou. D'après les données de la maison de l'entrepreneuriat, l'université Mouloud Mammeri a franchi un pas très important dans l'accompagnement des porteurs de projets et met en place tous les moyens nécessaires afin de concrétiser les projets des étudiants. Ceci reflète l'efficacité du dispositif d'accompagnement et d'incubation des projets innovants.

Mots clés : Start-Up, Entrepreneuriat, Incubateur, Recherche Scientifique, l'Université.

Références principales :

Ait el hadj S. « Innovation, management des processus et création de valeur » Ed l'Harmattan, Paris, 2006.

Alein F. « le métier de créateur d'entreprise », Ed des Organisations, Paris, 2003.

Grenier f. « S'inspirer des Start-up à succès », Ed Dunod, Paris 2015.

Marcourt J-C. « Entrepreneuriat et création d'entreprises : facteur déterminants de l'esprit d'entreprise », Ed De Boeck, Bruxelles, 2009.

Communication n° 35 :

Axe de recherche : L'écosystème des start-ups du numérique : incubateurs, milieu et territoire

Titre de la communication : L'écosystème des start-ups en Algérie : coordination et pratiques d'accompagnement

Présentée par : AIT SALAH Linda, Doctorante, Université de Béjaia.

NOUI Rabah, MCA, Université de Béjaia.

Résumé :

L'évolution remarquable de l'écosystème des start-ups en Algérie suscite des interrogations quant à la dynamique des acteurs impliqués. Les startups sont accompagnées pour la majorité d'entre elles par des structures multiples (incubateurs, CATI, CDE, accélérateur, ...) dont la principale mission est de soutenir les startups en exerçant un effort de networking et de mentorat au profit des jeunes pousses. Ce travail tente de plonger dans les pratiques de ces structures en termes d'accompagnement des startups, de collaboration et d'interaction avec les autres acteurs de l'écosystème.

Ainsi à travers d'une méthodologie empirique basée sur une étude de cas nous essayerons de mieux appréhender les différentes pratiques d'accompagnement mises en place par les incubateurs ainsi que les interactions qu'ils entretiennent avec les autres acteurs de l'écosystème.

Au cours de ce travail nous prévoyons de démontrer le rôle clé du processus d'incubation dans les différents cycles de vie des startups ainsi que son impact sur la création d'un réseau professionnel, et également faire ressortir les interactions de cet organisme avec les autres acteurs environnant.

Mots clés : Start-ups, écosystème, incubateurs, innovation, interaction.

Communication n° 36 :

اسم الباحثة: طريق مسعودة TRIEK Messaouda

رقم الهاتف: +213661682369

العنوان الإلكتروني المهني: mtriek@esgen.edu.dz

مؤسسة الانتماء: المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي- القطب الجامعي بالقليعة- ولاية تيبازة، الجزائر.

عضو في مخبر بحث: مخبر الدراسات والبحث حول الاقتصاد الرقمي.

المحور الثالث: تمويل المؤسسات الناشئة الرقمية.

عنوان المداخلة: آليات تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر: الواقع والمأمول.

الملخص:

تولي الجزائر أهمية بالغة لتطوير ومرافقة المؤسسات الناشئة لما لها من أهمية بالغة في بناء النسيج الاقتصادي إذ تعتبر عنصرا هاما لتحقيق التنمية المستدامة لما تتسم به من القدرة على الابداع والابتكار. معظم شركات العالم المعروفة على الساحة الدولية الاقتصادية لم تبدأ كبيرة وانما بدأت صغيرة وتطورت الى أن صارت ما هي عليه اليوم.

يعتبر التمويل هاجس كل مؤسسة ناشئة باعتباره اهم ركائز بداية انطلاق العملية الاستثمارية التي تستوجب توفير تمويلا معتبرا حسب كل مشروع. ومن اجل إعطاء فرصة لحاملي المشاريع الابتكارية للمساهمة في احداث النمو من خلال إيجاد سبل وطرائق جديدة ومبتكرة لحل المشكلات التي يعاني منها جميع قطاعات النشاط الاقتصادي، سعت الجزائر الى اتخاذ جملة من الإجراءات القانونية والتنظيمية من اجل خلق جو يتماشى مع متطلبات انشاء وتطوير مؤسسات ناشئة، لا سيما من خلال تطوير آليات وصيغ تمويلية جديدة.

انطلاقا مما سبق يمكن صياغة إشكالية البحث على النحو التالي: ما هو واقع الآليات التمويلية التي سخرتها

الجزائر من أجل مرافقة المؤسسات الناشئة؟

سننتظر في هذه الورقة البحثية الى الاستراتيجية التي وضعتها الدولة الجزائرية من اجل تمويل المؤسسات

الناشئة مع اظهار وضع تمويل هذه المشاريع في الوقت الحالي ومحاولة استشراف المستقبل.

والتحليلي كونهما مناسبان لطبيعة البحث الذي يحتوي على عدة من اجل ذلك سوف نعتد المنهج المنهج الوصفي مفاهيم أساسية تخص السبل و الآليات التي تبنتها الجزائر من أجل التكفل بتمويل الشركات الناشئة فمن جهة نقوم بوصف الظواهر ومن جهة أخرى نقوم بتحليل وضع وواقع هذه الهيئات التمويلية و المؤسسات الناشئة في ذات الوقت للوقوف على مدى تطبيق آليات التمويل الموضوعة على ارض الواقع لاستخلاص النتائج.

في ختام الدراسة نأمل اظهرار المساهمة الفعلية للهيئات المكلفة بتمويل المؤسسات الناشئة وما مدى ملائمة التشريعات والقوانين التي تنضم هذا المجال للواقع الذي تعيشه المؤسسات الناشئة بالإضافة الى ابراز أهم العقبات التي تحول دون وصول المشاريع الى مبتغاها.

الكلمات المفتاحية: مؤسسة ناشئة، تمويل المشاريع ، الابتكار ، صناديق التمويل.

Communication n° 37 :

Auteur (01)

Nom : BELLAHSENE

Prénom : Thinhinane

Téléphone : 0696 336 027

Adresse mail : btina11@hotmail.fr

Institution de rattachement : Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion de l'UMMTO

Adresse professionnelle : thinhinane.bellahsene@ummto.dz

Grade : Maitre-Assistant B

Auteur (02)

Nom : BECHEKER

Prénom : Kahina

Téléphone : 0663 784 584

Adresse mail : bkahina8@hotmail.fr

Institution de rattachement : Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion de l'UMMTO

Adresse professionnelle : kahina.becheker@ummto.dz

Grade : Maitre-Assistant B.

Axe de recherche : Les start-ups numériques : Emergence et fondements théoriques

Titre de la communication : Les fondements théoriques des start-ups du numérique

Résumé :

L'entrepreneuriat est l'un des principaux moteurs de l'économie, il permet d'une part, la création de la richesse et de l'emploi, d'autre part, la satisfaction des besoins des consommateurs à travers une offre importante et variée de biens et services. L'entrepreneuriat ne se limite pas seulement à la création de petites entreprises locales qui proposent des produits de première nécessité mais aussi à la création d'entreprises de grande envergure utilisant de la high-tech et s'adressant à des marchés internationaux.

De plus, l'entrepreneuriat est à la fois une discipline enseignée et un champ de recherche. C'est un processus qui permet de poursuivre et d'exploiter les différentes opportunités présentes dans l'environnement. C'est une démarche adoptée par un entrepreneur ou une équipe entrepreneuriale visant le développement d'une activité à travers la mise en œuvre d'une organisation ayant comme but la création de la valeur. (Fayolle et Messeghem,2011).

En outre, l'un des aspects fondamentaux de l'entrepreneuriat est l'existence d'opportunités et que l'entrepreneur est une personne qui arrive à poursuivre ses dernières à travers la création d'une organisation. (Bygrave et Hofer 1991).

Il faut noter que l'entrepreneuriat est considéré comme une aventure qui nécessite la réunion de trois principaux éléments notamment (Jean-Claude Sabonnadière et Sylvie Blanco, 2005) :

- Des individus avec un esprit entrepreneurial (valeurs, culture et expérience) ;
- Des idées originales inspirées des besoins insatisfaits des consommateurs y compris les propres besoins de l'initiateur d'idée ;
- Un environnement propice et favorable pour la mise en œuvre et la concrétisation des nouveaux projets.

Afin de concrétiser son idée, l'entrepreneur à recours à plusieurs solutions, entre autres la création de start-ups. Selon Ries Eric ,(2011) une startup est un regroupement humain qui a pour but de concevoir et de proposer des nouveaux biens et services à un marché dont le niveau de risque et d'incertitude est très élevé. Selon Black et Drof, (2012) une startup est une organisation qui est à la recherche d'un business model reproductible et extensible, c'est une organisation qui expérimente et teste son marché afin de pouvoir trouver par la suite un modèle économique établi. Ajoutons à cela que la startup constitue la première phase (phase de lancement) de cycle de vie d'une future entreprise. Durant cette phase les entrepreneurs sont dans la recherche et la découverte de solutions permettant de satisfaire les

besoins de clients et de faire face à une rude concurrence à travers la création d'un avantage compétitif (Kidder, 2012).

Il est aussi important de noter que Fridenson, (2015), préconise que le statut de startup est réservé aux entreprises qui possèdent une forte croissance potentielle, qui utilisent une nouvelle technologie et qui ont un besoin élevé de financement.

Selon McClure, (2013) « Une startup est une entreprise qui ne sait pas clairement : ce qui est son produit ? Qui sont ses clients ? Comment gagner de l'argent ? Dès qu'elle découvre les trois principes, elle cesse d'être une startup et devient une véritable entreprise ».

De toutes ces différentes définitions, nous pouvons déduire qu'une startup se caractérise principalement par une nouvelle technologie, une innovation, un besoin de financement élevé, une temporalité de la situation et une incertitude extrême.

De nos jours, nous assistons à une transition vers l'économie numérique, une économie fondée essentiellement sur l'utilisation des Nouvelles Technologies d'Informations et de Communication. De la santé à l'automobile en passant par les médias, l'agriculture et le tourisme, tous les domaines sont concernés par cette transition. De même pour la création de startups, où nous constatons que de plus en plus de porteurs de projets se penchent vers le domaine du numérique et lancent des « Start-up numérique », de ceci découle notre problématique qui consiste à savoir : **Quels sont les fondements théoriques de la start-up digitale ?**

A travers notre communication nous avons comme objectif de cerner les différentes approches théoriques de la start-up digitale, de relater sa genèse et d'exposer ses principales définitions en s'appuyant sur une méthodologie de recherche fondée principalement sur une revue de littérature constituée à partir de la lecture de plusieurs ouvrages et la consultation de différents travaux de recherches traitant la thématique concernée.

Mots clés : Entrepreneuriat, Innovation, Startup numérique, Fondements Théoriques.

Références :

Agbodan M. (1995), « Les facteurs de performance de l'entreprise : journées scientifiques du réseau thématique de recherche 'Entrepreneuriat' », édition John Libbey Eurotext, France.

Bygrave, W. et Hofer, C. (1991), « Theorizing about entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, p. 13-22.

Capron H. (2009), « Entrepreneuriat et création d'entreprise », édition de Boeck, Bruxelles.

Fayolle, A. et Messeghem, K. (2011), « La recherche en entrepreneuriat entre 2008 et 2009 », Revue de l'Entrepreneuriat, (Vol. 10), p. 53-72.

Fridenson, P. (2015), « Au fait c'est quoi une start-up ? », Capital.

Jean claude S. (2005), « La création d'entreprises innovantes », Hermès Sciences Publication, Paris.

Kidder David, (2012), « The Startup PlayBook, Secrets of the Fastest Growing Startups from their Founding Entrepreneurs », Chronicle Books, San Francisco.

Ries Eric, (2011). The Lean Startup How Today's Entrepreneurs use Continus Innovation to Create Radically Successful Business. New York: Crown Business.

Schumpeter, J. A. (1942), « Capitalisme, Socialisme et Démocratie », Payot.

Tsagliotis A. (2015), « S'inspirer des start-up à succès », édition Dunod, Paris.

Communication n° 38 :

La capacité d'endettement de la Start up à travers l'analyse dynamique des flux de liquidités

GHEDDACHE Lyés, Professeur, UMMTO.

gheddachelyes@gmil.com

TEL N° 05 41 84 55 50

HAROUN Mohamed Amorane, MAA, UMMTO.

amokraneh@yahoo.com

Résumé :

Cette communication se propose d'avancer que les modèles d'analyse de la capacité d'endettement des entreprise sont insuffisants, et notamment pour le cas des Start up. En fait, à travers ces modèles, les créanciers, et surtout les banquiers parviennent à détecter un niveau de risque à partir de données externes et trop générales.

En ce sens, le modèle d'analyse dynamique des flux proposé par Gordon Donaldson dans les années 1960, est un outil nécessaire pour compléter les analyses conventionnelles. Il s'agit de donner plus d'approfondissement à l'estimation de la capacité d'endettement de la Start up. Ceci v permettre de fixer au mieux un seuil d'endettement à chaque Start up, compte tenu de leur diversités de de leurs spécificités.

Mots-clés : Start up ; capacité d'endettement, analyse des risques de défaillance, flux de trésorerie.

The debt capacity of the Start-up through the dynamic analysis of cash flows

Summary

This communication proposes to argue that the models for analyzing the debt capacity of companies are insufficient, and in particular for the case of Start-ups. In fact, through these models, creditors, and especially bankers, manage to detect a level of risk based on external and overly general data.

In this sense, the dynamic flow analysis model proposed by Gordon Donaldson in the 1960s is a necessary tool to complement conventional analyses. This involves giving more depth to the estimation of the debt capacity of the Startup. This will make it possible to best set a debt threshold for each Start-up, taking into account their diversity and their specificities.

Keywords: Start-up; debt capacity, default risk analysis, cash flow.

Introduction

Le développement des Start up nécessite la mobilisation de fonds de plus en plus importants au fur et à mesure que l'activité se concrétise, se stabilise et génère du chiffre d'affaires. Or les financements en fonds propres peuvent s'avérer insuffisants pour diverses raisons, et le recours à l'endettement très souhaité.

En effet, l'augmentation du capital de la Start up peut rencontrer des résistances de la part des investisseurs initiaux, qui refuseraient d'être dilués dans le nouvel actionnariat et voir une partie du contrôle et des rendements de l'entreprise leur échapper. Aussi, l'annonce d'une augmentation du capital est souvent présentée comme étant un signal négatif donné au marché.

Par ailleurs, le financement par endettement est générateur de différents avantages (accélération de la croissance, effet de levier, effet disciplinaire sur les dirigeants, etc.). En contrepartie, les effets néfastes de l'endettement, n'en sont pas moins dissuasifs (augmentation des charges financières, effet de massue, sorties de fonds fixes lors des remboursements des crédits, risques financiers divers.). Pour de telles raisons, différentes techniques d'analyse de la capacité d'endettement ont été développées, et s'appuyant pour l'essentiel sur des données externes (comptabilité financière, informations sur le marché, etc.). Le but étant de déterminer

le poids réel d'endettement que pourrait supporter une entreprise, avec un degré de risque de défaillance raisonnable.

Pourtant, ces modèles, très standardisés, et notamment au sein des banques, malgré leur pertinence, ne donnent pas lieu à des analyses dynamiques. En effet, malgré leur pertinence et le fait qu'elles soient toujours usitées dans la pratique financière (dirigeants d'entreprises et banquiers) les normes traditionnelles ne manquent toutefois pas d'inconvénients qui vont d'ailleurs justifier la nécessité de développer de nouveaux modèles, non pas pour les remplacer mais surtout pour aider les analystes à aller au plus loin.

En ce sens, la capacité d'endettement doit être effectuée par le promoteur de l'entreprise en complément aux analyses externes effectuées par, notamment le banquier. Les raisons principales de cette démarche sont les suivantes (Donaldson, 1976):

✓ Concernant la demande de l'avis des tiers sur la capacité d'endettement de l'entreprise, celle-ci ne constitue qu'un élément de leurs portefeuille qu'ils diversifient pour maîtriser les risques. De plus, la recherche de l'avis du banquier trouve ses limites dans le fait qu'il est toujours confronté à un nombre trop important de demandes de crédit auxquelles il applique des critères de sélection standard (pour aller plus vite) et cela minimise alors la pertinence de ses conseils. Dans un cas extrême, le banquier ne perd qu'une certaine somme qui est la créance qu'il détient sur l'entreprise qui fait faillite, tandis que celle-ci disparaît, donc le degré d'importance est très différent pour les deux parties.

✓ Concernant les pratiques utilisées dans le passé, la principale critique adressée à ce critère réside dans le fait que l'entreprise, en se servant d'une politique d'endettement qui a déjà montré son efficacité dans le passé ne peut être avancée comme un modèle ou étalon aussi efficace et justifié pour le présent et le futur. D'un autre côté, l'évolution accélérée de la conjoncture économique est un facteur de remise en cause de ce critère.

✓ Concernant les comparaisons avec les entreprises semblables, ou concurrentes est une tâche trop incertaine vu la diversité des politiques d'endettement pratiquées par les entreprises du même secteur. Aussi, le fait de rapprocher la politique d'endettement de l'entreprise à celles des entreprises similaires ne peut être qualifiée de raisonnable, puisque chaque entreprise a ses propres particularités.

Cette communication se propose de présenter le modèle d'analyse de la capacité d'endettement de l'entreprise à travers le modèle dynamique de Donaldson, qui servira à compléter les autres analyses. Le but étant d'arriver à la fixation d'un niveau d'endettement

correspondant, à la fois aux besoins réels de la Start up mais aussi à ses capacités à honorer ses engagements financiers.

1. Les raisons du choix de l'endettement de la Start up

Au tout début de son existence (au stade de projet), le financement par endettement est quasiment impossible pour diverses raisons. A titre d'exemple, l'activité est totalement inconnue par les créanciers, l'entreprise n'a aucun passé pour effectuer des analyses de risques de défaillance, et n'a aucun actif tangible pouvant constituer une garantie matérielle. En ce sens, les premiers fonds qui seront injectés dans la Start up concernent la catégorie des fonds propres.

Le recours au financement par dette est une décision qui peut s'avérer très difficile pour les promoteurs, mais capitale pour la réussite de leur projet. En effet, pour assurer la pérennité et la croissance de la Start up, des fonds supplémentaires seront nécessaires. Le passage par l'endettement bancaire peut conférer un certain nombre d'avantages, mais aussi plusieurs problèmes.

1.1. Les avantages associés au financement par endettement

Dans le cas spécifique des Start up, la décision d'augmentation du capital peut buter sur la résistance des investisseurs initiaux. En effet, ceux-ci refuseraient d'être dilués dans la nouvelle configuration de l'actionnariat induite par l'augmentation du capital social de l'entreprise. En effet, une partie des rendements potentiels futurs et leur contrôle sur l'entreprise risquent d'être perdus. En ce sens, l'endettement concilie les intérêts de l'équipe de direction et ceux des actionnaires initiaux.

Effet disciplinaire de l'endettement sur l'équipe de direction. En fait, le financement par endettement régule les comportements des dirigeants de l'entreprise, à travers le risque de faillite qu'il véhicule. En effet, en cas de manque de rigueur dans la gestion des affaires de la Start up, celle-ci risque de se retrouver en situation de défaut de paiement des échéances des crédits, ce qui peut l'amener à sa disparition. L'équipe dirigeante aura alors perdu l'opportunité offerte par la Start up.

L'endettement est un accélérateur de croissance, qui contrairement aux ressources internes qui peuvent prendre plusieurs années pour cumuler les sommes nécessaires, permet aux dirigeants de la Start up de saisir les opportunités d'investissement dans l'immédiat.

Aussi, l'endettement lorsqu'il est associé à des résultats bénéficiaires de l'entreprise, engendre un effet de levier financier qui va bénéficier à ses propriétaires.

L'endettement d'une entreprise constitue un signal interprété favorablement par le marché, de par la confiance acquise par la Start up auprès des banques.

1.2. Les inconvénients de l'endettement

L'endettement de la Start up met celle-ci devant des charges et des coûts supplémentaires. Ainsi, le financement par dette augmente sensiblement le risque de défaillance et de faillite. De plus, les dirigeants doivent faire face à une amplification de sorties de trésorerie dans le cadre du remboursement de l'emprunt. Ainsi, il y aura des charges variables supplémentaires (intérêts des crédits) et surtout des dépenses fixes (amortissement de la dette).

Par ailleurs, l'endettement fit perdre une bonne partie de son autonomie à la Start up. En ce sens, en plus des investisseurs qui s'émissionnent dans les affaires de l'entreprise, les banquiers aussi auront un droit de regard sur celle-ci.

2. Le problème de l'endettement de l'entreprise dans la théorie financière

Les débats théoriques sur la question du recours des entreprises au financement par endettement et à quel niveau, ont été nombreux. A titre indicatif, nous présentons ici quelques une des théories les plus reprises dans la littérature.

2.1. Théorie des compromis

Elle permet de démontrer qu'il y a un taux d'endettement optimal qui maximise la valeur de l'entreprise (Myers, 1984). La fixation d'un seuil d'endettement se fit à travers l'arbitrage entre les économies fiscales générées par la déductibilité des charges financières et des coûts associés à la détresse financière générés par l'augmentation du risque généré par l'endettement supplémentaire de l'entreprise, permettant ainsi de déterminer un ratio d'endettement optimal.

2.2. Théorie du financement hiérarchisé

Les dirigeants de l'entreprise ayant une information privilégiée sur celle-ci (contrairement à l'information dont dispose le marché), auront tendance alors lorsqu'ils savent que l'action de la firme est sur évaluée et se financent par la dette quand celle-ci est sous-évaluée (Myers et Majluf, 1984). Ce type de comportement bénéficie aux anciens actionnaires contrairement aux nouveaux, car ils vont pouvoir profiter des liquidités additionnelles au prix du marché en raison de cette surévaluation. Par contre, ils vont recourir

à l'endettement lorsqu'ils jugeront que l'action est sous-évaluée. Ce comportement peut aboutir à la pénalisation de l'entreprise en créant un problème de sous-investissement, due à l'insuffisance de fonds.

2.3. La Théorie des Compromis

Celle-ci part de l'idée que les dirigeants de l'entreprise doivent considérer dans leur politique de financement qu'un excès d'endettement augmentera le risque des actions ainsi que les coûts associés à l'endettement. De plus, une insuffisance de dettes par rapports aux fonds propres constitue un problème majeur, dans la mesure où l'entreprise serait en situation de manque de liquidité et d'augmentation du coût de son financement. Dans ces conditions, un équilibre entre ces deux situations définira un niveau optimal d'endettement qui peut être perçu comme une cible guidant la firme dans ses choix de financement.

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des facteurs explicatifs des niveaux d'endettement

Facteurs explicatifs	Mesures utilisées	Influence positive	Influence négative
Taille	Chiffre d'affaires: Total bilan, Logarithme des ventes (log sales)	Validation Théorique: TOT et théorie de l'agence Validation empirique: Dubois, 1985 , Titman & Wessels, 1988 , Rajan & Zingales, 1995, Booth et al, 2001 : Gaud & Elion, 2002 , Huang & Song, 2006 Abimbola, 2002	Validation Théorique: POT Validation Théorique : Bourdieu & Sédillot, 1993 , Johnson, 1997, Carpentier & Suret, 1999.
Taxes	Taux d'imposition effectif; Taux d'imposition marginal.	Validation Théorique: TOT Validation empirique: De Jonk & Van Djik, 1998	Validation empirique: Huang & Song, 2006
Avantages non liés à la dette	Amortissement! total actif: Provisions Total actif: Dépenses R&D Total actif		Validation Théorique: De Angelo & Masulis, 1980 Validation empirique: Abimbola, 2002 Hovakimian et al, 2004.
Opportunités de croissance	Croissance annuelle du chiffre d'affaire; Q de Tobin dépenses en	Validation Théorique: POT et théorie du signal Validation empirique: Dubois, 1985 : Shuetrim et al, 1993: Kremp et Stoss,	Validation Théorique: Théorie de l'agence, TOT Validation empirique: Titman & Wessels, 1988: Nekhili, 1994 Rajan &

	R&D market-to-book ratio	2001, Abimbola 2002	Zingales, 1995 : Johnson, 1997 Gaud & Elion, 2002 , Hovakimian et al, 2004 , Huang & Song, 2006.
Tangibilité	Actif tangible/actif total	Validation Théorique: TOT et POT Validation empirique: Bourdieu & Sédillol, 1993 : Shueh et al, 1993: Biais et al, 1995 : Rajan & Zingales, 1995, Bédué, 1997 : De Jonk & Van Djik, 1998 , Gaud & Elion, 2002 , Hovakimian et al, 2004 : Huang & Song, 2006	
Rentabilité	EBIT ; ROE ; résultat avant intérêt et impôt /total actif	Validation Théorique: TOT et théorie du signal	Validation Théorique : POT Validation empirique: Dubois, 1985; Nekhili. 1994; Mulkay & Sassenou. 1995 . Rajan & Zingales, 1995 Bédué, 1997 : Carpentier & Suret, 1999 . Booth et al, 2001.
Profitabilité	ROA	Validation Théorique: TOT Validation Théorique: Bourdieu & Sédillol, 1993 . Johnson, 1997 :	Validation Théorique: POT Validation empirique: Titman & Wessels, 1988 : Biais et al, 1995 . Rajan & Zingales, 1995 . Kremp et Stoss. 2001: Hnang & Song, 2006.

Source: Colot O. et Croquet,(2007)

3. De la diversité des paramètres de mesure des risques de crédit

Pour un créancier, le risque crédit représente le fait que son débiteur puisse à un moment donné être dans l'incapacité (ou même ne refuser) d'honorer ses échéances dues à un moment donné du contrat de crédit. Cette défaillance engendre ainsi la perte totale ou partielle des fonds avancés et des intérêts dus.

3.1. Les paramètres de mesure des risques de perte

Les principaux paramètres utilisés par les créanciers afin d'appréhender les risques liés au crédit sont les suivants :

Probability of Default ou la probabilité de défaut, qui est appréhendée à travers des analyses de données statistiques.

Exposure At Default , ou exposition en cas de défaut qui représente le montant de la créance exposé au risque de défaut. En d'autres termes, il s'agit du coût de remplacement de l'engagement perdu qui est multiplié par le montant initial.

Expected Loss ou perte attendue qui fait référence à la perte susceptible d'être encourue compte tenu de la qualité du montage de la transaction et de toutes mesures prises pour atténuer le risque, telles que les sûretés réelles. Concrètement, la perte potentielle au niveau individuel est égale à la probabilité que la contrepartie fasse défaut multipliée par ce que la contrepartie doit au moment du défaut et par le taux de perte (Bencheriet et BensahlA Tani, 2022, p 482).

Unexpected Loss, ou perte inattendue, correspondant au différentiel entre les pertes effectives et les pertes attendues, ce qui crée un gap faisant référence à la volatilité de la perte future par rapport à la moyenne de la perte attendue, et devant être couvertes non pas par des provisions comme ce qui était du cas de la perte attendue, mais par les fonds propres (Bencheriet et BensahlA Tani, 2022, p 482).

Loss Given Default ou taux de perte en cas de défaut, et correspondant au taux de perte constaté en cas de défaillance.

Effective Maturity ou échéance effective des expositions au risque crédit.

3.2. Les méthodes de gestion du risque de crédit

Dans l'ensemble, deux grandes familles de techniques d'estimation du risque de défaillance d'une entreprise coexistent.

La première est représentée par les méthodes empiriques qui s'appuient sur des données historiques pour tenter d'appréhender la santé financière future de l'entreprise. Ainsi, parmi ces méthodes figurent, entre autres :

- ✓ L'analyse financière qui est la méthode la plus ancienne et la plus utilisée par les banques pour mesurer la solvabilité, la rentabilité et la liquidité de l'entreprise.
- ✓ Les systèmes experts représentant des approches qualitatives, et visant à reproduire de façon cohérente les règles de décision des experts en matière de crédit.
- ✓ La notation (ou rating) qui consiste en une évaluation du risque rattaché à un titre de créance, et qui donne lieu à une note, permettant classer l'entreprise dans une catégorie de risque.

La seconde catégorie concerne les méthodes statistiques matérialisées par le credit scoring, qui contrairement aux précédentes techniques subjectives, celles-ci permettent de donner une mesure objective du risque (Feldman,1997 ; Mester, 1997).

4. La capacité d'endettement à partir de la simulation de flux

L'analyse par les ratios permet, certes, un approfondissement très important, et elle reste toujours d'actualité¹ car elle permet d'approcher le problème qui se pose avec un degré de spécification plus important. Toutefois, elle se base uniquement sur des informations externes et ne bénéficie pas des informations privilégiées de l'équipe de direction de la Start up. En effet, ceux-ci ont une vision plus précise de leur entreprise, ses perspectives et potentialités réelles.

4.1. Exposé de la nouvelle approche par la simulation des flux proposée par l'auteur

L'approche proposée s'articule autour d'un raisonnement qui se déroule en phases successives que nous allons aborder succinctement.

Première phase

Elle consiste à rassembler et évaluer les sorties de fonds auxquelles aura affaire face l'entreprise dans le futur, et cela quelle que soient les circonstances, en d'autres termes, il s'agit d'identifier au préalable les différents flux de décaissement hors exploitation qui peuvent être soit obligatoires ou bien nécessaires à sa survie et son maintien.

1- les décaissements obligatoires sont essentiellement constitués des charges relatives :

- ✓ aux intérêts des dettes ;
- ✓ aux loyers de crédit-bail ;
- ✓ aux amortissements des dettes ;
- ✓ au paiement des impôts.

2- Les décaissements non obligatoires mais nécessaires au maintien du potentiel de l'entreprise comme cela est le cas des dépenses relatives aux investissements de maintien, aux investissements de productivité qui permettent notamment de réduire les coûts de production qui pourraient être très utiles pour l'entreprise en période de forte concurrence. Il y a également le cas de l'industrie lourde où le manque de flexibilité des investissements ainsi que leur indivisibilité obligeant à poursuivre des dépenses déjà engagées. Pour les entreprises

¹ Comme le confirme Lefebvre. C. qui indique que l'organisme de crédit sollicité fonde encore pour une large partie de sa décision sur l'opportunité de consentir un prêt et sur la capacité d'endettement sur l'analyse de ce type de ratios. Op cit P. 67

cotées en bourse, le souci de maintenir le cours de l'action les oblige nécessairement à distribuer un dividende qui ne doit pas être inférieur à un certain niveau.

Deuxième phase

1- au départ, il importe d'identifier les paramètres essentiels constitutifs des flux de liquidités. Le chiffre d'affaires paraît en ce sens l'élément le plus significatif car la majorité des encaissements et décaissements relatifs à l'exploitation (variables) en dépendent, c'est-à-dire occasionnées suite aux ventes réalisées par l'entreprise.

Il convient également de préciser en ce sens que les achats de matières et fournitures n'ont toutefois pas une relation automatique, c'est le cas où il y a baisse d'activité puisque le volume des achats dépend également du stock de produits finis et du stock des matières premières déjà existant avant la baisse de l'activité qui s'est produite.

De ce fait, il apparaît clairement qu'il faudrait bien analyser les facteurs influençant le chiffre d'affaires puisque celui-ci est lui-même une variable très influente et même dominante sur les flux de liquidités.

2- La deuxième démarche qui succédera à la première est en fait une analyse qui conduira à des interrogations concernant les éventuels événements imprévus pouvant survenir, et ensuite, rassembler parmi eux ceux qui sont susceptibles d'affecter le plus fortement et le plus durablement les principales composantes des flux de liquidités ainsi que leurs conséquences en cas de leur survenance.

Cependant, certains événements défavorables ne sont pas à prendre en considération (comme le précise G. Donaldson, (1976), dans l'analyse telles que les catastrophes naturelles par exemple et qui peuvent même conduire à la disparition totale de l'entreprise et donc dépassent de loin ce cadre d'analyse ; tandis que d'autres événements défavorables font partie intégrante dans la l'entreprise mais leur portée est limitée et donc ne concernent pas cette analyse. Il s'agit des grèves, des pannes qui occasionnent des arrêts limités pour quelques unités de production par exemple.

Il en ressort donc de ce qui précède que seuls les événements imprévus susceptibles de marquer fortement la vie et la structure de l'entreprise sont à prendre en considération tels que:

- ✓ la récession économique générale ou potentielle ;
- ✓ la modification dans les processus de production ;
- ✓ la transformation du comportement du consommateur ;
- ✓ un changement dans la législation concernant l'activité de l'entreprise.

Mais à ce stade avancé de l'analyse, il est nécessaire de compléter l'identification susmentionnée par l'établissement d'un certain nombre d'hypothèses. Le chef d'entreprise doit donc en ce sens, s'appuyer sur l'expérience passée de son entreprise en période difficile (de récession) et celles notamment des autres entreprises du même secteur afin qu'il puisse établir des hypothèses réalistes (et raisonnables) sur les effets d'une éventuelle récession.

Les tableaux suivants vont permettre de rassembler les éléments de cette étape :

Tableau 2. Exemple d'identification des aléas défavorables

Identification des aléas défavorables	Variation des ventes (en pourcentages)
1-libéralisation des importations : - complète (la plus défavorable). - modérée (la moins défavorable). 2- modification des comportements des consommateurs : -la plus forte - la plus modérée.	

Source : nous-mêmes

Le tableau ci-dessus présente les deux limites extrêmes des conséquences d'une récession future (valeur la plus défavorable et valeur la moins défavorable).

Un autre tableau permettra également d'analyser le comportement passé des flux de liquidités pendant une période de récession et d'envisager qu'elles peuvent être les incidences futures sur le volume d'activité de l'entreprise, le prix de ses produits :

Tableau 2. Exemples d'identification des aléas défavorables

Années	Indices
Année précédant la récession	
Année 1	
Année 2	
Année 3	
Année 4	

Source : nous-mêmes

Il convient également de suivre l'évolution de prix en volume par le tableau suivant :

Tableau 3. Exemple de suivi de l'évolution de prix en volume

Années	Indices
Année précédant la récession	
Année 1 (récession)	
Année 2	
Année 3	
Année 4	

Source : nous-mêmes

Les deux tableaux précédents serviront à mettre en relief deux séries de données historiques relatives au comportement des volumes et des prix des produits vendus pendant une période de récession économique, par la suite ils serviront de base à l'établissement des chiffres d'affaires prévisionnels en cas d'une nouvelle récession. Cependant, les données doivent être utilisées avec discernement, car l'entreprise aura à faire face la crise en cas survenance, et la politique d'endettement pourrait être fatale.

Le tableau suivant présentera l'opération de prévision du chiffre d'affaires :

Tableau 4. Exemple de calcul des flux résultant des variations

Vente	Année précédant la récession	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
<ul style="list-style-type: none"> - Indice de volume d'activité. - Chiffre d'affaires au prix de l'année précédant la récession. - Chiffre d'affaires avec une baisse de prix de 5%. - Chiffre d'affaires avec une baisse de prix de 10%. 					

Source : nous-mêmes

Ce tableau fera apparaître, en les isolant, les flux résultant des variations de volume, les flux résultant des variations de prix et les effets totaux de la récession sur le niveau d'activité.

Toutefois, les conséquences des variations du chiffre d'affaires en période de récession doivent également être appréciées sur les autres paramètres constitutifs du flux de liquidités : dépenses de production, frais généraux et besoin en fonds de roulement (besoins engendrés par la couverture des stocks et la politique de crédit à la clientèle diminués des ressources résultant du crédit fournisseur). Et parallèlement, il faudrait apprécier les ressources que pourrait générer la firme sous la pression de la crise : cession d'actifs (engagés dans la production), diminution de l'encaisse...

Troisième phase

Après avoir posé ces hypothèses, l'étape qui suit conduira à leur associer des probabilités mais sans pour autant envisager une recherche de probabilités à associer à toutes les valeurs susceptibles d'être prises par les paramètres des flux de liquidités ce qui d'ailleurs est une tâche impossible à réaliser par les dirigeants de l'entreprise et même elle est une tâche inutile puisqu'ils sont en mesure de connaître précisément les valeurs les plus significatives qu'on a mentionné au départ de l'analyse.

Donc pour répondre à la question du comportement probable des composantes principales des flux de liquidités au cours d'une récession future, les dirigeants de l'entreprise devront tenter de répondre en indiquant dans l'hypothèse d'une libéralisation de certaines importations par exemple quelle probabilité associer :

1- d'une part, aux limites extrêmes de variation des ventes :

(- 30%) = valeur extrême la plus défavorable ;

(- 10%) = valeur extrême la moins défavorable.

2- d'autre part, aux cas les plus probables, par exemple une diminution des ventes comprises entre (-15% et -25%) ; probabilité = 2/3.

4.2. Analyse des effets de l'endettement sur la rentabilité de l'entreprise

Il s'agit ici d'un paramètre fondamental de la gestion financière et concerne particulièrement la question de l'endettement. Cet effet s'intéresse à la relation entre l'endettement de l'entreprise (sa situation financière) et l'investissement. L'endettement, à certaines conditions, peut favoriser l'investissement. En finançant ainsi son investissement,

l'entreprise améliore sa rentabilité financière. Cependant, la relation peut s'inverser et l'endettement peut nuire à l'investissement (effet boomerang).

Si nous désignons par :

b = bénéfice avant impôt et frais financiers ;

i = coût de l'endettement avant impôt ;

E = montant de l'endettement total ;

t = taux d'imposition ;

P = montant des fonds propres ;

A = montant des fonds investis ($A = P+E$),

M = profit net ($M = (b - iE)(1-t)$).

En ce sens, la rentabilité de l'investissement peut s'écrire sous la forme suivante : $RI = b/A$.

La rentabilité des fonds propres serait : $RCP = (b - iE)(1-t)/P$.

Tableau 5. Exemple de calcul de la relation endettement et rentabilité

Rubriques	Données relatives à l'exercice
Capitaux propres	
Dettes	
Capitaux permanents	
Bénéfice avant impôt	
Frais financiers	
Bénéfices avant impôt et après frais financiers	
Rentabilité des investissements	%
Coût de l'endettement	<8,5%
Observations	$RI < \text{coût de l'endettement}$

Source : nous-mêmes

Pour illustrer, nous pouvons calculer le coût de la dette : $K_i = K(1-t)$. K_i étant le coût de la dette.

K étant le taux de rentabilité interne de l'opération à financer (le taux d'actualisation particulier qui permet d'avoir les recettes actualisées égales aux dépenses actualisées).

Si par exemple, $K = 6\%$, $t = 60\%$, nous aurons alors $K_i = 6\%(1-60\%) = 2,4\%$. Etant donné que les intérêts payés sont déductibles de l'impôt, le coût de la dette après impôt est supérieur au coût avant impôt. Le coût explicite des dettes est bien moins élevé que le coût d'une autre source de financement ayant la même valeur K (même taux de rentabilité interne) mais pour laquelle les frais financiers ne sont pas déductibles pour des raisons fiscales.

Conclusion :

Une bonne analyse de la capacité d'endettement est cruciale pour la pérennité et le développement d'une Start up. En effet, les diverses analyses externes partent d'une logique liquidatives très inadaptées à cette catégorie d'entreprise. De plus, elles se basent sur des données externes trop globales et peu précises, ce qui ne convient pas aux Start up très diverses et ayant des spécificités. En effet, les modèles d'analyse ambiants répondent aux contraintes de temps des analystes qui doivent traiter de plus en plus rapidement les dossiers de demandes de crédit. Ainsi, ils ont recours à la standardisation des traitements des dossiers par des modèles d'analyse conçus à cet effet. Or, la détermination d'un seuil d'endettement peut ignorer les réelles potentialités de développement de la Start up.

En ce sens, le modèle d'analyse des flux de trésorerie, constitue un complément nécessaire pour donner aux créanciers une vue plus précise sur la situation réelle de la Start up. Les données internes détenues par l'équipe dirigeante permettront donc de compléter les informations externes utilisées par les créanciers. Cela peut aboutir à l'instauration d'une meilleure confiance entre les parties prenantes, et doter la Start up de montants correspondant à sa réelle capacité d'endettement.

Bibliographie :

- ✓ Bencheriet, Z ; Bensahla Tani, T. (2022). La gestion de risque du crédit bancaire : Cas d'une banque publique Algérienne. Volume VIII, n°03.
- ✓ Colot O ; Croquet M., Les déterminants de la structure financière des entreprises Belges. Étude exploratoire basée sur la confrontation entre la théorie de préférences de financement hiérarchisées et la détermination d'un ratio optimal d'endettement, Reflets et perspectives de la vie économique 2007 / 2-3, Tome XLVI, p 177-198.
- ✓ DONALDSON. G. (1976). Nouveau cadre d'analyse de la politique d'endettement. In Finance moderne. ZISWILLER. F. DUNOD. PP 127-258.
- ✓ Feldman R. (1997). Small business loans, small banks and big change in technology called credit scoring, The Region, September.
- ✓ Mester L. J. (1997). What's the Point of Credit Scoring? Federal Reserve Bank of Philadelphia's Business Review, September/October.
- ✓ Baha, R ; Soukeur ,F- Z. (2019). Modélisation du risque de solvabilité des PME : une application de la méthode du crédit scoring. Journal Of North African Economies. Volume: 15 N°:20; pp59-72.

Communication n° 39 :

Nom et Prénom : CHAIB Yamina شايب يمينة

Téléphone : 0668782542

Adresse mail : yaminachaib123@yahoo.com

Institution de rattachement : Université Alger3 _____ جامعة الجزائر3

Adresse professionnelle : Faculté des Sciences économiques et Sciences commerciales et Sciences de Gestion _____

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

Grade : Maitre de conférence A . ____ أستاذة محاضرة

Axe de recherche : l'économie algérienne, le developpement durable, diversification économique

الاقتصاد الجزائري، الاستثمار في رأس المال البشري، التنمية المستدامة، التنوع الاقتصادي

Axe n : les politiques publiques en faveur des start-up du numérique

عنوان المداخلة: شروط رفع نسب النجاح للمؤسسات الناشئة في الجزائر

مقدمة

في ظل ما تشهده الساحة الاقتصادية الجزائرية من نشاط وحركية بفعل المستجدات والمتغيرات التي تفرضها الثورة التكنولوجية والرقمية وكذلك متطلبات تحقيق التنوع الاقتصادي أصبحت المؤسسات الناشئة ومشاريع الأعمال الريادية في صلب اهتمامات السياسات الحكومية من أجل إحلال الواردات وتأثيرها الإيجابي في تحفيز الابتكار المحلي الذي يساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وتوفير مناصب شغل جديدة خاصة في مجال الخدمات، الحرف، البناء والصناعة وهي بذلك أصبحت تشكل قوة اقتصادية لها من الإمكانيات ما يجعلها قادرة على المساهمة في تحقيق التنمية بأبعادها المنشودة.

لقد بدأ تنامي موضوع المؤسسات الناشئة في الجزائر منذ عام 2001 حين تم اعتبارها من أفضل وسائل الإنعاش الاقتصادي نظرا لسهولة إنشائها ومرورتها التي تجعلها قادرة على الجمع بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وبالرغم من التأطير القانوني والمؤسسي لها إلا أنها تسجل نسب فشل مرتفعة لأسباب مختلفة منها غياب حاضنات ومسرعات الأعمال عن دورها في دعم هذا النوع من المؤسسات بالمرافقة والخبرة بالإضافة إلى غياب ثقافة المقاولاتية وعدم ملائمة نظم التعليم والتكوين المهني لمتطلبات التنمية كما تعتبر الحاجة إلى التمويل أحد أهم اشغالات المؤسسات الناشئة وعادة ما تتجاوز احتياجاتها حجم الأموال الشخصية وبالتالي فهي تلجأ إلى مصادر أخرى لاستكمالها كالقروض البنكية أو الاستعانة

بأصحاب رؤوس الأموال كالشركات المختصة بالإضافة إلى الاستفادة من المساعدات التي تقدمها الحكومة والتي غالبا ما تكون على شكل إعفاءات ضريبية وجمركية.

طرح الإشكالية:

بناء على المعطيات السابقة وغيرها تبلورت لدينا إشكالية هذه الدراسة التي نطرحها على النحو التالي؟
"ماهي شروط رفع نسب النجاح للمؤسسات الناشئة في الجزائر؟"

الكلمات المفتاحية: نمو وربحية، تأطير وتأهيل، حاضنات ومسّعات، مصادر التمويل.

المنهج المتبع:

للإجابة على الإشكالية المطروحة وغيرها من التساؤلات نتبع المنهج الوصفي التحليلي الذي نعتقد أنه يتلاءم مع طبيعة الدراسة.

الهدف من الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على تطور ظروف إنشاء مؤسسات start_up في الجزائر
- تحديد أهم مداخل تحسين شروط النجاح والنمو للمؤسسات الناشئة في الجزائر
-

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية رفع نسب نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر بالنظر إلى دورها الاقتصادي والاجتماعي الذي أثبتته في العديد من الاقتصاديات.

نتائج الدراسة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أنّ:

- ما يميز المؤسسات الناشئة هو الابتكار والسعي نحو النمو
- من أهم التخوفات لدى المبتكر هي سرقة فكرته الإبداعية ومصادر التمويل
- من أهم أسباب فشل المؤسسات الناشئة هي عدم التأكد من وجود السوق و/أو عدم التمكن من خلق سوق

جديدة

التوصيات:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى صياغة جملة من التوصيات نصوغها على النحو التالي:

- تطوير حاضنات الأعمال وإنشاء وتعزيز مسرّعات الأعمال لضمان استمرارية هذه المؤسسات في ظل التحديات التي تفرضها بيئة الأعمال في الجزائر
- ترقية الشراكة بحيث تتضمن المرافقة وتحويل الخبرة.
- وضع استراتيجية لتكوين مستثمر لديه وعي مالي.
- الانفتاح والاستفادة من التجارب والخبرات العربية والأجنبية في مجال رفع معدلات النجاح.

Communication n° 40 :

Titre de la communication :

« Les start-up numériques, un moyen de rétention des talents »

Par: LAMROUS - BENNOUR Kathia (MCB, UMMTO) &

OUCHALAL - OULD MOUSSA Houria (MCA, UMMTO)

Résumé :

Dans un environnement où la concurrence fait rage, la course à la technologie devient un cheval de bataille pour les entreprises qui souhaitent se développer notamment à l'échelle internationale. C'est ainsi que les start-ups numériques apparaissent comme des leviers de création de facteurs clés de succès capables d'apporter des avantages concurrentiels avérés pour ces entreprises.

En sus, avec la crise qu'à imposé au monde la Covid-19, les entreprises ont dû se séparer d'une grande partie de leur personnel afin de ne pas déposer la clé sous la porte. C'est ainsi qu'elles se sont rendu compte de la place capitale qu'occupent les compétences et les talents dans leur pérennité mais aussi dans l'atteinte de leurs objectifs stratégiques, d'où une prise de conscience de plus en plus flagrante de la nécessité de motiver et de retenir ces catégories des employés.

Selon Dejoux (2020) le talent est à la croisée de trois champs ; le talent c'est un ensemble de compétences qui permet d'arriver à une performance exceptionnelle et qui intègre des valeurs de leadership. Donc, la gestion des talents met en jeu des domaines complémentaires qui sont la gestion des compétences, la performance et le management du leadership. En ce sens, l'apparition du management des talents, d'après Janad (2015), dénote un mouvement d'individualisation de la GRH, qui, en imitant le marketing, pousse toujours plus loin la segmentation de la population des salariés. C'est dans cet esprit que s'inscrit une gestion des carrières plus moderne qui doit être capable de prendre en considération les

aspirations professionnelles individuelles et en particulier celles des talents afin de réussir à les retenir et empêcher leur absorption par la concurrence.

A cette problématique croissante, de plus en plus de start-up numériques essayent de répondre sous différents angles, notamment avec des algorithmes aptes à analyser de grands volumes de données en ce qui concerne le développement ou la gestion de carrière, mesure de la qualité de vie au travail ou même la cartographie des compétences. Plusieurs start-up du management des talents ont fait leur preuve dans le domaine à l'exemple de Neobrain ou de 365Talents qui, grâce à l'Intelligence Artificielle, analysent les compétences de salariés et facilite leur mobilité interne. Nous pouvons aussi citer la start-up numérique Matuidi qui permet aux employés de suivre des séances avec des praticiens et aide les entreprises à mettre en place des plans d'action pour favoriser le bien-être au travail.

Finalement, à travers cette contribution nous souhaitons mettre en relief l'importance et le rôle que peut jouer les start-up numériques dans la rétention des talents notamment à travers l'utilisation de logiciels performants en matière de management de la ressource humaine. Pour cela, nous optons pour une démarche qualitative qui consiste à collecter et à analyser des données de littérature afin d'arriver à poser les jalons d'un lien constructif entre les différentes notions de notre thématique.

Mots clés : Start-up Numérique, Entreprise, Logiciels Performants, Management de la RH, Rétention des Talents.

Références bibliographiques

- Baudoin.E &al, (2019).« Transformation digitale de la fonction RH ». Dunod, Paris.
- Brosia.S. Management stratégique de Start up innovantes et création de valeurs. Gestion et management. Université de Toulon, 2016. Français. ffNNT : 2016TOUL2003ff. fftel-01523731f s. <https://theses.hal.science/tel-01523731>
- Dejoux.C, (2020). Webinaire : « Développer les Talents : Qu'est-ce qu'un talent ? » <https://www.youtube.com/watch?v=d8tCRMne6Cg>
- Dejoux.C et Chevalier.F, (2021). « Intelligence artificielle et Management des ressources humaines : pratiques d'entreprises ». Enjeux numériques – N°15 – septembre 2021 – © Annales des Mines. pp 94-105

- Janand. A, (2015). « Développer les talents par la mobilité interne dans les grandes entreprises françaises : cheminement d'une recherche doctorale ». VSE : Vie & Sciences de l'Entreprise , p16.

- Le Book Focus RH 31^e édition Livre blanc : « Solution RH et Digitalisation ». Salon –Conférence. Paris Expo 19-20-21 mars 2019.
https://www.studyrama.com/IMG/pdf/LIVRE_BLANC_Solution_RH_et_Digitalisation.pdf

Communication n° 41 :

Titre de la communication : Les défis du financement des startups du numérique en Algérie : obstacles et opportunités

Nom et Prénom : ZERKHEFAOUI Lyas

Téléphone : 0559 31 28 54

Institution de rattachement : UMMTO/FSECSG

Grade : MCA

Nom et Prénom : HAMDAD Anis

Téléphone : 06 75 25 44 11

Institution de rattachement : UMMTO/FSECSG

Docteur en Sciences Commerciales

Axe de recherche : Le financement des start-up du numérique

Résumé :

Par certains accents, le discours médiatique actuel qui accompagne le développement des startups en Algérie, rappelle celui qui accompagné les petites et moyennes entreprises (PME) au début des années 2000.

Cependant une différence de taille est à déceler à travers la forte implication des pouvoirs publics dans cette révolution numérique qui implique une rupture avec les anciens modes de financement et des rapports de propriété qui régissent les modes de gouvernance.

Ce discours, suscite un certain nombre de questionnements légitimes sur l'existence d'une démarche cohérente de financement et d'intégration des startups dans les différents secteurs de l'économie.

Le financement et l'intégration de ce type d'entreprises devrait se faire essentiellement sous l'impulsion d'acteurs privés, mais avec une forte implication d'un 'Etat stratège qui doit accompagner cette dynamique sociale, en mettant en place des dispositifs d'accompagnement, de régulation et surtout de projection

Cette communication aborde **les difficultés rencontrées par les startups pour obtenir un financement nécessaire et au même temps jugé risqué et complexe, les solutions proposées par les pouvoirs publics ou les investisseurs privés, ainsi que des exemples de startups (Yassir...) ayant réussi à surmonter ces obstacles.**

Ce travail structuré autour d'une analyse documentaire met également en lumière les opportunités de croissance pour les startups du numérique en Algérie et le poids économique que celles-ci peuvent occuper en dépit de ces contraintes.

Références Bibliographiques

- 1- Bavière C., Grossmann B., Tribulations financières au pays des entrepreneurs, Paris, Cherche Midi, 2015.
- 2- Ezratty O., Guide des startups, Paris, blog personnel, 2019.
- 3- Hafied F., Capital-risque et financement de l'innovation, Paris, De Boeck Supérieur, « Business School », 2019.
- 4- Kramarz F., Tibi P., Plus de marché pour plus d'État !, Paris, Revue Banque, « Les essentiels de la banque et de la finance », 2016.
- 5- Lacorne D., Tous milliardaires ! Le rêve français de la Silicon Valley, Paris, Fayard, 2019.

Communication n° 42 :

Auteur 1:

Nom et Prénom : HADJEM Madjid

Téléphone: 0791.31.99.26

Adresse mail : madjid.hadjem@yahoo.fr

Institution de rattachement : université

Adresse professionnelle : université de Tizi-Ouzou. Facultés des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Grade : Maître de conférences B

Auteur 2:

Nom et Prénom : BELBACHIR Gouraya

Téléphone: 0665.29.19.93

Adresse mail : gourayabelbachir@yahoo.fr

Institution de rattachement : université

Adresse professionnelle : université de Tizi-Ouzou. Facultés des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Grade : Maître de conférences B

Axe de recherche : n° 07 : Les politiques publiques en faveur des start-up du numérique

Titre de la communication :

La transformation numérique en Algérie, la difficile construction d'un écosystème favorable aux startups : l'exemple du programme "e-Algérie 2013"

Résumé :

Aujourd'hui, la transformation numérique, à l'image de la révolution industrielle du XIXe siècle, bouleverse radicalement les sociétés et devient une source de croissance. Elle fait désormais partie intégrante de notre quotidien et est appelée à se développer et à s'intensifier à l'avenir.

Quand on parle de transformation numérique, on comprend qu'il s'agit de changements fondamentaux dans le comportement d'un citoyen, d'une organisation et d'un gouvernement sous l'influence des technologies numériques. Il s'agit d'un changement de paradigme. C'est une réorganisation profonde des processus métiers avec la généralisation de l'utilisation des outils numériques pour leur exécution, ce qui conduit à une amélioration significative de leurs caractéristiques et/ou l'émergence de qualités et de propriétés fondamentalement nouvelles. Au demeurant, la transformation numérique sert de base pour la transition vers l'économie numérique et la formation de la société de l'information.

Par conséquent, il n'est pas étonnant que les pays s'attellent à élaborer des stratégies de transition numérique favorisant la création d'entreprises à fort potentiel technologique dont les start-up en constituent le fer de lance.

L'Algérie n'est pas en reste dans ce mouvement planétaire. D'aucun aurait remarqué, particulièrement ces dernières années, la multiplication du discours sur la transformation numérique, les politiques en faveur des start-up, l'implication des universités, les textes de lois en faveurs, etc. Cependant, force est de souligner que cela n'est pas l'effet d'une décision immédiate mais le fruit d'une politique de l'Etat qui remonte à bien longtemps déjà.

Au regard de l'histoire de l'Algérie indépendante, plusieurs programmes de développement technologique et informatique ont été lancés dont le plus ambitieux est le dernier en date, à savoir ; le programme " E-Algérie 2013", lancé en 2008 (en attendant le nouveau programme qui sera lancé incessamment pour la période 2024-2029). Celui-ci

constitue jusqu'à présent, toute proportion gardée quant à ses résultats, une véritable révolution dans la transformation numérique de l'Algérie.

Pourtant, comparée aux tendances mondiales de la transformation numérique, un constat d'un travail incomplet, voire inaccompli, s'en dégage quant aux résultats de ce programme (celui-ci n'a atteint que 38% de ses objectifs). Il traduit l'absence d'une stratégie numérique nationale cohérente et bien implémentée en Algérie.

A la lumière de ces réalités, l'objectif de cette étude est de faire un retour sur ce programme afin de comprendre les raisons de son échec relatif et d'en trier les leçons pour une stratégie numérique future plus solide et plus inclusive, adaptée aux nouvelles spécificités algériennes en mettant particulièrement l'accent sur la place des start-up.

Aussi, à travers cette contribution nous tenterons de répondre à la problématique suivante :

" Quelle lecture faire du programme "E-Algérie 2013" et quelles leçons en tirer pour l'avenir ? "

Nous proposons donc une analyse pratique à travers une lecture critique du programme "E-Algérie 2013", en essayant d'en déterminer les forces et les faiblesses au regard, à la fois des connaissances théoriques, des résultats obtenus et des réalités algérienne et mondiale.

Notre démarche se décline en quatre temps successifs. En premier lieu, un rappel théorique nous permettra de situer la définition et les contours de la transformation numérique et son rôle dans le développement des start-up. En second lieu, nous consacrons une analyse descriptive du programme "E-Algérie 2013". En troisième lieu, nous proposons une lecture critique du programme, à travers notamment les évaluations qui en ont été faites par les différents partenaires socioéconomiques (CNES, cours des comptes, indépendants), ainsi que les évaluations récentes plus réalistes et plus efficaces faisant appel à l'intelligence artificielle (IA) et au Business Intelligence (BI), en mettant en exergue les effets, directs et indirects, sur le développement des start-up et leur écosystème. En quatrième et dernier lieu, nous tenterons de dégager quelques leçons, en guise de perspectives, pour les stratégies à venir, notamment celles en faveur des start-up.

Les premiers résultats de notre travail suggèrent un certain nombre d'obstacles propres au contexte algérien entravant la mise en œuvre efficace d'une stratégie numérique nationale cohérente et bien implémentée en Algérie, à savoir ; le manque de personnel compétent et l'insuffisance de la formation, des infrastructures télécoms limitées et faibles investissements, barrières culturelles et socio-économiques la formation du personnel. Le deuxième problème

concerne les plates-formes numériques, la sécurité des informations, l'environnement peu propice aux affaires, le transfert des innovations vers la production, le cadre réglementaire inadapté et le faible niveau d'utilisation des technologies numériques en entreprise, l'insuffisantes interactions universités-entreprises et incomplétude des écosystèmes des start-up, etc. Il en résulte, en tout logique, une contribution de moins de 4% de l'économie numérique algérienne au PIB, soit moins de trois fois la moyenne mondiale et cinq fois inférieure à celle du Royaume-Uni et de la Chine.

Mots clés : Transformation numérique - Start-up - Programme "E-Algérie 2013" - Economie algérienne.

Références bibliographiques

Baddari, K. (2021). La transformation numérique : la pierre angulaire d'une économie résiliente. In <https://www.lesoirdalgerie.com/contribution/la-transformation-numerique-la-pierre-angulaire-dune-economie-resiliente-66973>. Publié 05-09-2021, consulté le 15/01/2024.

Kahlane, A. (2024). Construire la nouvelle stratégie de transformation numérique de l'Algérie, sur quelle base ?

<https://elwatan-dz.com/construire-la-nouvelle-strategie-de-transformation-numerique-de-lalgerie-sur-quelle-base-> consulté le 28/01/2024.

Kahlane, A. « Observatoire du programme e-Algérie 2013 ». Suivi de l'application du programme à partir de 2013. Plateforme : Analyse en temps réel utilisant l'IA et l'IE.

Kahlane, A. « Observatoire des actions de numérisation en Algérie. 2021. Plateforme : Analyse en temps réel utilisant l'IA et l'IE.

Khelfane, K. (2022). La souveraineté numérique: Concept, enjeux et défis. Revue STRATEGIA. N° 17 premier semestre.

file:///I:/Downloads/la-souverainet%C3%A9-num%C3%A9rique_-concept%20-enjeux-et-d%C3%A9fis.pdf

MPTIC. «e-algérie 2013 (version 2009)». Document. 490 p.

MPTIC. «Synthèse du programme e-Algérie 2013» 2008. Document. 40 p.

Rapport Préliminaire - Version Finale - 2017.03.24». Document.

Communication n° 43 :

Auteur :

Nom et Prénom : HADJEM Madjid

Téléphone: 0791.31.99.26

Adresse mail : madjid.hadjem@yahoo.fr

Institution de rattachement : université

Adresse professionnelle : université de Tizi-Ouzou. Facultés des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Grade : Maître de conférences B

Axe de recherche : n° 07 : Les politiques publiques en faveur des start-up du numérique

Titre de la communication :

La contribution des startups à la souveraineté numérique de l'Algérie : éléments de réflexion à travers le cas des réseaux sociaux

Résumé :

Depuis l'avènement de l'économie numérique et les stratégies de transformations numériques des économies nationales, la question de la souveraineté numérique des Etats est venue en corollaire et devient un des enjeux de ces stratégies.

Au regard de la littérature disponible et des débats soulevés, nous pouvons avancer que la souveraineté numérique de l'Algérie, d'une part, et la base sur laquelle le pays construit et maintient son autonomie dans le cyberspace, d'autre part, s'appuient sur sept piliers fondamentaux : les infrastructures, la gestion des données, l'industrie numérique, la cyber-sécurité, la réglementation, les ressources humaines et compétences numériques, ainsi que la coopération internationale. Dans cette perspective, les réseaux sociaux se trouvent en première ligne dans cette stratégie et ont le plus grand rôle à jouer.

En effet, avec près de 60% de la population connectée, majoritairement jeune, l'Algérie reconnaît l'importance vitale des réseaux sociaux pour informer et influencer positivement l'opinion publique et ainsi contrecarrer les conflits idéologiques et les influences perverses étrangères. Cela met en évidence les défis de la désinformation et la nécessité d'une approche équilibrée et représentative dans les réseaux sociaux qui sont les canaux privilégiés des Algériens actuellement. En effet, une étude récente de l'Algeria Digital Trend (2022) montre que les algériens s'informent, pour près de 70%, sur le fil d'actualités de Facebook, pour 40% via les vidéos Youtube, 28% par le réseau d'actualités d'Instagram, etc.

Aussi, la présente communication a pour but d'examiner la question de la souveraineté numérique à travers l'initiative récente de l'Algérie d'encourager le développement de réseaux sociaux dans le pays. A un moment où les réseaux sociaux internationaux dominent largement, cette initiative algérienne vise à offrir une alternative qui respecte les valeurs culturelles et sociales algériennes, tout en étant consciente des risques de censure et de restriction des libertés individuelles. Ces réseaux ne seraient ainsi pas simplement des plateformes de communication, mais pourraient être une vitrine de nos cultures, un pilier de notre économie numérique et un outil de consolidation de son indépendance dans l'arène numérique internationale.

Dans cette politique, l'Algérie devrait compter beaucoup sur les start-up du numérique. Il semble toutefois qu'elle en a conscience dans la mesure où elle s'attelle, particulièrement ces dernières années, à la création d'un écosystème favorable au développement de ces dernières.

Nous citerons, à titre d'exemple, le réseau social algérien "Punchword", en 2022, développé par une startup, actuellement en phase bêta², et qui a déjà attiré plus de 200,000 téléchargements sur les plateformes Android et iOS.

A la lumière de ces réalités, notre objectif, à travers la présente étude est de proposer une réflexion sur le rôle des start-up et la contribution qu'elles pourrait apporter dans cette nouvelle initiative de l'Etat algérien, particulièrement dans le domaine des réseaux sociaux. Notre réflexion est guidée par l'interrogation suivante ;

" Dans quelle mesure les start-up algériennes peuvent-elles contribuer à la construction de la souveraineté numérique du pays à travers le développement de réseaux sociaux nationaux ? ".

Pour répondre à cette interrogation, nous suivons une démarche méthodologique, à la fois théorique et empirique, qui s'articule autour de plusieurs points. D'abord, un cadrage théorique permettra de définir les notions de souveraineté numérique, réseaux sociaux, start-up et leur déclinaison dans l'économie algérienne. Ensuite, nous dressons un aperçu de la transformation numérique en cours en Algérie et le développement des start-up. Puis, nous examinons, en comparaisons à d'autres réalités internationales, les défis, les opportunités et l'impact socioéconomique de l'initiative algérienne de développement de réseaux sociaux

² La phase bêta commence généralement lorsque le logiciel est assez complet, mais susceptible de contenir un certain nombre de bugs. Les bugs des logiciels en phase bêta impactent souvent la vitesse ou la performance du logiciel, et peuvent provoquer des plantages ou des pertes de données.

nationaux. Enfin, en dernier lieu, nous discutons risques et limites d'une telle initiative et de ses perspectives.

Les premiers résultats nous amènent à penser que l'exercice s'avère très délicat, au regard de la concurrence et de l'influence mondiale. Sa réussite dépendra de la capacité de l'Algérie à naviguer dans les complexités qui se dressent devant elle, en promouvant l'innovation tout en préservant les valeurs fondamentales de la démocratie et de l'ouverture. L'avenir des réseaux sociaux algériens ne serait pas seulement une question de technologie, mais aussi de vision sociale et culturelle, où les choix faits aujourd'hui façonneront le paysage numérique de demain.

Mots clés : Economie numérique - Start-up - Réseaux sociaux - Souveraineté numérique - Economie algérienne.

Références bibliographiques :

- Amokrane, M.C. (2016). La souveraineté numérique, un enjeu majeur pour l'Algérie. <https://cherif-amokrane.com/la-souverainete-numerique-un-enjeu-majeur-pour-lalgerie/>
- Bayou, D. (2015). Les médias traditionnels à l'ère du numérique : enjeux et défis. *Revue de la Communication et du Journalisme*. Vol. 2, n° 2, pp. 109-130. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/13651>
- Challal, Y. (2021). La souveraineté numérique: enjeux et défis. *Revue STRATEGIA*. Vol. 8, n° 02, pp. 6-25. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/214679>
- Chergui, F. (2021). E-Algérie un processus dans un environnement mal adapté. *Revue de qualité du service public pour les études sociologiques et le développement administratif*. Vol. 4, n° 2, pp. 98-120. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/182787>.
- Kahlane, A. (2024). L'Algérie devrait exhorter des startups à développer et lancer des réseaux sociaux. <https://elwatan-dz.com/lalgerie-devrait-exhorter-des-startups-a-developper-et-lancer-des-reseaux-sociaux#:~:text=L'initiative%20alg%C3%A9rienne%20pour%20d%C3%A9velopper,en%20stimulant%20l%C3%A9conomie%20locale.>
- Kahlane, A. (2023). Vers une Autonomie Numérique : L'Algérie et l'Émergence de Réseaux Sociaux. <https://elwatan-dz.com/lalgerie-devrait-exhorter-des-startups-a-developper-et-lancer-des-reseaux-sociaux>

-Khelfane, K. (2022). La souveraineté numérique: Concept, enjeux et défis. Revue STRATEGIA. N° 17 premier semestre.

-file:///I:/Downloads/la-souverainet%C3%A9-num%C3%A9rique_-concept%20-enjeux-et-d%C3%A9fis.pdf

Communication n° 44 :

Auteur(s) : ء وفا باهي / المالك عبد باهي / سميحة جديدي

Téléphone :0555617952/ 0555616509 / 0555617946

Adresse mail: djedidi-samiha@univ-eloued.dz

bahi-abdelmalek@univ-eloued.dz

bahi-ouafa@univ-eloued.dz

Institution de rattachement : الوادي- لخضر حمة الشهيد جامعة

Adresse professionnell : EL-OUED, ALGERIE.

Grade / ب مساعد أستاذ / ب مساعد أستاذ : ب محاضر أستاذ

Axe de recherche: Axe n° 04 : Le Management des start-up numériques.

Titre de la communication:

SWOT مصفوفة باستخدام الرقمية الناشئة للمؤسسات الأعمال بيئة تحليل

نموذج باستخدام الرقمية الناشئة للمؤسسات الأعمال بيئة تحليل البحثية الورقة خلال من نحاول
وطبيعة التهديدات نوعية رك ا واد المؤسسات لهذه والضعف القوة نقاط تحديد خلال من SWOT
المؤسسات لهذه خاصة رتيجية ا است وتصميم اعداد بهدف وذلك لها المتاحة الفرص

Communication n° 45 :

Auteur 1

Nom et Prénom: DORBANE-NASRI Nadia

Téléphone: 0670280759

Adresse mail: nadia.dorbane@ummtto.dz

Institution de rattachement: Université Mouloud MAMMERI, Tizi-Ouzou

Adresse professionnell: UMMTO

Grade: Maitre de conférences, classe B

Auteur 2

Nom et Prénom: HACHEMI Naima

Téléphone: 0561624711

Adresse mail: naima_hachemi@yahoo.fr

Institution de rattachement: Université Mouloud MAMMARI, Tizi-Ouzou

Adresse professionnel: UMMTO

Grade: Maitre de conférences, classe B

Auteur 3

Nom et Prénom: OUAMAR Sabrya

Téléphone: 0555389182

Adresse mail: ouamar_sabrya@yahoo.fr

Institution de rattachement: Université Mouloud MAMMARI, Tizi-Ouzou

Adresse professionnel: UMMTO

Grade: Maitre de conférences, classe B

Les startups au service du nouveau paradigme de la gestion des déchets. Quelles possibilités d'application en Algérie ?

Résumé :

Cette communication s'attèle à présenter le rôle des start-up dans la promotion du nouveau paradigme de la gestion des déchets. Depuis la prise de conscience environnementale critique des années 1970, la gestion des déchets a évolué d'une logique linéaire vers une logique circulaire. Dans cette optique, le statut du déchet a muter d'un déchet/rebut vers un déchet/ressource. Désormais, la gestion des déchets repose sur des innovations technologiques, sociales, organisationnelles, et bien d'autres pouvant être développées par des startups. Ainsi, la gestion des déchets offre de nombreuses opportunités d'intervention aux startups. A cet effet, les pouvoirs publics algériens ont investie, depuis, depuis 2020, dans la création et l'accompagnement des startups. Dans cette optique nous nous sommes interrogé sur le rôle des startups pour faire évoluer la gestion linéaire actuelle des déchets vers la gestion circulaire toute en faisons de ce produit une ressource à exploiter et une opportunité à saisir.

Mots clés : Startups, la gestion durable des déchets, innovations, Algérie, déchet/ressource.

Quelques références bibliographiques:

- Agence Nationale des Déchets, Rapport sur l'état de la gestion des déchets en Algérie, exercice 2020, Alger.
- BERGERAULT F. et BERGERAULT N., "De l'idée à la création d'entreprise", 3^{ème} édition Collection : Entrepreneurs Dunod, Paris, 2019.
- BERTOLINI G. et BRAKEZ M., « Gestion des déchets, innovations et territoires. Retours d'expériences et recherche contextuelle », Revue Marché et organisations, 2008/2 (N° 7), P.P. 92-113. DOI : 10.3917/maorg.007.0092. URL, disponible sur: <http://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2008-2-page-92.html>., P.P. 92-113., consulté le 12/12/2018.
- BROURI K., "Start-up-génération-algérienne-une grande –histoire-de-définition",. Brenco-algérie.com. 02/O6/2020.
- DORBANE N. & HACHEMI N., " L'économie circulaire, une nouvelle approche de gestion des déchets. Quelles possibilités d'application en Algérie?", Revue TADAMSAD-UNEGMU, Vol 3/N°1, Université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou, 2023, P.P. 20-35.
- DURAND M. et al., "Détourner les déchets, innovations socio-techniques dans les villes du Sud", Technical reports AFD, N°54, 2019, disponible sur : <https://amorce.asso.fr> › documents › download/Plaqueette 1%25 Déchets.pdf, consulté le 22/11/21.
- FRIER S., "Les secrets de la start-up qui a révolutionné nos modes de vie, édition Dunod, Paris, 2020.
- RIES E., "Lean start-up. Adopter l'innovation continue", édition Pearson, Paris, 2012.

Rapport final de synthèse des travaux

L'objet du séminaire national consistait à analyser les conditions d'émergence, de création et de développement des start-up numériques dans le monde et en Algérie, à travers une approche à la fois théorique et empirique.

Le séminaire s'est déroulé globalement dans de très bonnes conditions. Il a été ouvert par le vice-recteur chargé de la post-graduation de l'université Mouloud MAMMERRI lundi 04 mars 2024 à 9h30.

Organisé en deux séances plénières d'ouverture et de clôture et de six ateliers thématiques se rapportant à six axes prédéfinis :

Axe n° 01 : **Les Start-up numériques : émergence et fondements théoriques**

Axe n° 02 : **Le processus de création et de croissance des start-up du numérique**

Axe n° 03 : **Le financement des start-up numériques**

Axe n° 04 : **Le Management des start-up numériques**

Axe n° 05 : **L'écosystème des start-up du numérique : incubateurs, milieu et territoire**

Axe n° 06 : **Les Start-up, universités et recherche scientifique**

Axe n° 07 : **Les politiques publiques en faveur des start-up du numérique**

Il a vu la participation de 57 communicants, dont 17 nous sont venus des autres universités nationales.

Les recommandations du séminaire :

Il serait plus judicieux de revenir dans cette synthèse sur les questions phares qui ont occupé la plus grande partie des travaux de ce séminaire.

Nous en avons retenu les suivantes :

- Les fondements théoriques des startups : innovation, management, et évolution.
- L'écosystème des startups numériques.
- Résultats de l'expérience algérienne en matière de création et de développement des startups.
- La problématique du financement des startups en Algérie.
- Les recommandations du séminaire.

1. Les fondements théoriques des startups : innovation, management, et évolution

Les communicants se sont entendus sur la complexité des notions et concepts d'innovation, de startups et de la révolution numériques, ce qui suggère une approche contextualisée et non une vision simpliste.

2. L'écosystème des startups en Algérie

L'écosystème mis en place en Algérie en faveur de la création et du développement des startups reflète la volonté des pouvoirs publics dans ce domaine afin de stimuler la croissance économique, d'avancer dans la numérisation et la digitalisation de l'économie nationale, sa modernisation l'exige.

Le signal est d'abord donné par la création d'un ministère dédié à l'économie de la connaissance et des start-ups.

Par la suite, il a été mis en place une réglementation appropriée pour encadrer le secteur des technologies de l'information et de la communication et accompagner la création des startups. C'est ainsi qu'un comité national de labellisation des start-up, des projets innovants et les incubateurs, fut créé par le décret exécutif n° 20-254 du 15 septembre 2020 portant sa création et son fonctionnement.

Le lancement du premier fonds public destiné aux start-up « ALGERIAN STARTUP FUND » (ASF) et l'encadrement légal des opérations de Crowdfunding par la commission de surveillance des opérations de bourse (COSOB) sont censés apporter une réponse aux besoins de financement propres à ce type d'entreprise à haut risque, faut-il le rappeler.

Par ailleurs, la mise en place d'infrastructures dédiées au numérique tels que des technopoles ou le cyber parc de Sidi Abdellah est censé également renforcer l'écosystème des startups en Algérie.

Les pouvoirs publics ont certainement compris que l'innovation, concept qui distingue les startups des entreprises dites classiques peut trouver son environnement « naturel » en l'université, tenue de valoriser les résultats de la recherche scientifique en les transformant en idées innovantes commercialisables. Il a été alors mis en place une stratégie pour le secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique dans ce sens.

Pour l'écosystème universitaire des startups ,la stratégie du secteur de l'enseignement supérieur est basée sur l'arrêté interministériel n° 1275 du 20 septembre 2022 relatif au diplôme startup et diplôme projets innovants. Ce dernier permet aux étudiants porteurs d'idées innovantes de préparer un « diplôme startup » ou « diplôme projet innovant », afin de bénéficier d'une labellisation et d'accéder aux des avantages rattachés à ces labels.

Afin d'accompagner cette approche enclenchée par l'arrêté n°1275, il a été mis en place un certain nombre d'interfaces sein de tous les établissements de l'enseignement supérieur : incubateurs, centre d'appui à la technologie et à l'innovation (CATI), bureau de liaison entreprises-université BLEU, centre de développement de l'entrepreneuriat universitaire (CDE), des maison d'intelligence artificielle, etc.

Les incubateurs sont censé accompagner les étudiants porteurs de projets innovants/ startups par une batterie de formations sur le Design thinking, Business Model Canneva (BMC), étude financière, études de marché, etc., en plus d'assurer un financement de prototypes des projets incubés.

La protection des idées innovantes est assurée par le CATI, alors que le réseautage nécessaire pour les porteurs de projets est du ressort des BLEU.

D'autres interfaces et plateformes sont également censées jouer leur rôle tel que la plateforme IBTIKAR de la DGRSDT qui permet de mutualiser les équipements des centres de recherches au profit des porteurs de projets. La plateforme startup.dz quant à elle accompagne ces derniers dans leur demande de labels, brevets, etc.

L'écosystème est défini par l'interconnexion des acteurs qui le forme, compte tenu du caractère embryonnaire de l'expérience algérienne, ce dernier est à renforcer pour assurer des résultats attendus.

3. Résultats de l'expérience algérienne en matière de création et de développement des startups

L'évaluation de l'écosystème algérien des startups devrait se faire sur une période un peu plus longue, certes, mais les participants à ce séminaire ont tenu à faire le bilan de cette très jeune expérience, notamment en ce qui concerne l'écosystème universitaire des startups, en utilisant différentes méthodes et approches (SWOT, big data, e-commerce, etc), mais également à limiter les risques liés au growth hacking, en renforçant la cyber-sécurité.

A rappeler que le comité national de labellisation des start-up, des projets innovants et les incubateurs a décerné 12 labels startups et 405 labels projets innovants à l'échelle nationale en 2023, d'où l'université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou, à travers son incubateur, a réussi à obtenir 05 labels projets innovants, en seulement une année d'activité.

L'observation qui s'impose est de reconnaître que l'écosystème universitaire est satisfaisant lorsqu'il s'agit de générer des projets innovants. Il s'agit de voir comment transformer ces projets innovants en idées commercialisables, c'est-à-dire en startups ?

Par ailleurs, en parlant des résultats, le potentiel de création et de développement des startups en Algérie est reconnu (StartupBlink), et les possibilités d'améliorer le classement de cette dernière en matière de création de startup existent.

Toutefois, un retour sur certaines expériences de startups a été proposé par des communicants. Ces expériences ont touché plusieurs domaines tels que les services (Yassir, Namtalic), agroalimentaire, cosmétique, etc.

4. La problématique du financement des startups en Algérie

La question du financement des startups en Algérie a occupé une place importante dans les travaux de ce séminaire. Cela fut attendu, compte tenu notamment de la particularité du processus d'évolution des startups, de l'importance du risque caractérisant ces dernières, etc. ainsi, une dizaine de communications ont traité la question du financement des startups.

La prise de risque est un élément central dans problématique de financement des startups. De ce fait, le développement du mode de financement par les sociétés du capital risque (SCR) et le crowdfunding en Algérie, où le système financier est dominé par l'intermédiation bancaire, est à encourager. Ces deux modes de financements participatifs constituent des alternatives adaptés ailleurs, du fait de l'importance du signal positif envoyé sur le projet. Le capital-risque donne de la crédibilité et rassure les autres investisseurs quant à la solidité du projet. Alors que les investisseurs en crowdfunding constituent une « preuve » qu'une large communauté s'intéresse au projet.

S'il est important d'aborder l'expérience de l'ASF, il faut d'autant plus dire que ce dernier a la capacité d'injecter 24 milliards DA dans le financement des startups en Algérie, en investissant dans 22 domaines dont 6 FinTech et 5 AgriTech, selon le premier responsable de l'ASF. Outre le financement, l'ASF propose aussi des services tels que la mise en place des méthodes de valorisation des startups, la formation des étudiants afin de les préparer à intervenir sur le marché financier, etc.

5. Les recommandations du séminaire

5.1. Fondements théoriques :

-Le concept de start-up est à contextualiser dans l'espace et dans le temps. Par conséquent, la prise en compte des spécificités des pays émergents tels que l'Algérie est une condition sine qua non pour le développement et la réussite d'un tel modèle qui doit s'inscrire dans le cadre d'un nouveau paradigme entrepreneurial.

-L'innovation qui est en cœur des start-up numériques est à repenser, en la situant, en revisitant l'approche schumpetérienne et surtout de ne pas la confondre avec la nouveauté et/ou l'imitation. Cela permettra d'insérer l'Algérie dans la chaîne de valeurs mondial et dans la division international du travail à la lumière des évolutions sans cesse croissantes de la révolution numérique ou de la troisième révolution industrielle.

-Le management des start-up numériques nous bascule vers une reconfiguration profonde de leurs structures organisationnelles, du fait du développement du numérique.

5.2.En matière de politiques publiques et écosystème :

-La mise en place d'une politique publique dédiée aux start-up et à l'économie de la connaissance exige une clarification des niveaux institutionnels chargés de : la définition de la vision globale, du financement adapté et de la spécificité territorial.

-il ne faudrait pas se contenter exclusivement d'une approche volontariste dans la création et le développement des startups, mais plutôt inciter à l'émergence de milieux innovateurs spontanés dédiés à l'innovation et aux startups numérique.

-Le renforcement des capacités des futurs entrepreneurs dans le numériques doit être accompagné par une logique de mise en place d'un écosystème numérique adapté en idées innovatrices et innovantes.

-Se pencher sur des réformes du système financier en donnant du rôle au marchés financier, seul à même de capter le capital-risque privée et revoir un certain nombre de lois, notamment la loi de 2006 relative aux sociétés du capital investissement pour les rendre plus dynamiques et prendre de la distance avec le financement bancaire classique.

-lever un certain nombre d'obstacles logistiques liés à l'utilisation des TIC, tels que le débit internet et l'amélioration des réseaux d'interconnexion. Car développer les startups est tributaire du développement des TIC. Car, l'émergence des start-up numériques est étroitement inhérent au développement du commerce en ligne et des paiements électronique.

-Favoriser l'innovation dans des domaines stratégiques de service publics afin d'améliorer la qualité de ces dernier, et prendre en charge de la façon la plus efficace les questions liées à la protection de l'environnement et du développement durable.

-Le renforcement des mécanismes de sélection des projets innovants et des start-up dans l'attribution des labels par des incitations concrètes lors du lancement, ce qui permettra de réduire le taux d'échec.

-Mettre le facteur humain au cœur de la création et de la croissance des start-up, car l'innovation est avant une culture et un état d'esprit entrepreneurial.

-Les incubateurs ne doivent pas être exclusivement publics et académiques .Il faudrait surtout enclencher une dynamique innovatrice au sein des milieux qui ont des prédispositions par l'identification des besoins latents et l'implication des bailleurs de fonds privés et des success story.

-Encourager et lancer des offres de formation dans les domaines liés aux startups (commerce électronique, marketing digital, financeTech, etc).

5.3. En matière du financement des startups

-Dynamisation du marché financier afin qu'il joue son rôle de mobilisateur d'épargne orienté vers la prise de risque.

- Favoriser l'innovation dans le domaine financier en orientant celle-ci vers les startups financières désignées par la Fintech, afin d'ouvrir les portes à de nouveaux modes de financement des startups et des services financiers avec un impact attendu en matière d'amélioration du taux d'inclusion financière des populations.