



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTÉ DES SCIENCES ECONOMIQUES COMMERCIALES ET DES
SCIENCES GESTION
DÉPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

Mémoire de fin de cycle
En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion
Option : Entrepreneuriat

Thème :

**Création de start-up dans le cadre de l'économie de la connaissance et
de l'innovation : Etat de lieux en Algérie et perspectives**

Réalisé par :

ACHOUR Alida

AMMARI Fatiha

Encadreur :

D^r OUKACI Moustafa

Mémoire soutenu devant le jury :

Présidente : Mme HADOU Naima

Examineur : D^r BOUKRIF

Rapporteur : D^r OUKACI Moustafa

Année universitaire 2022/2023

Remerciements

Ce jour marque la fin d'une longue période d'étude à
L'Université Abderrahmane Mira de BEJAIA

Avant tout nous remercions Dieu le tout puissant de nous avoir donné la force d'accomplir ce
travail et de le mener jusqu'au bout

Nous tenons à remercier toutes les personnes qui nous ont aidés à élaborer ce projet de fin
d'étude

Nous tenons à adresser nos vifs remerciements avec notre plus profond respect et notre plus
large considération à notre encadrant, Dr. OUKACI Moustafa d'avoir accepté d'assurer la
direction du présent mémoire ;

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

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A mes chers parents, qui m'ont soutenu et encouragé durant toutes ces années d'études, qu'ils trouvent ici le témoignage de ma profonde reconnaissance.

A mes deux frères (Souhil, Wail),

A mes tentes,

A mes grands-parents,

A mes petits chouchous (Melissa, Mahdi, Maïssa et ma boule du sucre Katia)

A ma cousine Imene

A mes chère amies Anaïs, Rym, Ines, Rebiha

A mes chers amis (Rassim, Kouceila)

A ma binôme Fatiha pour son indéfectible soutien et sa patience infinie.

Qui ont partagé avec moi tous les moments d'émotions lors de la réalisation de ce travail. Ils m'ont soutenu chaleureusement et encouragé tout au long de mon parcours.

Je vous remercie infiniment

Alida

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A ceux qui ont donné un sens à mon existence, en m'offrant une éducation digne de confiance, ce qui m'ont soutenu nuit et jour tout au long de mon parcours ; à vous mes très chers parents. Que Dieu vous protège ;

A mes très chères sœurs Ibtissem Siham et Amel ;

A mon cher beau-frère Sid Ali et à toute sa famille ;

A ma binôme Alida pour sa patience et son dévouement, et à toute sa famille ;

A mon camarade Abdelhakim pour son soutien moral et sa compagnie précieuse ;

A mes meilleures amies : Ines, Dihya, Anaïs, Yasmine ;

A toute la famille Ammari et Djelbani sans exception ;

A toutes mes amis sans exception ;

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

Fatiha

Liste d'abréviation

- ANGEM** : Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
- ANSEJ** : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune
- APEC**: Asia-Pacific Economic Cooperation
- BAALDI**: Business angels Algeria diaspora
- BADR** : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
- BDL** : Banque développement local
- BEA** : Banque Extérieur d'Algérie
- BNA** : Banque national Algérie
- CBA** : Casbah Business Angels
- CDTA** : Centre de Développement des technologies avancées
- CNAC** : Caisse Nationale d'Assurance Chômage
- CNEP** : Caisse National d'Épargne et de Prévoyance banque
- CNESE** : Conseil national économique, social et environnemental
- CPA** : Crédit populaire d'Algérie
- EFC** : Economie Fondé sur la Connaissance
- FMI** : Fonds monétaire internationale
- IBS** : Irritable bowel syndrome
- IRG** : Impôt sur le revenu global
- KAM**: Knowledge Assessment Method
- KEI**: Knowledge Economy Index
- KI** : knowlegde index
- NTIC** : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
- OCDE** : Organisation de Coopération et de Développement Économiques
- PIB** : Produit intérieur brute
- PME** : Petite et Moyenne Entreprise
- R&D** : Recherche et Développement
- SA** : Société Anonyme
- SARL** : Société à Responsabilité limitée
- SAS** : Société par Actions Simplifiée
- SI** : Système d'innovation
- TIC** : Technologies de l'Information et de la Communication

Liste des Tableau :

| | |
|---|----|
| Tableau N°01 : La différence entre connaissance et l'information | 7 |
| Tableau N°02 : La forme d'entrepreneuriat | 23 |
| Tableau N°03 : Les caractéristiques de l'entrepreneur (l'approche comportementale) | 30 |
| Tableau N°04 : Evolution de la structure du produit intérieur brut PIB (en %) | 44 |
| Tableau N°05 : Evolution de la croissance du PIB 1990- 1998 (en %) | 45 |
| Tableau N°06 : Structure d'incubation et d'accélération en Algérie | 50 |
| Tableau N°07 : Total des engagements de l'ASF envers les startups et les projets innovants | 52 |
| Tableau N°08 : Les quatre piliers de l'économie de la connaissance | 53 |
| Tableau N°9 : Les variations de variable de KAM | 57 |

Liste des figures :

| | |
|--|----|
| Figure N°01 : Les trois axes de la connaissance | 6 |
| Figure N°02 : Exemple de Taxonomie de l'innovation | 10 |
| Figure N°03 : Paradigme de l'entrepreneuriat | 24 |
| Figure N°04 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat | 27 |
| Figure N°05 : Les caractéristiques des startups | 38 |
| Figure N°06: L'Algérie dans l'indice KEI | 55 |
| Figure N°07 : L'Algérie dans l'indice KI | 56 |
| Figure N°08 : La toile relative aux piliers de l'économie de la connaissance en Algérie | 56 |

Sommaire

| | |
|---|----|
| Introduction générale | 1 |
| Chapitre I : Economie de la connaissance et de l'innovation | |
| Introduction | 5 |
| Section 1 : Information, connaissance et économie de la connaissance | 5 |
| Section 2: Cadre théorique de de l'innovation | 13 |
| Conclusion | 18 |
| Chapitre II : Entrepreneuriat et Création des start-ups | |
| Introduction | 20 |
| Section 1: Entrepreneuriat et création des entreprises | 20 |
| Section 2 : Création des start-up | 32 |
| Conclusion | 41 |
| Chapitre III: Economie de la connaissance et startup en Algérie | |
| Introduction | 43 |
| Section 1: Economie et startup en Algérie | 43 |
| Section 2 : Analyse de la startup Wadifny | 58 |
| Conclusion | 60 |
| Conclusion générale | 62 |

Introduction Générale

Introduction générale

L'économie de la connaissance est un domaine de l'économie qui s'intéresse à la création, la diffusion et l'utilisation des connaissances. Cette branche de l'économie met l'accent sur l'importance des connaissances, de l'information et de l'innovation en tant que moteurs de la croissance économique.

Toutefois, l'économie de la connaissance a été popularisée dans les années 1990 par les travaux de chercheurs tels que Peter Drucker et Michael Potter. Depuis lors, elle est devenue une force majeure dans les économies développées du monde entier et considérée comme l'un des principaux moteurs de la croissance économique à long terme.

Dans une économie de la connaissance et de l'innovation, le savoir-faire, la créativité et l'innovation sont des facteurs clés de réussite pour les entreprises. Les startups sont particulièrement bien placées pour capitaliser sur ces facteurs, car elles sont souvent créées par des entrepreneurs innovants et ambitieux qui cherchent à perturber les marchés existants avec des idées nouvelles et innovantes.

La création de start-ups dans le cadre de l'économie de la connaissance et de l'innovation est devenue un sujet important dans de nombreux pays du monde. Les startups sont des entreprises qui cherchent à innover et à proposer des solutions nouvelles, souvent à travers l'utilisation de technologies de pointe. Elles sont généralement créées par des entrepreneurs qui cherchent à développer des produits ou services innovants qui répondent aux nouveaux besoins.

L'entrepreneuriat et les start-up jouent un rôle important dans l'économie de la connaissance, qui se caractérise par une forte dépendance aux technologies de l'information et de la communication ainsi qu'à la création, la diffusion et l'utilisation de connaissances.

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est un « thème d'actualité » : enseignants, managers, dirigeants d'entreprises, consultants, hommes politiques, tous s'y intéressent ou presque. La volonté d'avoir un travail conforme à ses propres valeurs, la perspective d'être son propre patron sont

autant de forces qui poussent un nombre croissant d'hommes et de femmes à considérer la création ou la reprise d'une entreprise comme une alternative crédible à un emploi salarié.¹

Les start-up peuvent être considérées comme des entreprises qui proposent des produits ou services innovants, utilisant souvent des technologies de pointe pour répondre à des besoins ou des demandes nouvelles ou insatisfaites du marché. Les entrepreneurs qui créent ces start-up sont souvent motivés par une vision de l'avenir et la passion de l'innovation. Leur but est de créer une entreprise viable à long terme, tout en apportant une contribution significative à la société.

Les startups algériennes se concentrent principalement dans les secteurs des TIC (technologies de l'information et de la communication), du commerce, de l'agriculture, et de la santé. Les incubateurs et les accélérateurs ont également commencé à émerger pour soutenir l'écosystème de startup en Algérie.

Problématique :

Le but de ce mémoire consiste à étudier la création des start-up dans le cadre de l'économie de la connaissance et l'innovation.

A cet effet, la problématique à laquelle cette recherche essayera à répondre, s'énonce de la façon suivante : **Quel est l'état des lieux des start-up dans le cadre d'une économie de la connaissance et de l'innovation a Bejaia ?**

Afin de répondre à notre question principale, notre travail tentera de répondre aux questions secondaires suivantes :

- **Qu'est-ce que l'économie de la connaissance ?**
- **Qu'est-ce que la création des start-up ?**

Pour répondre à ces questions, notre recherche se basera sur l'hypothèse de travail suivante : *Les start-ups sont dans la phase de l'émergence et de démarrage, tout comme l'économie de la connaissance et de l'innovation en Algérie.*

Afin de mener à bien ce travail, nous avons procédé à une recherche documentaire les ouvrages, les articles, site internet, thèse, mémoire, revus....etc, en plus d'un stage au niveau

¹ FAYOLLE.A, (2012) : « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre » 2e, Edition, Dunod, Paris, p7

de la start-up WADIFNY, sise dans la ville de Bejaia. Ce mémoire est divisé en trois chapitres : le premier chapitre présente l'économie de la connaissance et de l'innovation, le deuxième chapitre porte sur l'entrepreneuriat et la création des start-up, et la troisième traite de l'économie de la connaissance et des start-ups en Algérie.

Chapitre I :
L'économie de la connaissance et de
l'innovation

Chapitre I :

L'économie de la connaissance et de l'innovation

Introduction

L'économie de la connaissance et de l'innovation est un concept qui met en lumière l'importance cruciale de la connaissance et de l'innovation dans l'économie moderne. Alors que les économies traditionnelles étaient principalement axées sur la production de biens matériels, l'économie de la connaissance met l'accent sur la valeur économique générée par la création, la diffusion et l'utilisation de connaissance et d'informations. Ce chapitre est divisé en deux sections, dans la première section nous allons présenter l'économie de la connaissance alors que la deuxième s'intéresse à l'innovation

Section 1: Information, connaissance et économie de la connaissance

Cette section est dédiée à la discussion des différentes définitions de l'économie de la connaissance qui est aussi appelé l'économie immatérielle ou l'économie de savoir, il est primordial pour nous de définir des termes pour des concepts généraux d'abord celle de la connaissance et l'analyse du concept de l'économie de la connaissance.

1.1 La connaissance :

1.1.1 Définition de la notion de la connaissance

Nous allons citer plusieurs définitions de la connaissance. La première définition généraliste de la connaissance est celle de Ganascia « la connaissance d'une chose ou d'une personne vise le rapport privilégié d'entretien avec un sujet [...] avec cette chose ou cette personne. Connaître quelqu'un c'est être capable de se rendre présent à l'esprit sa personne, son visage, sa voix, son caractère, ses manières d'être, d'agir, de se comporter [...] connaître une ville, c'est savoir s'y repérer et revoir, en esprit, ses rues, ses maisons, ses églises, ses commerçants, les usages qui y ont cours.

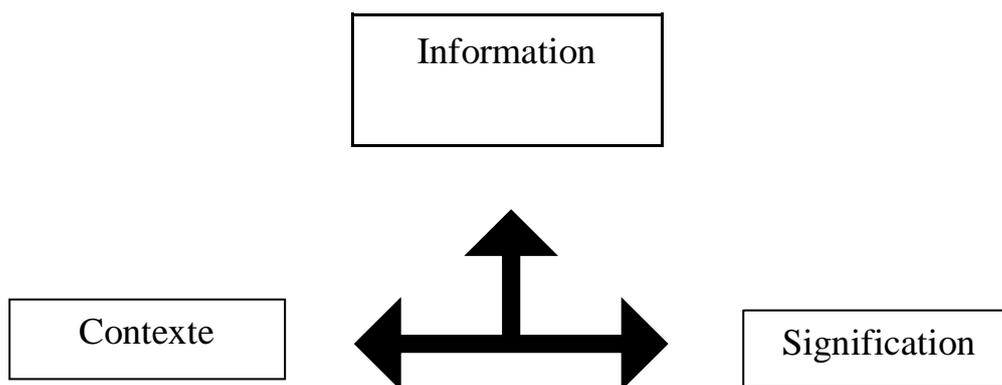
Cela recouvre donc la perception du monde extérieur, cela recouvre aussi la perception de soi-même, de ses actes et de leur production, la connaissance est donc centrée sur un individu singulier qui perçoit et agit dans le monde

- Les connaissances se rapportent au contenu : elles désignent non plus une relation personnelle d'un sujet aux objets du monde qui est l'environnement, mais ce qui peut s'abstraire de cette relation peut être retransmis à d'autres individus. Dans cette acceptation, les connaissances relèvent non plus des individus isolés, mais de la communauté des individus,

des échanges qu'ils nouent entre eux et de ce qui autorise ces échanges à savoir signés, systèmes de signes, langues et langages au moyen desquels la communication devient possible ».²

Selon Nonaka, la « connaissance est créée et organisée par un flux d'information codées, elle s'enracine dans le système de valeur de l'individu et elle suppose des actions stratégiques qui se situent à un autre niveau ».³

Figure 1 : Les trois axes de la connaissance



Source : Ermine (J.-L.) : Les systèmes de connaissances. 2^{ème} édition. Hermès Science Publications, Paris, 2000, p.25.

1.1.2 La différence entre l'information et la connaissance

D'abord nous allons définir l'information: « L'information est l'action d'informer ou de s'informer. C'est une nouvelle donnée par une agence de presse, un journal, la radio, la télévision ...etc. »⁴.

D'après Cigref, l'information est un ensemble de données non structurées et organisées pour donner forme à un message résultant d'un contexte donné et donc parfaitement subjectif.⁵ Nous pouvons alors dire que l'information est une donnée traitée par des processus de condensation, de contextualisation, de calcul, de catégorisation et/ou de correction et qui porte

² GANASCIA J.G, Les sciences cognitives, Ed Flammarion, Paris, 1996, P.85

³ NONAKA I, « A dynamic theory of organization and knowledge creation », Organisation Science, vol 5, N°1, 1994

⁴ Petit Larousse illustré, Paris, 1984, P.527

⁵ CIGREF, Gérer les connaissances: Défis, enjeux et conduite de projet, Octobre 2000, P.15

une signification. Après avoir défini, l'information, nous passons sur la différence entre l'information et la connaissance :

Tableau 01: La différence entre connaissance et l'information

| Nature | Information | Connaissance |
|---------------------|--|--|
| | Tangible | Intangible |
| Transmission | Simple via un enregistrement, une récitation | Difficile, nécessite un Apprentissage |
| Reproduction | Facilement copiable | Difficilement reproductible car dépendante de la compréhension de chaque individu. |
| Capacité | Réduction de l'incertitude | Compréhension |

Source : Hautdidier Florence Stenuit, Créer et animer des communautés de pratique : Préconisations pour entreprise de formation et de conseil, , 2006, P.19

1.1.3 Les type de savoir:

On distingue 04 types de savoir :

- **Le savoir-pourquoi :** « englobe les informations et connaissances scientifiques produites par les universités et les laboratoires de recherche, à un moindre degré par les entreprises »⁶.
- **Le savoir-quoi:** désigne le savoir factuel, celui dont la connaissance est relative aux faits ; ce que l'on appelle habituellement l'information.
- **Le savoir-comment** (le savoir-faire): « regroupe les ressources cognitives tacites mises en œuvre dans tous les domaines de l'activité économique »⁷.

Ce type de savoir désigne des compétences ou des aptitudes données. C'est une forme de savoir qui est construite et préservée dans l'entreprise. Il nécessite une coopération entre organisations afin de partager et de combiner ses éléments. Ce type de savoir se caractérise par l'accès public le plus limité et par la transmission la plus complexe.

- **Le savoir-qui :** C'est la raison pour laquelle le savoir-qui prend de plus en plus d'importance. « On entend par savoir-qui l'information sur qui sait quoi et qui sait comment faire quoi »⁸. Il a trait à la formation de relations sociales privilégiées qui rendent possible d'entrer en contact avec des spécialistes et d'utiliser efficacement leurs

⁶ GUILHON Bernard et LEVET Jean-Louis, Op cit, P.03

⁷ Idem, P.04

⁸ OCDE : L'économie fondée sur le savoir, Paris, 1996, P.12

connaissances. Ce type de savoir a de l'importance dans les économies où les compétences sont très dispersées en raison d'une grande division du travail parmi les structures et les spécialistes.

1.2. L'économie de la connaissance

1.2.1 Définition de l'économie de la connaissance :

Selon Jean-Bouchez, l'économie de la connaissance possède une dimension qualitative et contextuelle plus marquée et souligne la valeur et la rareté spécifiquement associés au savoir. L'OCDE définit les économies fondées sur la connaissance comme *«les économies qui reposent directement sur la production, la diffusion et l'utilisation du savoir et de l'information»*⁹. L'OCDE considère que la croissance de l'économie est le produit de l'investissement et des industries intensives en connaissance. la connaissance désignée ici est la connaissance technologique, et l'utilisation d'une main-d'œuvre hautement qualifiée.

Le comité économique de l'APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) élargit cette définition en affirmant que *« la production, distribution et l'usage de connaissance est le principal conducteur d'augmentation, création de la richesse et de l'emploi à travers toutes les industries»*. Selon cette approche, toutes les branches de l'économie peuvent participer à la création de la richesse.

Le comité affirme que *«la connaissance exigée par la société basée sur la connaissance est plus large que connaissance purement technologique ; par exemple elle inclut la connaissance culturelle, sociale et directoriale»*¹⁰

Pour Foray, les économies fondées sur la connaissance sont des économies qui résultent d'un choc, entre d'une part, une tendance séculaire relative à l'accroissement de la part du capital intangible (éducation et formation.) et ,d'autre part, l'irruption et la diffusion spectaculaires des technologies de l'information et de la communication»¹¹ Cette définition considère l'économie actuelle comme le résultat de deux « tendances longues » qui sont l'augmentation des ressources consacrées à la production et à la transmission des connaissances et l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).

⁹ OCDE : Economie fondée sur le savoir, Paris, 1996, P.12, P.7

¹⁰ Idem p 10.

¹¹ Foray Dominique, « L'économie de la connaissance », Casbah édition, Alger 2004, p 18.

L'économie de la connaissance se définit comme une étape du capitalisme des modèles de production spécifiques organisés autour de la complémentarité seront esquissés organisation et technologie entre TIC, capital humain des agents organisations réactives susceptibles d'utiliser ces technologies et entreprises permettra d'utiliser pleinement le potentiel de productivité des deux premiers éléments.

1.2.2 L'émergence de l'économie de la connaissance:

Cinq facteurs qui favorisent l'émergence d'économie fondée sur la connaissance et qui sont les suivantes:

a. Capital intangible

Le capital intangible est constitué de deux parties : une partie représente les investissements de formation, d'éducation de recherche et développement, d'information et de coordination, c'est-à-dire des investissements consacrés à la production et à la transmission de la connaissance ; et l'autre partie correspond aux dépenses de santé, c'est-à-dire les investissements qui améliorent les caractéristiques physiques du capital humain. Avec l'accroissement du rôle économique de la connaissance, les ressources naturelles -et leur abondance qui caractérise le 19ème siècle- ont perdu une bonne part de leur capacité explicative en ce qui concerne la disparité de production et de croissance entre les pays.

Depuis le 20ème siècle, les économistes ont remarqué la substitution progressive du capital tangible par le capital intangible. En 1997, 35% de la valeur ajoutée du secteur des entreprises provenait, en moyenne et selon l'OCDE (19 pays), des secteurs fondés sur le savoir. Cette tendance est concomitante à l'augmentation très significative de la part des travailleurs hautement qualifiés.

b. L'introduction des TIC:

Les notions de technologie de l'information et de communication (TIC) et de nouvelles technologies de l'information et de communication (NTIC) (en anglais, information and communication technologies, ICT), regroupent les techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations principales de l'informatique, de l'internet et des télécommunications.

Il existe de toute évidence des liens de causalité entre l'avènement des technologies de l'information et de la communication et le développement des économies fondées sur la connaissance. Si l'évolution des TIC n'est pas quelque chose de récent – on a plutôt assisté à une évolution continue depuis les années 1950 – son accélération est récente et date de la fin

des années 1990, avec la convergence du secteur des médias, de l'informatique et des télécommunications. Au sein des entreprises, on est progressivement passé d'une informatique centralisée dédiée à des tâches de calcul à une informatique répartie caractérisée par une automatisation locale des tâches puis à une informatique en réseau, par la mise en relation des savoirs.

Les TICS sont de plus en plus utilisés comme outil de formation. Avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication, l'économie fondée sur la connaissance a rencontré une base technologique appropriée entraînant une consolidation mutuelle entre l'essor des activités intensives en connaissance et la production et la diffusion des nouvelles technologies.

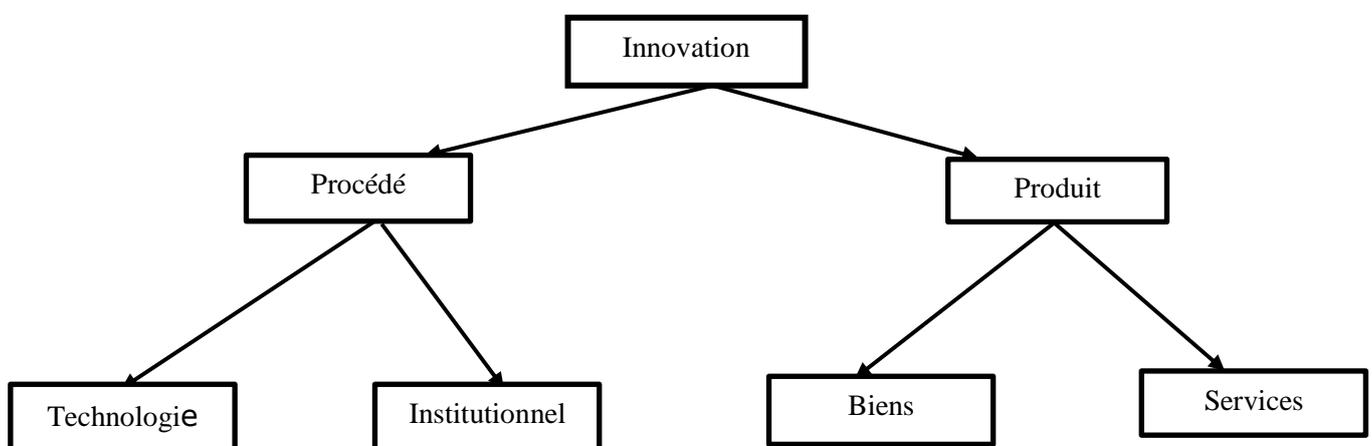
c. L'innovation :

Il existe deux formes d'innovations.¹² Celle qui porte sur la forme ou le procédé et Celle qui porte sur l'antinomie rupture/continuité.

- **La forme produit/procédé**

L'innovation produit correspond à la création de nouveaux produits ou à des améliorations significatives de produits existants. Dans ce cas l'innovation est assimilée à une modification du contenu technologique qui améliore les fonctions du produit. L'innovation de procédé correspond à la création de nouvelles technologies/méthodes de production et/ou de distribution

Figure 02: Exemple de taxonomie de l'innovation



Source : OCDE : les villes et les régions dans la nouvelle économie apprenante, 2001, P.12

¹² MANCER, Développement économique et économie de la connaissance P.25-26

- **La forme rupture/continuité :**

- **Les innovations radicales (ou de rupture) :** Ils incluent l'utilisation de nouvelles connaissances et compétences pour provoquer un changement social et concurrentiel profond.
- **Innovation incrémentale (ou évolutive) :** implique l'amélioration d'un produit existant (service, coût) et ne nécessite pas de nouvelle expertise. Il s'agit d'introduire dans les entreprises de nouveaux dispositifs qu'elles ne développeraient pas elles-mêmes. Elles sont également connues sous le nom d'innovations de rattrapage.

Les entreprises n'utilisent pas les mêmes sources de connaissances pour innover. Généralement, les innovations incrémentales sont réalisées par des entreprises qui font peu de recherche en interne et utilisent peu de brevets et de licences. Les innovations fondamentales, quant à elles, sont le résultat d'entreprises qui effectuent le plus de recherches en interne et tirent le meilleur parti des connaissances diffusées par le biais de brevets et de licences. Ils présentent des enjeux stratégiques pour les entreprises en questionnant leur place sur le marché et en introduisant de nouvelles règles et de nouveaux acteurs.

- d. Le changement organisationnel :**

Plusieurs auteurs définissent différemment le changement organisationnel, il nous semble donc pertinent de commencer par quelques définitions simples du changement et ensuite d'élaborer des définitions plus fines du changement organisationnel. D'abord, Van de Ven & Poole, ont le défini comme étant « un type d'événement, une observation empirique d'une différence dans la forme, la qualité ou l'état d'une entité à travers le temps. Cette entité peut être un travail individuel, un groupe de travail, une stratégie d'une organisation, un programme, un produit ou toute une organisation ».

Quant à Guilhon, il conçoit le changement organisationnel comme un moyen d'inverser les chemins entre un état de départ et un état d'arrivée, et donc entre les deux équilibres de l'organisation. Ainsi, selon Grouard et Meston, le changement organisationnel est « processus

de transformation radicale ou marginale des structures et des compétences qui ponctue le processus d'évolution des organisations».¹³

En fait, l'économie de la connaissance permet un modèle d'organisation méso économique, le modèle en réseau. Celles-ci tendent à remplacer une catégorie plus traditionnelle d'organisation de marché : les transactions "anonymes" par prix et qualité. L'utilisation des TIC et de l'information plus généralement peut aller au-delà du premier de ces éléments en tirant parti des connaissances sur les clients et fournisseurs réels ou potentiels. Ces mêmes technologies libéreront également les entreprises des contraintes imposées par les organisations hiérarchiques.

e. La globalisation de l'économie :

Le phénomène de mondialisation parfois aussi appelé internalisation ou mondialisation, « désigne le processus d'intégration des marchés et de rapprochement des hommes qui a notamment entraîné la remise des échanges, du développement des moyens de transport de personnes et de marchandises, et des déverseurs des technologies de l'information et de la communication à l'échelle planétaire ».

Elle se manifeste par, outre l'interdépendance croissante des économies (mondialisation économique) et l'intensification de la concurrence, l'expansion des échanges et des interactions humaines. La mondialisation est considérée comme « une vague de remboursement des échanges, des investissements et des flux et de la concurrence internationale dans l'économie mondiale » Dans cette définition, la mondialisation est décrite comme l'extension de la taille des marchés, aussi bien des produits que des facteurs de production essentiellement les capitaux, à l'échelle planétaire. - L'amélioration des moyens de transport et la baisse des coûts concernent les biens, les personnes et les informations. Cette extension est accompagnée par une montée de l'interdépendance des marchés et de la création d'entreprises-réseaux

¹³ GROUARD Benoit et MESTON Francis. L'Entreprise en mouvement: conduire et réussir le changement. Dunod, 1998, P.98

Section 2 : Cadre théorique de l'innovation

L'innovation a de nombreuses définitions selon les écoles de pensée, les points de vue Perspectives des chercheurs et tendances, car l'innovation est définie en termes de nombreux aspects considérables. Dans cette section, nous allons présenter les typologies, les caractéristiques et les objectifs de l'innovation.

2.1.Définition de l'innovation

Le sens du mot « innovation » a changé au fil des ans. Auparavant compris comme création pure, il a aujourd'hui un sens plus large et couvre plus de domaines. En fait, il existe toujours un environnement plus concurrentiel où les entreprises cherchent constamment à innover.

Comment définir l'innovation ? Les définitions de l'innovation sont nombreuses et très larges. Cependant, toutes ces définitions s'accordent sur les principaux points de caractérisation de l'innovation : l'innovation peut être définie comme le « résultat de la mise en application d'idées nouvelles et de recherches » L'innovation est une idée ou invention qui va créer de la valeur pour une entreprise.

En 1926 Joseph Schumpeter est le premier économiste qui a défini le concept de l'innovation « *l'introduction réussie sur le marché d'un produit nouveau, d'un nouveau processus de fabrication ou encore d'une nouvelle forme organisationnelle d'entreprise* », il a considéré ce dernier comme une nouvelle introduction de combinaisons productives dans le domaine de l'économie. Pour Schumpeter la combinaison productive peut prendre cinq formes : nouveau bien ou bien de nouvelle qualité ; introduction d'une nouvelle méthode de production ; Nouvelles sources d'approvisionnement des matières premières ; Nouveaux marchés et enfin la réalisation d'une nouvelle organisation. Schumpeter considère que le capitalisme est une dynamique composée de mouvements longs, de cycles de croissance et de crises qui se succèdent. Or c'est précisément l'innovation, définie comme un processus, qui constitue le moteur de cette dynamique.

Alors pour B. BELLON : « *Innovation, c'est mettre sur le marché un nouveau produit ou un produit qui a des propriétés nouvelles ; c'est aussi introduire un nouveau procédé de fabrication ou une nouvelle organisation dans l'entreprise. Mais ce trois formes d'innovation*

*sont liées ; chacune entraîne les deux autres »*¹⁴. L'innovation est associée à la nouveauté et la mise en œuvre d'une chose. L'innovation pour Walch et Roman, « l'innovation et un processus organisationnel, délibéré, qui conduit à la proposition et à l'adoption, sur un marché ou à l'intérieur d'une entreprise, d'un produit nouveau, d'une organisation nouvelle. D'un outil de gestion nouveau et d'une connaissance nouvelle »¹⁵ Selon ces auteurs, ce processus permet à l'entreprise d'améliorer sa position stratégique et/ou de renforcer ses compétences et ses connaissances, technologique ainsi que celle du marché.

Selon Franck Barnu, « *L'innovation est la mise en œuvre réussie économiquement sur un marché d'une idée nouvelle pour ce marché* »¹⁶. Cependant, la définition la plus courante est celle donnée par l'OCDE à travers le manuel d'OSLO précise qu' « *Une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service), ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu du travail ou les relations extérieurs* »¹⁷.

Selon nous, l'innovation est un processus dynamique qui consiste à générer de nouvelles idées, concepts ou solutions pour résoudre des problèmes existants ou saisir de nouvelles opportunités. Cela implique de repenser les méthodes traditionnelles et d'adopter une approche créative pour apporter des améliorations significatives.

2.2. Les typologies de l'innovation

La littérature fournit une taxonomie de divers types d'innovations. En général, trois types peuvent être distingués selon la nature de l'innovation, son objet et le degré de nouveauté introduit par l'innovation. Ces types sont parfois complémentaires et décrivent mieux les innovations.

Selon Schumpeter¹⁸ a distingué cinq types d'innovation telle que innovation de produit, de procédés, organisationnelle, commerciale et marketing. Pour mettre en exergue les différentes

¹⁴ BERTRAND, B. « L'innovation créatrice », Economica, Paris, 2002, p3.

¹⁵ FERNEZ-WALCH S. et ROMON, F. Dictionnaire « de management de l'innovation », Vuibert, Paris-France, 2008, p82.

¹⁶ BARNU, F, « la vraie nature de l'innovation », Paris, Ed. Tec & Doc, 2010, p157.

¹⁷ D'OSLO, M, 3^{em} édition, Organisation de coopération et de développement économiques(OCDE), 2005, p.46

¹⁸ ALTER Norbert et autres, « Les logiques de l'innovation », Edition la Découverte, Paris, 2002, p.135.

formes que peut prendre l'innovation, on peut utiliser des typologies fondées sur la nature de l'innovation ou ses différents degrés.

a. Selon la nature

On trouve quatre types d'innovation qui sont regroupés en fonction de leurs objets, dans cette catégorie : innovation de produit, de procédés, organisationnels et commerciaux¹⁹.

- **L'innovation de produit** : Correspond à l'introduction de biens de services nouveaux ou sensiblement améliorés. Elle est considérée comme une modification du contenu technique des biens ou une amélioration de leurs conditions d'utilisation. Son objectif est d'améliorer les services rendus aux clients et de répondre à de nouveaux besoins, car face à une concurrence intense et à une évolution technologique rapide, les exigences des clients se sont accrues et toutes les entreprises sont incitées à s'investir fortement dans le développement de produits nouveaux ou améliorés et /ou services, valeur.
- **L'innovation de procédé** : L'innovation de procédé est la mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée. « On peut parler d'innovation de procédé dès que l'on transforme les processus ou procédés de production utilisés pour concevoir, réaliser ou même distribuer l'offre finale. Ce type d'innovation ne peut pas être perçu par le client »²⁰.
- **Innovation de commercialisation** : Elle s'agit de l'innovation dans un nouveau marché ou dans une nouvelle formule de vente et mise en œuvre des nouvelles modes de présentation des produits, elle aide à toucher efficacement les clients et avoir une position sur le marché.
- **Innovation organisationnelle** : Améliorer les pratiques du management de l'entreprise, de l'organisation de travail, de la gestion des connaissances et des relations avec les partenaires extérieures de la firme. Ce type d'innovation est donc l'adoption par l'entreprise d'une nouvelle organisation de production, de travail et des relations entre l'entreprise et son environnement.

¹⁹ Manuel d'Oslo, Op. Cit, P. 21.

²⁰ SOPRANOT R.et STEVENE, « Management d'innovation », Ed. Dunod, Paris, 2007, P.19.

b. Selon le degré :

FREEMAN distingue deux types d'innovation²¹ : l'innovation incrémentale et l'innovation radicale. L'innovation se mesure aussi à travers son ampleur et son intensité technologique par rapport au changement introduit. Elle peut être radicale (de rupture) ou incrémentale.

- **L'innovation radicale** Elle consiste à offrir des produits nouveaux et originaux, en utilisant de nouveaux procédés de fabrication, de savoir et savoir-faire nouveaux et cela pour augmenter les performances de l'offre. Ce type d'innovation est risqué pour les grandes entreprises car elle induit des changements techniques, sociaux et commerciaux.
- **Innovation Incrémentale** : quant à elle, concerne l'amélioration d'un produit /service ou d'un procédé existant et passe par des changements mineurs ou de petites améliorations des technologies existantes

L'innovation incrémentale ne change pas la nature d'un produit ou d'un service ou les conditions d'utilisation. Il contribuera au développement et aux améliorations majeures. L'innovation, dite incrémentale, permet aux entreprises déjà leaders sur leurs marchés de communiquer et de renforcer leur leadership technologique face à la concurrence. Il y a de nombreuses innovations incrémentielles chaque année.

2.3. Les caractéristiques de l'innovation :

L'innovation répond généralement au besoin de renforcement de la situation financière et concurrentielle de l'entreprise. Rogres identifie cinq caractéristiques de l'innovation qui sont :

- **L'innovation de produit** : Correspond à l'introduction de biens de services nouveaux ou sensiblement améliorés. Elle est considérée comme une modification du contenu technique des biens ou une amélioration de leurs conditions d'utilisation. Son objectif est d'améliorer les services rendus aux clients et de répondre à de nouveaux besoins, car face à une concurrence intense et à une évolution technologique rapide, les exigences des clients se sont accrues et toutes les entreprises sont incitées à s'investir fortement dans le développement de produits nouveaux ou améliorés et /ou services, valeur.
- **La compatibilité** : elle passées et les besoins de l'adoptant potentiel. Plus l'idée n'est incompatible avec les valeurs et les normes d'un système social, plus son adoption par les membres est moins reproduite.

²¹ B. BELLON, « Innovation créatrice », Ed. ECONOMICA, Paris, 2002, P.5.

- **La complexité** : elle fait référence à la difficulté perçue de comprendre les principes, le fonctionnement et l'utilisation de l'innovation.
- **La possibilité d'essai innovation** : elle représente la facilité avec laquelle l'innovation peut être utilisée à faible échelle ou sur un petit périmètre avant de devoir être adoptée complètement.
- **L'observabilité** : elle correspond à la possibilité pour les adoptants potentiels d'observer les effets de l'innovation. Plus les effets d'une innovation se diffusent de manière rapide.

2.4. Les objectifs d'innovation :

L'innovation est un changement introduit dans un processus de production ayant pour but de mettre sur le marché des produits ou des services qui renferment davantage de valeur pour la clientèle. L'innovation n'est pas une finalité mais un moyen de différenciation avec la concurrence²².

Ces objectifs se différencient selon les besoins de l'entreprise qui se base habituellement sur :

- Remplacer les produits qui sont retirés des dangers des circuits commerciaux.
- Mettre aux points des produits réducteurs des dangers sur l'environnement.
- Augmenter et maintenir la part de marché.
- Améliorer la qualité des biens et des services.
- Améliorer les conditions de travail.
- Apporter un avantage concurrentiel à l'entreprise.
- La gamme des produits compétitifs.
- Ouvrir et adapter de nouveaux marchés.
- Abaisser les coûts de production. (Réduction des coûts salariaux par unité produite, diminution de consommation de matériaux et d'énergie, limitation de taux de rejet, la réduction des coûts de conception des produits).
- Respecter les prescriptions réglementaires.
- Contribuer au développement durable.

Conclusion

Le premier chapitre est consacré à l'introduction de l'économie de la connaissance et de l'innovation en général, on a essayé de mettre en avant l'analyse du concept d'économie de la connaissance en faisant apparaître différentes définitions et émergences, puis nous

²² BLANCO Sylvie et LELOARNES, « Management de l'innovation », Pearson Education, Paris, 2009, P12.

introduisons l'approche théorique, les types, les caractéristiques et les objectifs de l'innovation.

L'économie de la connaissance et de l'innovation est un concept qui met l'accent sur l'importance de la connaissance et de l'innovation en tant que moteurs clés de la croissance économique et du développement durable. Il diffère des modèles économiques traditionnels qui se concentrent sur la production de biens matériels, avec un accent particulier sur les activités fondées sur la connaissance telles que la recherche et le développement, l'éducation, la technologie et l'information.

CHAPITRE II :
Entrepreneuriat et Création des Start-ups

Chapitre II :

Entrepreneuriat et Création des Start-ups

Introduction

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui a pris de multiples significations au fil du temps. Il existe de nombreuses formes d'expression, et chaque auteur explique le concept de cette méthode à sa manière. Parmi ces auteurs, nous citons Thierry Verstraete qui définit l'entrepreneuriat comme un phénomène qui associe individus et organisations.

L'entrepreneuriat est une facture implorant dans une économie en croissance, car la création d'une nouvelle entreprise permet de dynamiser le système économique, la réussite de la pratique entrepreneuriale est son développement dépend des facteurs liés à l'entrepreneuriat. La création et le développement de start-up s'adressent aux entrepreneurs qui mobilisent et gèrent des ressources humaines et matérielles dans le but de créer, développer et mettre en œuvre des solutions aux besoins individuels.

Dans ce chapitre, nous présenterons dans la première section les formes et les conceptions de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise. Ensuite nous allons aborder dans la deuxième section la création des startups et les incubateurs

Section 1 : Entrepreneuriat et Création d'entreprise

L'objectif de cette section est de dresser un état de l'art des principaux concepts, les différents points d'entrée de la recherche en entrepreneuriat, approches et modèles théoriques relatifs au domaine de l'entrepreneuriat.

1.1 Définition, forme et conception de l'entrepreneuriat

1.1.1 Définition de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat a fait l'objet d'une attention particulière de la part des économistes, sociologues et décideurs. La recherche dans ce domaine s'est développée pour les années d'après-guerre. La complexité de ce phénomène ne permet pas de le réduire à une simple définition. Chaque auteur interprète le concept et la façon de l'interpréter différemment proche de ce phénomène.

Entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel ces caractéristiques s'expliquent par la grande diversité observable dans les situations entrepreneuriales et dans les créations d'entreprise.

Selon Verstraete « l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques»²³

Le concept entrepreneuriat se compose d'une variété de définitions qui révèlent de nombreuses manifestations. Joseph Schumpeter (1950) a abordé l'entrepreneuriat tout en soulignant qu'« un entrepreneur est une personne qui veut, et qui est capable de transformer une idée, ou une invention en une innovation réussie.»²⁴

L'entrepreneuriat, voie de développement, arrive au bon moment. Les attentes des jeunes, en somme, sur la façon de démarrer, de créer une entreprise (petite ou le sens est). Chercher à développer un esprit créatif pour participer à un changement holistique de notre pays.

L'entrepreneuriat est une motivation pour créer et exploiter des opportunités d'affaires créées par une ou plusieurs personnes en créant une nouvelle organisation la valeur de celui-ci ne peut être considérée que comme une sorte de créativité, un esprit d'innovation, pour faire quelque chose encore, ou quelque chose qui existe mais n'existe pas pour l'instant, ou mais il y a aussi quelque chose sur le marché.

Selon HISRICH et PETERS « L'entrepreneuriat est le processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux, de temps et / ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif, mais la valeur doit y être en partie instillée par l'entrepreneur dans la mesure où il rassemble et alloue les compétences et ressources nécessaires ».²⁵

1.1.2 Les différentes formes de l'entrepreneuriat :

Dans ce point, nous aborderons les principales formes de l'entrepreneuriat. La création d'entreprise est au cœur de l'entrepreneuriat, qui se définit comme : « l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encouragé par les pouvoirs publics, pour développer la création d'emploi,

²³ VERSTRAETE, T. « Histoire d'entreprendre-les réalisations l'entrepreneuriat », Edition management et société, 2000, p1.

²⁴ BERTRAND, B. « L'innovation créatrice », Economica, 2002, p03.

²⁵ HISRICH ROBERT, D. ET PETERS, M, « Entrepreneurship » 1991, P11.

elle est freinée par de nombreux obstacles tant administratifs, qu'économiques, que sociaux, que psychologique ou que culturels ». ²⁶

La création d'entreprise peut englober plusieurs formes :

a. Création ex-nihilo :

Démarrer une entreprise à partir de zéro n'est certainement pas la situation la plus facile. Mettre votre produit sur le marché avec succès et convaincre les utilisateurs et les acheteurs prend du temps, surtout si le niveau d'innovation est élevé. Par conséquent, il est nécessaire de mesurer soigneusement les besoins financiers et d'obtenir les ressources adéquates. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués.

b. Création en franchise :

Elle met en relation un franchiseur, une entreprise qui veut grandir en utilisant le modèle, et un franchisé, un particulier qui veut créer une entreprise autour d'un concept déjà utilisé ailleurs en appliquant une formule. Ce type de création consiste en partie à imiter les fonctions qui existent dans un environnement géographique particulier. La création de franchise bénéficie également d'un accompagnement important mais rémunéré de la part du franchiseur. Il permet à ceux qui n'ont aucune idée de la leur ou la capacité d'innover de réaliser leurs objectifs entrepreneuriaux.

c. Création par essaimage :

Créer une entreprise quand on est salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

d. La reprise d'entreprise

- La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas été créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa

²⁶BOISLANDELLE, H, M. « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils », Economica, Paris, 1998, P 146.

structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Au moins deux cas peuvent être examinés ici :

- **La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé** : la principale difficulté est d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite, il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise
- **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté** : si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprises en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu apparaît également comme une condition importante.

e. L'intrapreneuriat :

C'est un genre d'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En effet, dans ce cas, l'employeur encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein même de l'entreprise. Pour l'entrepreneur, cela représente une excellente opportunité d'apprentissage, d'expérimentation et de découverte, la prise de risque en moins. Il évolue tout de même dans le giron de l'entreprise, avec une restriction plus ou moins importante de la liberté d'action. Pour l'entreprise, l'avantage s'inscrit principalement dans l'innovation et l'aspect « ruche dynamique », notamment dans les structures de service.

Selon Sharma et Chisman « *l'intrapreneuriat est le processus par lequel un individu ou un groupe d'individus, en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation* ».

Tableau N°02 : Les Formes entrepreneuriales

| Forme entrepreneuriales | Définitions | Sources |
|----------------------------|---|------------------------|
| Création pure d'entreprise | Une création est dite pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise. | Counot et Mulic (2004) |
| | Pratique par laquelle une entreprise | Office québécois de la |

| | | |
|--|--|--|
| Essaimage | favorise le départ de certains de ses salariés et les aide à créer leur propre entreprise. | langue française (2007) |
| Reprise d'entreprise | Achat, donation ou héritage d'une entreprise déjà existante. | Counot et Mulic (2004) |
| Développement et croissance d'une entreprise | Nouveaux débouchés commerciaux (produits, services, procédés) ou mise en application de meilleurs moyens de répondre à la demande du moment. | OCDE (1998) |
| Intrapreneuriat | Conception de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, à partir d'une entreprise existante, quelle que soit la taille de l'entreprise. | Carrier (2008) Dumais et coll. (2005) |

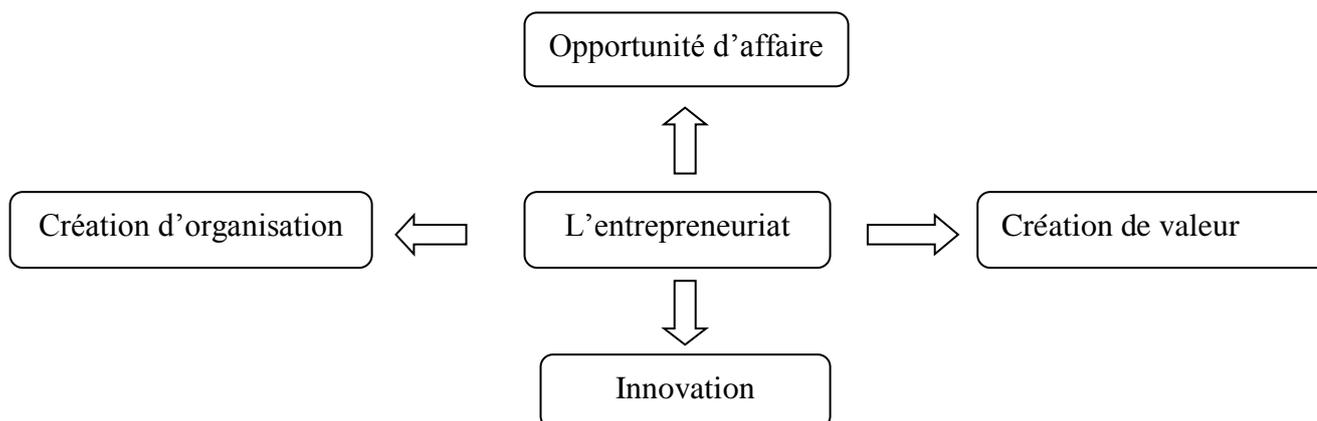
Source : Julien, P-A. et Cadieux, L. (2010). La mesure de l'entrepreneuriat, rapport d'étude, institut de la statistique du Québec, page 29.

Ce tableau résume les différentes formes de l'entrepreneuriat, et définit chaque forme.

1.1.3 Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat:

Fayolle et Verstraete (2005), identifient 04 paradigmes, qui permettant d'encercler la balle de la visite en entrepreneuriat

Figure N°03 : Paradigmes de l'entrepreneuriat



Source : Fayolle et Verstraet (2005, P55).

➤ Paradigme de l'opportunité d'affaire:

Ce paradigme est avancé par plusieurs auteurs mais c'est SHANE et VENKATARAMAN (2000, p.218) qui l'ont ouvert la voie de la recherche : "we define the field of

entrepreneurship as the scholarly examination of how, by whom, and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated, and exploited... Consequently, the field involves the study of sources of opportunities; the processes of discovery, evaluation, and exploitation of opportunities; and the set of individuals who discover, evaluate, and exploit them”.

Selon (dictionnaire Larousse), une Opportunité est définie comme étant la qualité de ce qui est opportun, occasion favorable. (Opportun : qui convient au temps, au lieu, aux circonstances; qui survient à propos). Une affaire selon (dictionnaire Larousse) est présentée comme étant un ensemble des activités financières, commerciales, industrielles.

➤ **Paradigme de la création de valeur:**

L’entrepreneuriat est considéré comme créateur de richesse et de valeur ajoutée à travers sa contribution à la croissance économique et à l’emploi. Inspirée des travaux de Gratiner(1996) pour Bruyat. L’entrepreneur est une condition nécessaire pour l’apparition du résultat, et de même, le résultat est une condition nécessaire pour que l’entrepreneur existe.

Le paradigme de création de valeur regroupe les principales dimensions de l’entrepreneuriat à savoir l’individu, l’objet créé, l’environnement et le processus (JAZIRI,2009). Et il semble que ce paradigme soit considéré comme l’un des plus privilégiés par les chercheurs en sciences de gestion car il caractérise à la fois l’entrepreneur et le phénomène entrepreneurial.

➤ **Paradigme de la création d’une organisation:**

Selon la conception de Gratiner est basé sur l’idée que l’entrepreneuriat est un phénomène qui crée une nouvelle organisation, pour Gratiner l’émergence de nouvelles organisations est le résultat de processus d’émergence des organisations.

La fonction d’innovation est donc importante et fait de l’entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d’innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices. Ils doivent connaître et maîtriser les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations, avec les meilleures chances de réussite.

➤ **Paradigme de l'innovation :**

La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Parmi les premiers qui ont travaillé sur le concept, SCHUMPETER (1928) qui a considéré que « L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons » (cité par FILION, 1997, p.06).

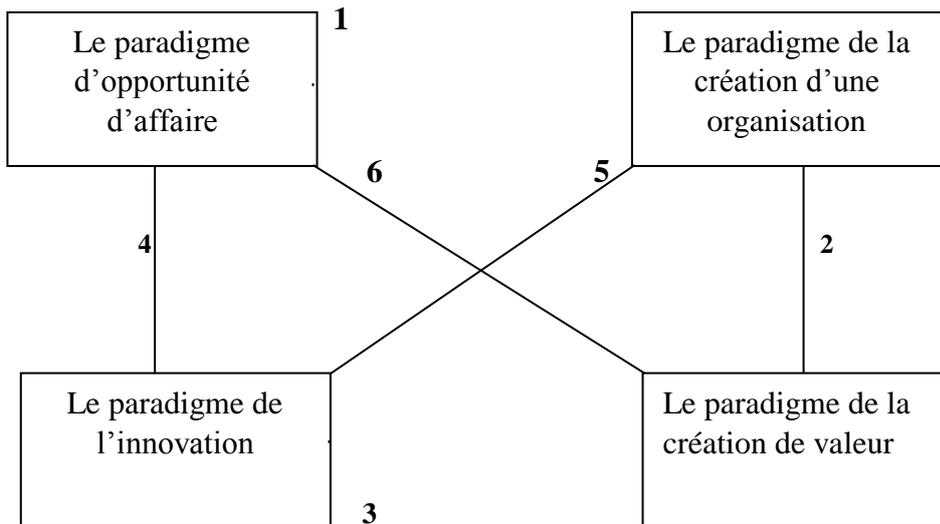
La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices. Ils doivent connaître et maîtriser les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations, avec les meilleures chances de réussite.

- **Le lien entre les quatre paradigmes**

Il n'est pas évident ni aisé d'analyser les corrélations possibles entre les paradigmes. Gartner montre que le concept de l'entrepreneuriat est fortement en corrélation étroite avec les paradigmes de la création d'organisation, de l'innovation, de la création de valeur et de l'opportunité²⁷. Pour illustrer cette idée de liens, nous avons élaboré un schéma simple :

²⁷ JAZIRI.R, (2009) : « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », Actes du Colloque International sur : « Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis », le 3-4 et 5 Avril, Gafsa, Tunisie, p15.

Figure N°04 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat



Source : VERSTRAETE T et FAYOLLE A, 2005, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, P44

Cependant, Verstraete et Fayolle ont mis en évidence six liens qui peuvent être présentés de la façon suivante²⁸ :

Lien 1 : Pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient, d'une façon ou d'une autre, de s'organiser. Les ressources diverses se cristallisent en une organisation (processus et/ou son résultat) ;

Lien 2 : l'organisation ne peut exister durablement (et l'entrepreneur conserver son statut par rapport à cette organisation-là) sans fournir à ses parties prenantes la valeur qu'elles attendent et dont elle tire les ressources nécessaires à son fonctionnement ;

Lien 3 : la création de nouvelle valeur et l'innovation sont des notions difficilement indissociables par ce que l'innovation réussie est toujours une source de valeur nouvelle, par contre la création de valeur nouvelle n'a pas systématiquement une innovation comme source unique. La création de valeur est reliée à l'innovation et à la création d'avantages concurrentiels durables ;

²⁸ VERSTRAETE T et FAYOLLE A, 2005, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, vol 4, n°1, France, P44.

Lien 4 : les opportunités qui sont le fruit d'innovation qui produisent de nouvelle croissance, une innovation peut répondre à la construction d'une opportunité sur le marché (la présentation d'un nouveau produit ou service) ;

Lien 5 : toute exploitation d'une innovation, à l'instar d'une opportunité, appelle une organisation et l'existence de celle-ci favorise les interactions créatives nécessaires à l'innovation ;

Lien 6 : une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifiée (l'identification peut renvoyer à la détection, à la construction ou à la combinaison des deux).

1.2 L'Entrepreneur

1.2.1 Définition de l'entrepreneur

Le phénomène entrepreneurial est constitué de trois dimensions permanentes, à savoir l'organisation créée, l'environnement et l'entrepreneur. Ce dernier constitue le sujet et l'acteur du phénomène, c'est de son action et de ses caractéristiques et compétences que résulte l'émergence d'une organisation.

Selon Richard Cantillon (1726), « *est un entrepreneur celui qui s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre.* »²⁹ Pour Cantillon, l'entrepreneur est donc quelqu'un qui sait saisir une occasion en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. Selon Filion (1988), « *un entrepreneur est une imaginative, caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possible et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial.* »³⁰

²⁹ Reprit par HERNANDEZ Emile-Michel dans « L'ENTREPRENEUR Approche théorique »

³⁰ LOUIS JACQUES, F « le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances », 1997, vol 10, N°2

Selon Jean-B Say, définit cet acteur comme «*celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque.*»³¹ SAY associe l'entrepreneur à l'innovation, il voit l'entrepreneur comme un agent de changement.

Un entrepreneur est quelqu'un qui sait mobiliser des ressources financières dans une situation donnée, incertitudes et risques, en coordonnant les moyens nécessaires pour les exploiter. En sachant planifier, organiser, diriger et contrôler, et surtout, en processus d'innovation.

1.2.2 Caractéristique de l'entrepreneur :

De nombreuses études ont tenté d'identifier les caractéristiques qui prédisposent les individus à une activité entrepreneuriale. On spécifie deux caractéristiques³²

a. Caractéristiques démographiques

Plusieurs études ont examiné les liens possibles entre les caractéristiques démographiques d'un individu (par exemple, le sexe, l'état matrimonial) et sa propension à considérer l'entrepreneuriat comme un choix de carrière. Par exemple, l'âge est généralement associé à un comportement plus conservateur, poussant les individus vers des objectifs de salaire et de sécurité d'emploi. Le sexe aide à déterminer les opportunités d'emploi et les voies vers les réseaux de carrière personnels, et les hommes sont plus susceptibles d'être plus impliqués dans le processus entrepreneurial que les femmes, un avantage plus élevé dans la réussite est lié aux barrières éducatives, aux traditions, aux pressions familiales et à l'environnement professionnel.

b. Caractéristiques psychologiques

Plusieurs recherches se sont penchées sur la personnalité des entrepreneurs. Ils se concentrent sur les caractéristiques ou traits psychologiques qui distinguent les entrepreneurs des autres groupes professionnels. Les traits peuvent être définis comme des traits de personnalité durables qui se manifestent par un comportement relativement cohérent face à une grande variété de situations. L'objectif principal de la recherche sur les traits est de déterminer ce qui pousse une personne à s'engager dans une activité entrepreneuriale, identifiant ainsi les traits psychologiques qui peuvent prédire un tel comportement entrepreneurial. Ces études portent spécifiquement sur les métiers suivants : Le besoins d'accomplissement, La prise de risque, La confiance en soi.

³¹ SAY, J-B, cité par LE VAN-LEMESLE, L, « L'éternel retour du nouvel entrepreneur ». Revue Française de Gestion, septembre octobre 1988, p 134-140

³² Julien P.A, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », 2ème Ed, De Boeck supérieur sa, 2016, P.42.

- **Les besoin d'accomplissement** : Les recherches sur les traits ont pour objectif de démontrer qu'une des caractéristiques principales du comportement entrepreneurial dans le besoin d'accomplissement, c'est-à-dire le besoin d'exceller et d'atteindre un certain but dans un objectif d'accomplissement personnel (Mc Clelland, 1961). Ce besoin est de se réaliser, d'exploiter et de mettre en valeur son potentiel.
- **La prise de risque** : Créer une entreprise où commercialiser une innovation comporte un risque plus élevé, plusieurs études ont montré que, dans la plupart des cas, les jeunes entrepreneurs connaissent mal ses coûts et les potentialités du marché, les experts s'accordent à dire que la prise de risque est la caractéristique qui distingue les entrepreneurs des autres individus.³³
- **La confiance en soi** : La confiance en soi, c'est avant tout se connaître, c'est-a-dire croire en son potentiel et ses capacités. C'est la confiance dans la capacité d'une personne à effectuer efficacement certaines actions. Les personnes ayant une grande confiance en soi sont plus susceptibles de persister lorsque des problèmes surviennent et de prendre des mesures pour les résoudre. Ils seront plus intuitifs, auront de plus grands espoirs de réussite et s'engageront dans une vision à long terme.

Tableau N°03 : Les caractéristique des entrepreneurs (l'approche comportementale)

| Innovateur | Besoins de réalisation |
|---------------------------|--|
| Leaders | Internalité |
| preneur de risque modéré | Confiance en soi |
| Indépendants | Implication à long terme |
| Créateurs | Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude |
| Énergétique | Initiative |
| Persévérants | Apprentissage |
| Originaux | Utilisation de ressources |
| Optimistes | Sensibilité envers les autres |
| Orientés vers le résultat | Agressivité |
| Flexibles | Tendance à faire confiance |

³³ Cachan J. C « Entrepreneur : pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Revue du Nouvel-Ontario, N°13-14. P22

| | |
|---------------|------------------------------------|
| Débrouillards | Argent comme mesure de performance |
|---------------|------------------------------------|

Source : Berber (2014, P.21)

1.3 La Création d'entreprise

1.3.1 Définition de la création d'entreprise :

C'est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encouragé par les pouvoirs publics pour développer la création d'emploi, elle est freinée par de nombreux obstacles tant administratifs, qu'économiques, que sociaux, que psychologique ou que culturels.

La création d'entreprise est pour la plupart des entrepreneurs une réponse à une situation non désirée, elle répond davantage à un besoin de création de son propre emploi qu'à une volonté d'accomplissement ou une recherche d'indépendance. La création d'entreprise devient la production statut social en dehors de toute dépendance où la famille intervient dans la faisabilité de l'acte entrepreneurial. Est un « fait économique, technique et culturel du milieu c'est-à-dire que toutes les manières d'être de l'individu, sa formation, sa trajectoire professionnelle et relationnelle dépend du milieu socioculturel dans lequel il a évolué. La création d'entreprise est une opération qui recouvre une variété de procédures administratives nécessaires à la nature de l'activité, et l'incorporation des divers moyens prédisposés chez l'investisseur, ainsi que la trajectoire initiale que le projet exige à parcourir.

1.3.2 Les types de création d'entreprise

Alain Fayolle construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise, qui sont comme suit :

a. La création de reproduction

Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour la création est faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise rassemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont faibles car il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.

b. La création imitation

L'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaye de montrer et développer une entreprise en utilisant formule bien établie. Le niveau d'incertitude cette fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.

c. La création innovation-valorisation

Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur , mais la nouveauté est grande pour l'environnement .Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire .Le niveau d'incertitude est la fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients) et la fonction des aléas de la mise au point technique et industrielle du projet .

d. La création innovation-aventure

Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet a des adaptations et à des changements fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources d'aventure.

Section 2 : les startups et les incubateurs

Une start-up est une entreprise de création récente qui a pour objectif de mener des activités innovantes, et de profiter d'un énorme potentiel de développement.

○ 2.1 Généralité sur les start-ups

2.1.1 Définition de start-up

D'après EZRATTY, une start-up est une entreprise de forte croissance, au-dessus de la moyenne, et qui s'appuie en général sur un business scalable. Il existe souvent un décalage entre le démarrage de la start-up et celui des sources de revenu. Parce qu'il faut du temps pour créer l'offre et ou capter des utilisateurs et clients. Cela induit une notion de risque élevé,

même si dans le faits la création d'un business dans des secteurs traditionnels présente aussi pas mal de risques.³⁴

Selon Vernimmen, une entreprise qui vient d'être lancée par ses dirigeants et actionnaires. Elle n'a pas de passé, ni probablement d'actifs corporels importants et elle évolue souvent dans un environnement technologique très mouvant. Enfin, ses flux de trésorerie disponibles sont négatifs pour quelque temps : son niveau de risque spécifique est donc très élevé ce qui explique qu'elle n'a pas d'autre choix que de se financer par capitaux propres ».

Le mot start-up vient de l'anglais américain « start-up company » en français c'est une « entreprise qui démarre ». Le mot start-up se décompose en deux :

- Start : qui veut dire commencer ou démarrer une nouvelle entreprise,
- Up : c'est pour la phase d'accélération de son développement.

D'après ces définitions précédentes une startup est une entreprise en construction qui n'est pas encore lancée sur le marché commercial ou seulement à titre expérimental. Elle est en phase plus ou moins longue de développement d'un produit, d'une idée, d'une étude de marché et de recherche de partenaires professionnels, techniques. En effet les startups sont considérées comme création d'entreprises innovantes.

2.1.2 Les étapes de création d'une start-up :

Dans cette sous-section nous allons citer les étapes pour la création d'une start-up

Étape 1: Trouver une idée

La première étape de la création d'une start-up c'est d'abord de trouver une idée. Il faut assurer qu'elle est bien pertinente, unique et nouvelle. Il faudra d'abord :

- Lister ses compétences
- Définir une idée qui sera utile
- Formuler clairement l'idée
- Essaye de formuler toutes les questions qu'un client potentiel se poser face à cette idée.

Une fois que l'idée est claire et réfléchie, il est nécessaire de faire une étude de marché pour ajuster ses services et ses produits.

³⁴ EZRATTY. O, (2014), « Guide des startups : High-Tech en France », 18eme édition, P 13

Étape 2 : Réaliser un business plan

La réalisation d'un business plan est une étape essentielle pour tout entrepreneur. Pour les start-up, l'importance est encore plus prononcée car il faut absolument convaincre les investisseurs de boucler le financement du projet et anticiper sa rentabilité.

Pour effectuer un premier pas dans le secteur d'activité, il est possible de recourir à la « love Money », somme d'argent récoltée auprès de la famille et des amis. « Love money » est une alternative intéressante.

Étape 3: Montrer son projet et formaliser :

Une fois le concept de startup identifié et évalué, cette étape comprend la mise en place de son projet et le formaliser. Il permet d'évaluer la faisabilité d'un projet et son potentiel grandir. Elle passe par l'établissement de plusieurs éléments, notamment :

Le business plan avec la présentation du projet et ses aspects financiers ;

L'exécutive summary, un document synthétisant les grandes lignes du business Plan ; Le business model, ou modèle économique ;

Le pitch, c'est un discours qui permet de présenter et valoriser rapidement le projet. Tous ces éléments permettront aux investisseurs d'évaluer le projet de création de la start-up, sa faisabilité et sa rentabilité.³⁵

Étape 4 : Rechercher de financement

Après la formalisation de son projet l'entrepreneur doit passer par l'étape de recherché de financement, dans cette étape on va illustrer les modes de financement notamment :

- **Autofinancement** : un apport personnel ou familial sera un atout indiscutable pour la création d'une Start up.
- **Les aides et subvention de l'état :**

Le fonds d'appui et de développement de l'écosystème Start up n°302-150, publier dans la loi de finance 2020 et la loi de finance complémentaire qui comprend les redevances, le financement des études de faisabilité, de l'élaboration du business plan, des formations et de l'incubation des Start up et la promotion de l'écosystème Start-up:

*ANSEJ (agence nationale de soutien à l'emploi de jeune): est un organisme public d'accompagnement des porteurs de projets en vue d'expansion et de création de micro-entreprise dont elle octroie un aide financier par l'apport de fonds sous forme de prêt.

³⁵ ZIOUAL.ET, op, cit, p 2-3

*CNAC (caisse nationale d'assurance chômage): est une institution publique de sécurité social. la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans.

*ANGEM (agence nationale de gestion du microcrédit): est un organisme public à caractère spécifique qui a pour but d'octroyer des microcrédits non rémunérés à des catégories de citoyens âgés de plus de 18 ans.

- **La prise de participation du capital:**

Il existe des sociétés dites "Leveuses de fonds" qui peuvent aider les créateurs d'entreprises, contre une rémunération, un montre le plan d'affaire et à la présente à des investisseurs.

* Les business angels d'un autre côté sont des actionnaires qui ont été au préalable entrepreneurs, ont fait fortune et ont cédé leurs entreprises. Ils aident au management, et ils veulent avoir un gain quand ils revendent leur action. Exemple: Casbah Business Angels.

*El Djazair Istithmar, société du capital investissement est une filiale de deux banques publiques la BADR et la CNEP banque, elle a principalement pour but de couvrir la participation en numéraire, minoritaire et temporaire dans le capital social d'une PME.

- **Gain des concours :**

Ce mode de financement est basé sur la participation des concours pour les porteurs de projets, dont le gagnant bénéficie un prix sous forme de capital.

- **Le financement participatif (Crowdfunding):**

Pour financer la création d'une start-up, peuvent miser sur le crowdfunding ou financement participatif. Ce type de financement peut se présenter sous forme de prêt, de don ou de participation au capital.

-**Le don:** l'épargnant ne recevra pas de contrepartie financière pour son soutien, mais pourra bénéficier de cadeaux, d'accessoires, d'un accès privilégié au projet en contrepartie de sa donation.

- **Le financement avec prise de participation:** comme le nom l'indique, l'internaute acquiert une participation directe dans le projet et pourra recevoir en contrepartie des dividendes.

- **Le prêt participatif:** C'est -à -dire des prêts entre particuliers avec versement d'intérêts.

Etape 5: Choisir une forme sociale pour créer sa start-up

Le choix de la forme juridique de création d'entreprise dépend de l'entrepreneur. De plus, aucune loi ne confère à cette structure un statut particulier. Pour cette raison, il est

recommandé de choisir parmi des formes juridiques flexibles pour vous adapter aux besoins changeants de votre start-up.

Une start-up regroupe le plus souvent plusieurs membres fondateurs et des investisseurs lors de sa phase de création. Ceci permet de financer la phase de lancement de la jeune entreprise. Il est alors conseillé d'opter pour un statut juridique permettant d'accueillir plusieurs actionnaires ou associés.

Pour créer une start-up, les formes sociétales pluripersonnelles suivantes demeurent majoritairement recommandées :

- La SARL (Société à Responsabilité limitée) ;
- La SAS (Société par Actions Simplifiée) ;
- La SA (Société Anonyme)

Etape 6: Lancer sa startup

Cette dernière étape consiste à créer la start-up elle-même. Elle rassemble les démarches relatives à la création d'une société. Elle comprend plusieurs phases du choix du statut juridique à la l'immatriculation de la start-up. Les formalités à remplir dépendent de la forme juridique choisie. De manière générale, elles comprennent :

- La rédaction des statuts de la start-up ;
- Le dépôt et l'enregistrement des statuts ;
- La déclaration des activités de l'entreprise ;
- La publication se portant sur la constitution de la start-up sur un journal d'annonces légales ;
- L'immatriculation de la start-up.

Toutefois, les démarches de création d'entreprise sont souvent difficiles à réaliser, et les erreurs sont nombreuses lorsque vous n'avez pas ou peu de connaissances juridiques. De plus, le recours à un professionnel du droit (avocat, expert-comptable...) peut s'avérer très onéreux.³⁶

2.1.3 Caractéristiques d'une start-up :

- **Temporaire :**

Une Start-up n'a pas vocation à le rester toute sa vie. Être start-up n'est pas un objectif en soi. Peter THIEL, célèbre entrepreneur de la Silicon Valley " de passer de zéro to 1 de transformer

³⁶ Zioual.T''créer et développer une startup' cours à l'université d' IBN KHALDOUN, TIARET p 3, 4

une idée en entreprise, de trouver une nouvelle manière de rendre un service, de créer de la valeur".

- **Recherche d'un business model :**

Être une startup c'est apporter de la valeur à des clients avec un produit ou un service que personne n'a jamais fait avant. Et l'enjeu d'une startup est de trouver et construire le Business Model qui va avec. Un Business Model qui n'est pas calqué sur une structure existante, et qui n'est pas forcément évident au lancement de la structure.

- **Industrialisable / reproductible :**

Le concept de reproductibilité désigne la capacité du modèle à être répliqué dans d'autres implantations, pour d'autres segments de marché, avec le même processus de vente et de marketing. Une start-up cherche un modèle qui une fois qu'il fonctionne, peut être réalisé à grande échelle, dans d'autres lieux une fois qu'il fonctionne.

- **Scalabilité**

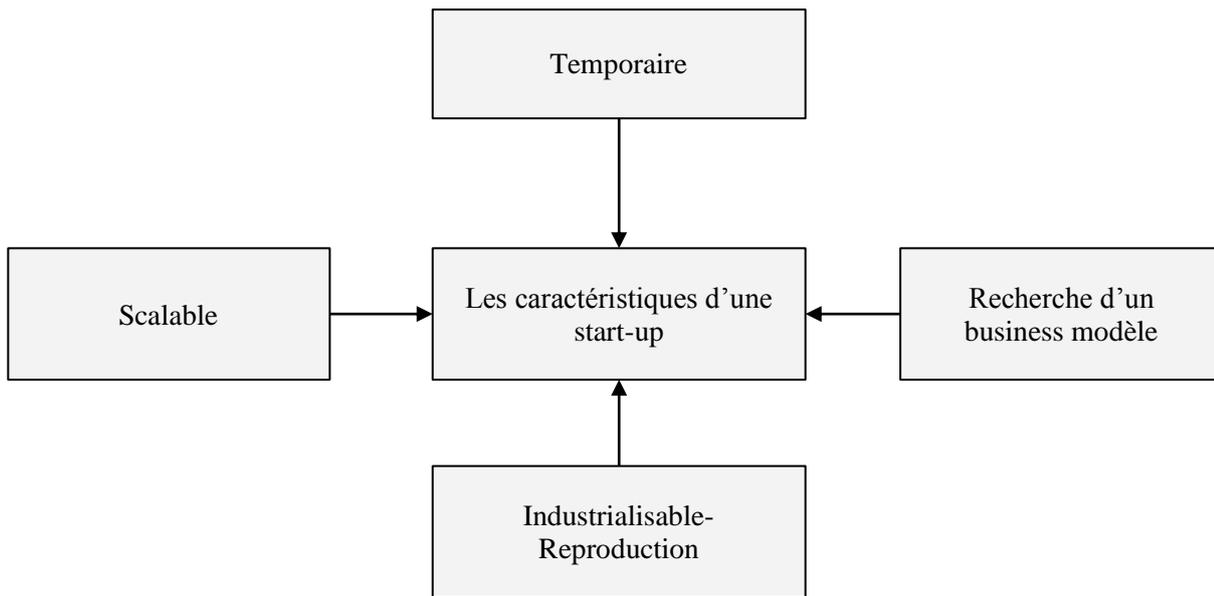
L'autre caractéristique d'une startup, c'est sa scalabilité. Le fait d'avoir un modèle où plus le nombre de clients n'augmente, plus les marges sont grandes. Les premiers clients coûtent plus chers que les suivants, et ainsi de suite. C'est cette scalabilité, et le fait que le modèle soit reproductible, qui permet aux startups de grandir si vite et si loin, en peu de temps, comparativement à une entreprise plus classique.

Ce n'est donc pas parce que votre boîte est cool, que les salariés portent des baskets et des sweats à capuches, ou encore parce qu'il y a un baby-foot dans la salle de pause, que vous êtes une startup. Travailler dans le numérique ne suffit pas non plus.

Si vous voulez entreprendre, ne cherchez donc pas à créer une startup à tout prix, ou à vouloir en être une, juste parce que c'est tendance. Créer la meilleure structure qui permettra de répondre aux problèmes que vous voulez résoudre. Et n'oubliez pas de trouver un modèle économique en cours de route³⁷

³⁷ DJEKIDEL.Y, DOUA.M, MERRA.R, (2021) « La startup en Algérie : Caractéristiques et Obligations », Revue d'excellence pour la recherche en économie et en gestion. ISSN 2572- 0171 Vol 05, N°01,

Figure N°05: Les caractéristiques des start-ups



Source : réalisé par nous-mêmes.

○ 2.2 Les incubateurs

2.2.1 Définition de l'incubateur

Le terme incubateur a été défini de diverses manières, certains auteurs définissant un incubateur comme une organisation qui facilite l'émergence et la croissance des entreprises en fournissant des bureaux, des services partagés et une aide au démarrage. Les incubateurs sont des organismes d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise. Leur mission principale est de former les porteurs de projets innovants, certains incubateurs s'adressent aux nouveaux projets : start-up, alors que d'autres sont destinés aux entreprises en recherche de croissance.

L'incubation d'entreprises est un processus de soutien aux entreprises qui accélère le développement réussi des entreprises en démarrage et des entreprises naissantes en fournissant aux entrepreneurs un ensemble de ressources et de services ciblés.

Ces services sont généralement développés ou orchestrés par la direction de l'incubateur et offerts à la fois dans l'incubateur et par son réseau de contacts. Et par le biais de son réseau de contact. Un incubateur est donc un organisme qui aide et accompagne la création d'entreprises, dont la mission principale est d'accompagner des personnes à travers des projets innovants et technologiques. Certains incubateurs s'adressent à des projets naissants, tandis

que d'autres s'adressent à des entreprises qui cherchent à grandir ou même à se développer, chaque mode d'admission propre à l'établissement.

2.2.2 Les différents modèles de l'incubateur:

a. L'incubateur de développement économique local

Ce type d'incubateur est le plus ancien et le plus nombreux (Albert et coll., 2002). Les incubateurs de développement économique local sont généralement plus larges que les autres types et sont davantage axés sur le développement économique local que sur la rentabilité rapide et élevée d'une entreprise particulière.

En fait, comme les incubateurs à but non lucratif, ils sont lancés par des personnes et leurs finances sont généralement publiques. Les incubateurs de développement économique local visent à développer les PME pour créer des emplois et accélérer les activités économiques. Au départ, leur soutien consistait à fournir des espaces locatifs et des services administratifs partagés au profit de l'économie. Ensuite, le support a été ajusté en fonction des besoins des clients. Maintenant, le modèle est divisé en clients ciblés, les services qu'il fournit et l'endroit où il opère³⁸

b. L'incubateur universitaire ou scientifique

Souvent au cœur d'une stratégie d'innovation. L'incubateur universitaire est engagé dans les entreprises de haute technologie. Son objectif principal est d'améliorer les résultats de recherche, ils ont la spécificité d'accompagner la clientèle du chercheur qui n'ont pas « naturellement » les caractéristiques et les compétences typiques des entrepreneurs. Cet accompagnement demande donc une attention plus particulière à l'entrepreneur derrière le projet, étant donné qu'il détient en lui la valeur de l'entreprise.

Ces structures sont souvent des pré-incubateurs d'entreprises, donc ils interviennent à même les institutions universitaires, avant que le projet soit concrétisé. Le modèle économique de l'université est l'incubation. Il est principalement utilisé en biotechnologie, notamment en biotechnologie de la santé (Albert et al. 2002). L'utilisation de locaux et de laboratoires de type universitaire fournit des outils de haute technologie et des équipements spécialisés. Il est peu probable que de nouvelles entreprises soient en mesure de s'offrir ce type d'équipement, ce qui constitue une excellente incitation à intégrer ces installations. De plus, compte tenu du

³⁸ ZINA.A, ABDELMADJID.O, DJILALI.B, (2020), « L'accompagnement dans la création d'entreprise l'expérience d'incubateur en Algérie : le cas de cyber parc sidi Abdallah », actes de la deuxième conférence internationale sur la francophonie économique, université Montréal canada, p17

calendrier des entreprises de biotechnologie, souvent pendant des décennies, il est peu probable qu'elles rentabilisent de telles choses à court terme (Mêlé, 2007)³⁹

c. L'incubateur propriété d'une firme

Les incubateurs à l'intérieur de grandes firmes peuvent viser différents objectifs. Souvent utilisés pour développer l'esprit d'entreprise de leurs employés, ils peuvent permettre à une grande entreprise de garder sous sa tutelle des employés de grand talent qui souhaitent démarrer une entreprise qui utile à l'entreprise mère. Il existe donc des structures connexes afin de conserver ces talents à l'interne tout en leur laissant la latitude désirée pour développer un projet qui leur est cher (Albert et coll., 2002).

Ce concept est aussi connu sous l'appellation d'essaimage, qui est traité dans l'ouvrage « L'essaimage d'entreprises », de Fillion et coll. (2003). Il arrive plus souvent que la conjoncture économique nécessite ce type de structure, lorsque l'entreprise ne parvient plus à employer sa main-d'œuvre et qu'elle désire réduire ses charges. Selon Fillion et coll. (2003), 70 % à 90 % des entreprises qui naissent de cette manière ont tendance à survivre après cinq ans, ce qui est supérieur à la moyenne.⁴⁰ Même si certaines d'entre elles restent dépendantes d'une seule grande entreprise donneuse d'ordres, certaines peuvent, selon les auteurs, développer une expertise grâce à la flexibilité de la structure administrative d'une PME

d. L'incubateur privé de capital de risque

Les investisseurs en capital-risque utilisent le modèle d'incubation d'entreprises pour un certain nombre de raisons. Le potentiel économique d'équité en incubation est avancé, que ce soit au niveau des services aux entreprises ou au niveau de l'immobilier. C'est une caractéristique de la collaboration entre les entreprises et ajoute de la valeur à la prestation de services de ces entreprises. Les échanges commerciaux entre entreprises, notamment dans divers secteurs, créent de l'activité économique entre entreprises au sein de l'incubateur (Albert et al. 2002).

Ces structures visent principalement le profit, en accélérant le démarrage d'entreprises technologiques principalement. Donc, il est certain qu'ils souhaitent créer des entreprises, mais ce n'est pas un but en soi, leur structure d'affaires s'applique bien aux entreprises liées

³⁹ MARCIL.F., op.cit., p37

⁴⁰ ZINA.A, ABDELMADJID.O, DJILALI.B, op.cit, P5

aux technologies de l'information. Ces dernières créent rapidement de la valeur et demandent habituellement peu d'espace locatif (Albert et coll., 2002).⁴¹

e. Les incubateurs virtuels

Mentionnons aussi qu'il existe également une structure d'incubation d'entreprises, dite virtuelle, qui n'offre pas de locaux, mais plutôt de l'accompagnement complet à l'entreprise. Elle offre un soutien au sujet du financement, du marketing, de la gestion en général et un soutien technologique le tout jumelé un accès aux réseaux d'affaires⁴².

Ce type d'incubateurs est parfois appelé de l'incubation pure. Il est possible de faire le lien avec les fonctions l'incubateur virtuel et la volonté des communautés à renforcer leurs caractéristiques entrepreneuriales, par l'utilisation de l'incubation d'entreprises. La pertinence de ce type de référence d'accompagnement il est ajouté dans un processus relationnel d'échanges d'information « universelle » entre des entreprises locales.

Conclusion

Au cours de ce chapitre, nous avons illustré les notions de base de l'entrepreneuriat, la création d'entreprise ainsi les start-ups et les incubateurs. Un incubateur est un lieu d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprises ou de très jeunes entreprises. Souvent, elle traverse le processus de création, de l'idée à la création effective de l'entreprise. Son rôle est d'accompagner les jeunes entreprises dans la phase de démarrage, lorsqu'elles sont plus vulnérables. Après avoir défini l'objet de notre recherche, nous allons traiter dans le chapitre suivant l'économie de la connaissance et les startups en Algérie puis un exemple sur la startup " Wadifny"

⁴¹ MARCIL.F., op.cit., p38-39

⁴² Albert et coll., 2002.

Chapitre III :
Economie de la Connaissance et Startup en
Algérie

Chapitre III :

Economie de la Connaissance et Startup en Algérie

Introduction:

L'économie de la connaissance représente une nouvelle ère économique caractérisée par l'importance croissante du savoir, de l'innovation et de l'information. Dans ce contexte, les startups jouent un rôle clé en tant que moteurs de l'innovation et de la croissance économique.

L'Algérie, en tant que nation en développement, s'est également engagée dans cette transition vers une économie de la connaissance et a reconnu l'importance des startups pour stimuler son développement économique à long terme. Ces dernières années, l'Algérie a pris conscience de l'importance économique et sociale des start-ups innovantes et le rôle qu'elles peuvent jouer dans la création de richesse et d'emplois. La première section de ce chapitre examinera l'économie algérienne et l'émergence de l'économie de la connaissance dans le pays, ainsi les startups en Algérie

Section 1: Economie et de la Start-up en Algérie

L'économie de la connaissance se réfère à une économie basée sur production, la distribution et l'utilisation de connaissances et d'information. Elle met l'accent sur la création de valeur à travers l'innovation, la recherche et le développement, ainsi que sur l'utilisation efficace des technologies de l'information et de la communication.

Les start-up en Algérie, le pays connaît une émergence progressive de l'écosystème des start-ups ces dernières années. Les entrepreneurs algériens commencent à exploiter les opportunités offertes par l'économie de la connaissance. Dans cette section nous avons entamé sur l'économie algérienne puis l'économie de la connaissance en Algérie, ainsi les start-up en Algérie, enfin un exemple sur la start-up Wadifny.

1.1 L'Économie algérienne et son évolution

L'Algérie est relativement nouvelle dans l'expérience du développement économique et le pays a obtenu son indépendance depuis soixante ans. Cependant, cette expérience est, succès et espoir pour certains, échec et déception pour d'autres. A notre avis, l'étude de son évolution est importante pour comprendre tout événement économique, politique ou social en Algérie.

- **Économie planifiée (1962-1982)**

L'économie algérienne entre 1962 et 1982 a été caractérisée par une approche de planification centralisée et un fort interventionnisme de l'État, souvent désignée comme une période d'économie planifiée et d'État volontariste. Cette période a été marquée par les premières années de l'indépendance de l'Algérie et la volonté de mettre en place un modèle économique qui répondrait aux aspirations du pays nouvellement indépendant.

Les premières mesures économiques prises après l'indépendance, au nom d'une orientation socialiste de l'État pour rompre avec le système colonial du capitalisme exploiteur et prédateur, visaient la récupération des richesses nationales et l'instauration d'un système égalitariste (BOUHOU, 2009).

En effet, le secteur agricole n'a pas permis l'autosuffisance ciblée (l'achat des biens alimentaires distribués de 6% des importations en 1970 à 41% en 1980), et le secteur industriel a connu une très faible productivité (de 1967 à 1980, pour augmenter la valeur ajoutée de 1 dinar, il a fallu investir 11,2 dinars, 6 dinars pour l'ensemble des secteurs).

Tableau N° 04: Evolution de la structure du Produit intérieur brut PIB (en %)

| Secteur | 1960 | 1965 | 1980 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Agriculture | 18,58 | 12,88 | 8,51 |
| Industrie | 29,37 | 37,73 | 57,65 |
| dont industries manufacturières | 15,12 | 13,30 | 10,55 |
| dont Hydrocarbures | 11,10 | 13,12 | 31,50 |
| Services | 52,05 | 49,40 | 33,84 |

Source : BOUYACOUB (2010), p. 86.

Ce tableau donne un aperçu sur l'évolution du PIB dans la période allant de 1960 à 1980

- **Restructuration, réformes économiques et P.A.S. (1982-1998)**

Le début des années quatre-vingt a connu des changements importants en Algérie sur les plans politique et économique, avec l'arrivée aux commandes d'une autre équipe de dirigeants, et la remise en cause, certes déguisée et progressive du modèle de développement adopté pour gérer la contrainte de la dette.

En juin 1994, et en contrepartie d'un rééchelonnement de sa dette, l'Algérie se soumet à un plan d'ajustement structurel du FMI et de la Banque Mondiale sur la période 1994-1998 portant des mesures de stabilisation macro financière. Ces mesures consistent en la réduction du déficit budgétaire et des dépenses publiques, la remise des prix et du commerce extérieur, la dévaluation du dinar de près de 50% et l'assainissement et la privatisation des entreprises publiques non performantes.

Tableau N°05 : Evolution de la croissance du PIB 1990-1998 (en %)

| Année | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Croissance de PIB | -1,4 | 0,2 | -1,6 | -2,2 | -0,9 | 3,9 | 3,8 | 1,2 | 4,7 |

Source : CHERIET (2009), p. 29

- **Économie de marché et plans de relance publics (1998-2015)**

Le premier plan est destiné au soutien de la relance économique (2001-2004) et doté de 7 MD\$, le second est un plan de soutien à la croissance (2005-2009) d'une enveloppe de 50 MD\$ et portée à 100 MD\$ en 2006, le troisième est un plan de développement (2010-2015) et doté de 286 MD\$.

Le réseau routier a été étendu de 13 000 kilomètres dont une autoroute de 1 200 km dépendant du pays d'Est en Ouest, le réseau ferroviaire a été modernisé bien que les chantiers soient toujours en cours et le transport urbain a été renforcé (métro d'Alger, tramway, téléphériques). L'objectif de cet investissement public considérable est de réaliser une croissance économique endogène à long terme, en développant les infrastructures de base qui sont en retard dans le pays (transport, télécommunication, éducation et formation) et dont les externalités obtenues vont élever la productivité des facteurs de production et garantir ainsi une croissance et un développement économiques pérennes

- **2015 à ce jour :**

L'économie algérienne est largement dépendante des recettes en devises La seule ressource, les hydrocarbures. Cette économie est affectée négativement Chute des exportations de produits pétroliers accentuée par l'automne Les prix des produits pétroliers ont fortement augmenté. Le pays fait face à une grave crise économique Compte tenu de la demande croissante de biens de consommation et d'intrants diriger son économie. La prévoyance économique de l'Algérie a connu quelques dans le rouge depuis des années, le dinar continue

de baisser face aux devises étrangères, tandis que les prix du pétrole et du gaz ne cessent de baisser. D'autre part, l'industrie locale en dehors de l'hydrocarbure n'a pas encore atteint sa vitesse de croisière, encore moins L'investissement reste très faible.

Le dernier rapport de la banque mondiale sur les évolutions récentes de la situation économique en Algérie publié dernièrement affirme que le secteur des hydrocarbures continue de se contrecarrer face à la volatilité des prix du pétrole, et qui freine en partie les effets de la légère croissance hors hydrocarbures⁴³. Ces réformes ont eu des répercussions négatives sur le milieu socio-économique marquées principalement par : une augmentation de la pauvreté, des licenciements, des fermetures d'entreprises, une forte inflation et une hausse du taux de chômage.

1.2. L'Économie de la connaissance en Algérie

Le processus en Algérie a commencé lors de la conférence Marseille 1 en 2003, lorsqu'une importante délégation a participé à l'événement. Les organismes publics représentés comprennent le CDTA et un représentant de la Primature. D'autres participants viennent du secteur privé, d'institutions de formation ou d'associations de qualité. En 2003, une rencontre organisée par le Ministère des Postes et Télécommunications portera sur le thème du gouvernement soutenu par la Banque Mondiale.

La deuxième Conférence de Marseille en 2004 initiera l'institutionnalisation de ce processus. Toujours au cours de cette réunion, la première étude sur l'économie Connaissance de l'Algérie : Inventaire. Le niveau institutionnel est plus important : outre les établissements de formation, le secteur privé, les établissements de formation, le CNES sont également représentés Informel, pour les activités de suivi et de contrôle. En 2004, le Centre national de recherche spatiale a décidé d'auto-examiner les archives l'économie de la connaissance et prépare un rapport pour examen à sa 25eme session 7-9 décembre 2004 Ordinaire.

La troisième phase est la phase après la réunion de Tunis du Groupe économique algérien Knowledge, créé en 2005, avec un programme de travail dont l'un des principaux objectifs se prépare pour la première conférence nationale de l'EFC. En mai 2006, tenue à l'université Mostaganem, co-organisateur de la 1ère Conférence nationale sur l'économie de la connaissance Organisé par le Réseau Maghtech et l'Association Algérienne de Transfert de Technologie sur le thème Précis : « Une économie de la connaissance au service de la

⁴³ ABIR.F, (2019) : « La banque mondiale revient sur les évolutions récentes de l'économie algérienne : La Croissance économique », WordPress, le Maghreb, le quotidien de l'économie

croissance et du développement durable : À quels défis et opportunités l'Algérie est-elle confrontée ? » 29-30 avril 2006, très fréquenté Parties prenantes: des institutions de formation et de recherche, des entrepreneurs, des chercheurs universitaires, des experts algériens au niveau national et ceux de la diaspora. Y ont assisté également Mme la Ministre déléguée à la recherche et Mr le Ministre délégué au Développement Rural.⁴⁴

1.3 Cadre réglementaire des Startups

30% des revenus ou des bénéfices (IRG/IBS) dépensés dans le cadre des programmes d'*open innovation* réalisés avec des établissements ayant obtenu le label « Start-up » ou « *Business Incubator* », sont déductibles, jusqu'à un plafond égal à 200 millions de dinars.

Cette mesure vise à encourager les grandes entreprises à investir dans les start-ups et les incubateurs.

- Le premier point qui distingue les start-up des entreprises traditionnelles est leur définition ; en droit algérien, il n'existe pas à ce jour de définition de ces entreprises, mais référence est faite au décret exécutif n° 20-254 du 15 septembre 2020, qui la mise en place d'un Comité National de labellisation des Start up des « Projets Innovateurs et Incubateurs » ; définir sa mission, sa composition et son fonctionnement : M. Yacine El Mahdi OUALID Le Ministre de l'Économie de la Connaissance et des Start-up a proposé la définition suivante de ces start-up : « une start-up est une entreprise qui dispose du label start-up ; qui est un document juridique qui lui permettra de s'identifier auprès des administrations ; si elle remplit un certain nombre de conditions »
- Conformément à l'arrêté ministériel n 1275 du 27 septembre 2022 portant sur le mécanisme "un diplôme...une startup" ou "un diplôme...un brevet", le ministère a appelé à l'orientation des étudiants vers les incubateurs de projets universitaires ainsi que les plateformes technologiques.

⁴⁴ L'Algérie et les défis de l'économie de la connaissance /Abdelkader Djeflat, P11.

1.4 L'écosystème des Startups :

Ces dernières années, l'Algérie a pris conscience de l'importance économique et sociale des start-up innovantes et le rôle qu'elles peuvent jouer dans la création de richesse et d'emplois. Des mesures ont donc été prises par les pouvoirs publics, afin de donner lieu à un écosystème favorable au lancement et à la pérennisation de start-ups.

a. La labellisation:

Dans le but de promouvoir les start-up et accélérer leur croissance, et afin qu'elle puisse bénéficier d'un certain nombre d'avantages, le ministre délégué de l'économie de la connaissance et des startups a créé le haut conseil à l'innovation, qui a pour mission d'attribuer les trois labels suivants :

• Le label Start up en Algérie :

Destiné aux jeunes sociétés innovantes, c'est un document institutionnel qui leur permettra d'accéder à toutes les facilitations que l'Etat met à disposition des startups. Sur 3 516 demandes, 751 entreprises algériennes ont été labellisées start-up, depuis le début de l'année 2021, selon un article publié par Jeune Afrique

Le décret exécutif n°20-254 publié le 15 septembre 2020 dans le journal officiel de la république algérienne portant la création d'un comité national de labellisation auprès du ministre chargé des startups. La procédure de labellisation est entièrement réalisée en ligne, et les conditions d'obtention du label sont les suivantes:

- **Âge** : la société ne doit pas exister depuis plus de huit (8) ans
- **Innovation** : Le business model de la société doit s'appuyer sur des produits, ou des services innovants
- **Potentiel de croissance** : L'entreprise doit avoir un potentiel de croissance important
- **Chiffre d'affaire** : Le chiffre d'affaires annuel ne doit pas dépasser le montant fixé par le comité national (Fixé à 500.000.000 DA en 2021, soit 50 milliards de centimes)
- **Capital sociale** : il doit être détenu à, au moins, 50% par des personnes physiques, des fonds d'investissement agréés ou par d'autres sociétés disposant du label Start-up
- **Taille** : La société ne doit pas avoir plus de 250 employées.

Les entreprises disposant label Startup pourront aussi prétendre à un financement par le biais de l'Algerian Start Up Fund (ASF), société publique de capital-risque.

- **Le label projet innovante :**

Le label est destiné aux porteurs de projets innovants n'ayant pas encore créé de société. Il n'existe pas de critères précis pour l'obtention du Label, comme il en est pour le label Startup. La personne souhaitant obtenir le label « Projets innovants » est tenue de déposer une demande via le Startups.dz accompagnée des documents suivants :

- Une présentation du projet et ses aspects d'innovation
- Les éléments prouvant le fort potentiel de croissance économique (business model, business plan...);
- Les qualifications scientifiques et/ou techniques et l'expérience de l'équipe en charge du projet ;
- Tout titre de propriété intellectuelle et tout prix ou récompense obtenus

Le label (projet innovant) dure deux ans et est renouvelable deux fois. Les projets innovants pourront également être éligible à un financement par le biais de ALGERIAN STARTUP FUND -ASF

- **Le label incubateur :**

Ce label est accordé à toutes les structures publiques, privée ou en partenariat public-privé apportant un soutien au Start up et aux porteurs de projets, dont l'hébergement, la formation, le conseil et le financement. Disposer d'un personnel ayant les qualifications requises et/ou une expérience professionnelle suffisante dans le domaine de l'accompagnement des entreprises. Le label « incubateur » est octroyé au postulant pour une durée de cinq ans, renouvelable, dans les mêmes formes et son détenteur ouvre droit à des mesures d'aide et de soutien de l'Etat.

b. Structures accompagnatrices de Startups en Algérie :

L'écosystème entrepreneurial est propre à tous les environnements et à tous les pays. Dans cette partie du rapport, nous examinons les différents déterminants du système au niveau national. En se concentrant sur les mécanismes existants pour le financement de startups.

- **Structures d'incubations et d'accélération:**

Les incubateurs jouent un rôle important dans la construction de la confiance entre les porteurs de projet. Il parcourt tout le processus entrepreneurial et offre aux porteurs de projets une structure d'accompagnement solide, grâce à un grand nombre de dispositifs. Il facilite également la rencontre et la mise en réseau d'experts dans tous les domaines liés à l'entrepreneuriat. Exemple des incubateurs existe en Algérie comme le Cyber parc de Sidi Abdallah (2010), l'incubateur d'Ouargla (2012), l'incubateur Techno bridge de l'INTTIC

d'Oran (2013) et dernièrement la wilaya de Bejaia a marqué la création d'un nouvel incubateur ABP Space. Leurs missions principales sont d'accompagner et prendre en charge les entrepreneurs ou porteurs de projet innovants qui souhaitent créer une Start up.

Les accélérateurs sont également des dispositifs d'accompagnement destinés aux projets innovants, mais ils n'interviennent pas au même moment du développement des entreprises.

Les accélérateurs visent à donner un « coup de booste » à la croissance d'entreprises déjà formées et proposés une action flash d'une durée moyenne de 4 mois .Il est important de souligner que la sélection à l'entrée des accélérateurs est beaucoup plus compétitive que pour les incubateurs.

L'Algérie a récemment accueilli ses tous premiers accélérateurs publics « Algeria Venture », financé et réalisé par SONATRACH⁴⁵, il est adressé à la promotion et à la gestion des structures d'appui aux start-up.

Tableau N°06 : Structures d'incubations et d'accélération en Algérie

| Organisme | Mission et Objectifs | Exemple |
|--|--|--|
| Incubateur universitaire et scientifique (académique) | L'assistance dans la formulation du business model et du business plan. | Incubateur de l'ENP Incubateur ABP Space Incubateur l'ESAA |
| | La mise à disposition des porteurs de projets des locaux, des salles de réunion ... | |
| | L'accompagnement de la startup à comprendre, à s'insérer dans son environnement et l'assister dans sa recherche de financements. | |
| Incubateurs technologiques | Développement d'un écosystème favorable aux technologies de l'information et de la communication (TIC). | Cyber parc SIDI Abdallah |
| | Hébergement et accompagnement des porteurs de projets (TIC). | |
| | Accompagnement des porteurs de projet dans toutes les démarches auprès : des institutions financières | |

⁴⁵ « Société nationale pour la recherche, la production, le transport, la transformation, et la commercialisation des hydrocarbures » est une entreprise pétrolière et gazière algérienne. Créée le 31 décembre 1963. C'est un acteur majeur de l'industrie pétrolière.

| | | |
|---------------------------------|--|-----------------|
| Pépinières les démarches | Organisation des formations, proposition des conseils personnalisés sur le plan financier, juridique, fiscal, commercial et technique. | Sylabs |
| Accélérateurs | Aide a la recherche de financement à travers les fonds d'investissement publics ou privés. | Algeria Venture |
| | Accompagnement des startups dans leur développement et leur quête de rentabilité (ils s'intéressent aux startups avec un certain stade de maturité). | |

Source : Réalise par nous même

- **Structures de financement**

- **Les investisseurs étrangers:** Il existe très peu d'investisseurs étrangers dans le pays. L'Algérie n'attire pas autant d'investisseurs qu'elle le devrait. Bien que le pays reste attractif puisqu'il présente d'innombrable atouts, en pratique les contraintes et difficultés auxquelles est confrontée chaque investisseur sont encore nombreuses et rebutent un bon nombre d'investisseurs et entreprises étrangères notamment l'instabilité juridique, bureaucratie . . . , la complexité du marché, la règle du 51/49 %, la dévaluation du dinar. . . Pour ce qui est des levées de fonds des startups algériennes à l'étranger, elles résultent généralement d'autofinancement des entrepreneurs qui rapatrient leurs fonds étrangers en Algérie pour démarrer leurs startups.
- **Business angels :** Sont généralement des chefs d'entreprise, mais il existe également des professionnels ou des hommes d'affaires prospères, voire des entrepreneurs prospères. Cependant, aucune statistique ou étude n'est nécessaire pour identifier ces acteurs importants de l'écosystème et comprendre combien ils investissent. En dehors de ces investisseurs individuels dans les start-up, l'Algérie ne compte qu'un seul réseau actif de business angels, les Casbah Business Angels (CBA), qui a été intégré en 2012 dans le cadre du Programme d'opportunités économiques pour les jeunes algériens, organisé par une Initiative pour conduire le Communauté algéro-américaine vivant aux États-Unis. En plus de la CBA, trois autres structures ont été identifiées, mais elles donnent peu d'informations sur leur activité. Il s'agit de Créateurs d'Avenir et Business Angel Algérie Diaspora BAALDI.
- **Algerian Start up Fund (ASF) :** Créé en Octobre 2020, ASF est une société publique de Capital risque, qui prend en charge le financement des entreprises disposant du label Startup. L'ASF est née de la collaboration du ministère des Startups et de 6 banques publiques qui sont :
 - Banque nationale d'Algérie (BNA)

- Crédit populaire d'Algérie (CPA)
- Banque extérieur d'Algérie (BEA)
- Caisse nationale d'épargne et de Prévoyance (CNEP)
- Banque de l'agriculture et du développement rural (BADR)
- Banque de développement local (BDL)

Le fond d'investissement dispose d'une enveloppe de 1,2 Milliards de dinars. Les paliers de financement peuvent aller de 2,5 Millions de dinars à 20 Millions de dinars, et dépendent principalement de la maturité de la startup. L'ASF a récemment financé 71 projets parmi 247 demandes déposées par des porteurs de projets pour un montant global de 709 millions de DA, depuis sa mise en place début 2021. ASF est le premier acteur de financement des startups en Algérie

Tableau N°07: Total des engagements de l'ASF envers les startups et les projets innovants

| Session de financement | Nombre de Startups/ projet innovantes ayant reçu un accord de financement | Total des engagements par session |
|-------------------------------|--|--|
| Session 1 | 5 | 47 610 000,00 DZD |
| Session 2 | 7 | 94 000 000,00 DZD |
| Session 3 | 6 | 69 200 000,00 DZD |
| Session 4 | 5 | 58 000 000,00 DZD |
| Session 5 | 8 | 77 500 000,00 DZD |
| Session 6 | 7 | 52 720 000,00 DZD |
| Session 7 | 5 | 68 300 000,00 DZD |
| Session 8 | 5 | 42 700 000,00 DZD |
| Session 9 | 7 | 64 500 000,00 DZD |
| Session 10 | 8 | 57 600 000,00 DZD |
| Session 11 | 8 | 77 000 000,00 DZD |

Source: Algerian Startup Fund (ASF)

- **Algeria venture (A-VENTURE) :** Le Décret exécutif n° 20-356 du 14 Rabie Ethani 1442 correspondant au 30 novembre 2020 portant création de l'établissement de promotion et gestion des structures d'appui aux start-up et fixant ses missions, son organisation et son fonctionnement. Il est créé sous la dénomination « Établissement de promotion et de gestion des structures d'appui aux start-up », par abréviation « Algeria Venture », un établissement public à caractère industriel et commercial, désigné ci-après l'« établissement ». L'établissement est régi par les règles applicables à l'administration dans ses relations avec l'Etat, et est réputé commerçant dans ses rapports avec les tiers.

A-Venture propose des programmes coaching et des formations au profit des start-ups, il organise également des appels à candidatures pour sélectionner les projets les plus viables économiquement, et accompagne les startups durant toute la période d'accélération⁴⁶. L'accélérateur permettra également aux startups de rechercher des financements pour leurs projets innovants via L'ASF et d'autres fonds d'investissement public ou privé.

Tableau N°08: Les quatre piliers de l'économie de la connaissance

| Piliers de la connaissance | Variables de base |
|--|--|
| Indication économique et régime institutionnel | -Barrières tarifaires et non-tarifaires -Droits de propriété -Réglementation |
| Education et ressources humaines | Alphabétisation des adultes -Inscription dans le secondaire - Inscription dans le supérieur |
| Système d'innovation (SNI) | -Nombre de chercheurs en recherche et développement (R&D) par million d'habitants- Nombre de brevets octroyés par l'us Patent and Trademark Office(USPTO) par million d'habitants. -Articles publiés dans les journaux et techniques par million d'habitants |
| Infrastructures d'information | -Téléphones par 1000 habitants -Ordinateurs par 1000 habitants -Utilisateurs d'internet par 10000 habitants |

⁴⁶ Formation coaching et accompagnement, www.startup.dz/algeria-venture

1.5 Position de l'Algérie dans l'indice de l'économie de la connaissance

Après avoir introduit le concept l'EFC, nous approfondirons notre réflexion ci-dessous en examinant la position de l'Algérie dans le cadre de l'économie de la connaissance.

- **L'Algérie dans les indices de l'économie de la connaissance (KEI) et (KI)**

Évaluer la position des pays dans le cadre économique, il est entendu que l'Institut de la Banque mondiale (WBI) a développé une base de données couvrant 100 pays et 69 variables. La méthodologie WBI consiste à classer les pays sur la base d'un indicateur composite de connaissances. Ceux-ci se composent de :

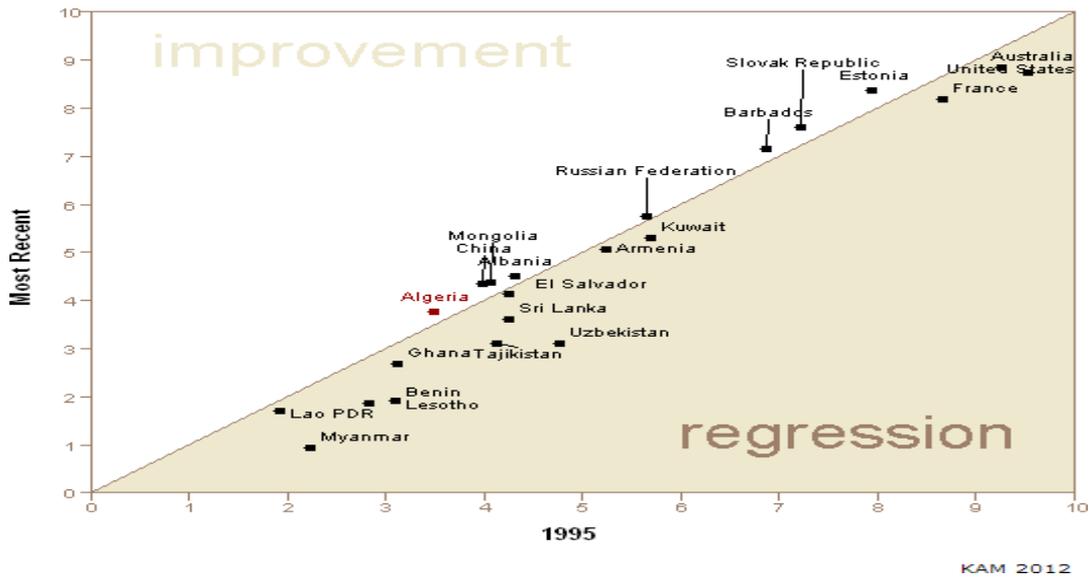
- KEI (Knowledge Economy Index) ou indice économique Connaissance de l'utilisation des évaluations d'indicateurs composites ;
- Le KAM (Knowledge Assessment Method) est construit à partir d'une série de 14 indicateurs qui permettent une évaluation complète des progrès EFC d'un pays.

- **L'indice KEI pour l'Algérie :**

Base de calcul de l'indice de l'économie de la connaissance (KEI) Base du score de performance moyen d'un pays Position d'une région sur les quatre piliers de l'économie du savoir : Programmes d'incitation économique, éducation, innovation et Technologies de l'information et de la communication.

Selon la Banque mondiale, l'Algérie a une position faible dans le KEI par rapport au reste du monde (Figure 05). Pour l'Algérie, l'indice est proche de 2 sur 10. Il est relativement proche du Pakistan, du Ghana, du Kenya et d'autres pays. Cependant, l'Algérie se situe au-dessus de la diagonale, ce qui signifie que sa position s'est améliorée au cours des deux périodes. En effet, le KEI algérien s'est amélioré de 11,38%. Cette évolution est bien loin de la Jordanie (38,60%) et de la Tunisie (21,56%).

Figure n°06 : L'Algérie dans l'indice KEI



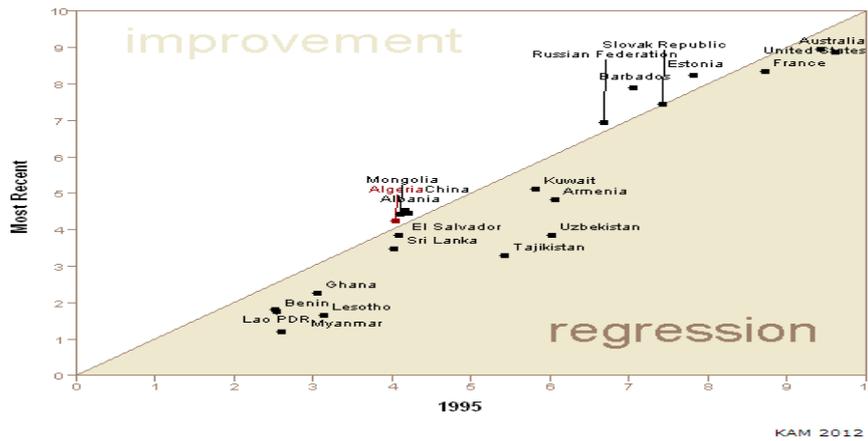
Source : WDI, 2012

Le KI (knowledge index) est la moyenne simple des performances d'un pays ou d'une région dans les trois piliers de l'économie fondée sur la connaissance: l'éducation, l'innovation et les technologies de l'information et de la communication. La même conclusion pour l'Algérie en termes de l'indice de KI.

En effet, l'indice KI de l'Algérie est compris entre 2 et 3. Dans cet intervalle, se situent des pays tels que le Pakistan, le Kenya et le Maroc et des régions telles que l'Afrique et l'Asie du sud. L'Algérie se positionne légèrement au-dessus de la diagonale ce qui signifie qu'elle ses performances en termes de KI ne sont pas beaucoup améliorées.

En savoir plus sur l'évolution des 4 piliers économiques Les connaissances en Algérie se sont considérablement améliorées au cours de la dernière décennie. Le changement le plus important s'est produit au niveau du pilier du régime d'incitation, qui a augmenté de 42,51 % par rapport à 1995. Des progrès significatifs ont également été réalisés au niveau du pilier des infrastructures de communication, estimés à 26,63%. Au niveau de l'éducation, en revanche, l'Algérie a régressé de 4,52%.

Figure N°07 : L'Algérie dans l'indice KI

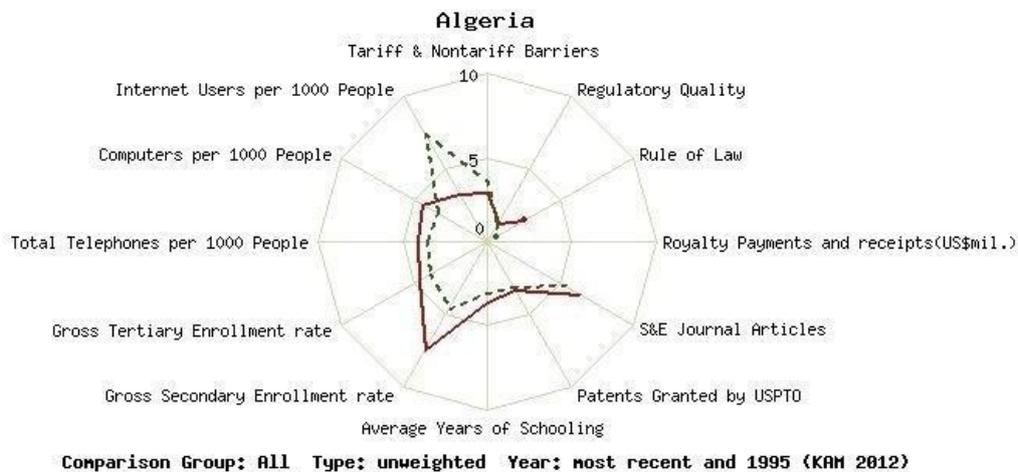


Source : WDI, 2012

● **L'Algérie dans la méthodologie du KAM**

KAM (Knowledge Assessment Methodology) donne un aperçu d'un pays ou d'une région selon chacun des 4 piliers Le CEF. Il comprend 14 variables standard : deux variables d'exécution et Il existe 12 variables de connaissance, dont 3 représentent les 4 piliers de l'économie de la connaissance.

Figure N°08 : La toile relative aux piliers de l'économie de la connaissance en Algérie



Source : WDI, 2012

Les comparaisons pour les 13 variables de base du KAM sont faites pendant l'année 1995 ou pour la période la plus récente. L'examen de l'évolution de la toile relative aux piliers de l'économie de la connaissance permet de constater qu'il y a d'une manière générale une

amélioration assez importante de l'évolution dans le sens de l'EFC. Cependant, cette amélioration reste insuffisante.

L'Algérie est en deçà de la moyenne des performances réalisées par la région du Moyen Orient et de l'Afrique du Nord (MENA). Une vue plus détaillée des scores obtenus pour l'Algérie confirme certaines tendances déjà examinées. Les scores n'évoluent pas sur la même cadence c'est-à-dire que l'évolution est trop lente de certains piliers par rapport à d'autres. Ce qui risque de réduire les effets d'externalités 11. En effet :

- L'évolution est significative concernant les progrès accomplis en matière de réglementation, la croissance du PIB, du développement humain et à moindre degré le taux d'alphabétisation des adultes
- Une évolution moins notable au niveau des scores en matière d'enseignement secondaire et les publications scientifiques et à moindre degré en ce qui concerne le taux d'inscription à l'enseignement supérieur ;
- Une évolution très remarquable en matière d'infrastructure des TIC mais insuffisante par rapport au potentiel existant ;
- Une quasi-stagnation dans l'évolution des barrières tarifaires et non tarifaires, de droit de propriété et de Brevets octroyés par le bureau US des patents (USPTO)⁴⁷.

Tableau N°09 : Les variations des variables KAM

| Variables KAM | Récent date | | 2000 | |
|---|-------------|------------|--------|------------|
| | Actual | Normalized | Actual | Normalized |
| Economic performance | | | | |
| Annual GDP Growth%,2005-2009 | 2.80 | 3.13 | 3.60 | 5,82 |
| Human Development index, 2010 | 0.86 | 4,44 | 0,70 | 3,59 |
| Economic Régime | | | | |
| Tarif & Non tariff Barriers, 2011 | 72.80 | 3,01 | 39,60 | 0,93 |
| Cost to enforce a contract (% of debt),2011 | 21.90 | 6,95 | n/a | n/a |
| Innovation System | | | | |
| Researchers in R&D ,2009 | n/a | n/a | n/a | n/a |
| Patents Granted by USPTO/Mil. People, avg 2005-2009 | 0.01 | 2,67 | 0,01 | 2,60 |
| Education | | | | |
| Adult literacy Rate (% age and above), 2007 | 72.65 | 2,05 | 66,71 | 1,79 |

⁴⁷ L'Algérie dans l'économie de la connaissance : Quelle place ?, P.288-291

| | | | | |
|--|----------|------|-------|------|
| Average years of schooling, 2010 | 7.70 | 3,65 | 6,59 | 3,31 |
| No schooling total, 2010 | 11.40 | 3,23 | 19,80 | 2,83 |
| ICT | | | | |
| Total téléphones per 1000 people, 2009 | 1,010.00 | 4,21 | 60,00 | 3,03 |
| Computers per 1000 people, 2008 | 100.00 | 4,52 | 10,00 | 3,45 |
| Internet user per 1000 people, 2009 | 130.00 | 3,38 | 0,00 | 2,59 |
| ICT Expenditure as % of GDP,2008 | 2.00 | 0,14 | n/a | n/a |

Source : WDI, 2012

Section 2: Analyse de la startup Wadifny

Cette deuxième section va présenter le cas d'une startup dans le secteur des services au niveau de la wilaya de Béjaïa, en l'occurrence la startup Wadifny.

○ 2.1. Présentation de la Startup Wadifny

○ Sarl Wadifny est lancée en 2021 comme un label par le gérant R.C. et le co gérant S. M.

R.C. : Il est fondateur et directeur général, Après avoir fait ses études aux États-Unis, il a eu plusieurs expériences: 7 ans d'expérience en tant que directeur d'une agence de communication, 4 ans d'expérience comme directeur et formateur d'anglais à l'école Happy Land School. Après il devient ambassadeur de la société BEBC des livres Anglais pour MENA, à la fois consultant de London institut of Skills Development pour GCC/MENA. Ensuite il a entamé l'aventure de Wadifny en tant que gérant.

S.M. été commerçant depuis 1994, gérant d'un bureau d'affaires spécialisé dans les négoce depuis 2018, Président de la chambre du commerce Soummam depuis 2018, membre du conseil national de la CACI, président de la commission finances et investissement au sein de la CACI, membre de la commission central de recours des impôts, assesseur du juge commercial depuis 2009. R.C. qui a proposé cette idée de projet, il a concrétisé l'étude de marché et tous les processus, après un an d'étude pour avoir un avis favorable,



Les activités ciblées sont Service consulting, Transport, Tourisme voyage, Dépannage, Nettoyage, Réparation, Installation électricité, Beauté mariages, Aménagement Rénovation, Agence de communication & publicité, Imprimerie, santé, Shopping en ligne et livraison à domicile.

La startup Wadifny permet de relier entre le prestataire (Chauffeur, électricien, dépanneur...) et le Client (demandeur de service) avec un maximum de choix, qualité et prix. Il facilite la demande des clients, ils ont créé une plateforme numérique <https://www.wadifny.com/> et actuellement ils sont en préparation pour ouvrir une application pour faciliter la tâche pour les clients et prestataires.

Les partenaires de la startup Wadifny sont VMS, Turkish université, Machinery, HRCC, BMS lighting , Titibon, les meilleures sponsors sont BMS electric, HOST DZ. Ses concurrents sont Temtem , Ouedkniss. Chacune de ces applications tend à se différencier des autres en proposant des fonctionnalités différentes aux clients.

2.2. Analyse de contenu de l'entretien avec le gérant de Wadifny

Nous avons eu un entretien avec le gérant de la startup Wadifny dont nous présentons l'essentiel des réponses dans ce qui suit :

A. Identification de la start-up Wadifny :

- **La date de la création de la startup :** Mai 2021
- **Business modelé :** Abonnement après on a eu des difficultés, actuellement ont a entamée sur les publicités et commission.
- **Secteur d'activité :** Transport, Service consulting, nettoyage, réparation, installation électricité, beauté mariage, aménagement& rénovation, Shopping en ligne et livraison à domicile, dépannage.
- **Partenaire et concurrents :**
Les partenaires : BMS electric, Anter épices, supermarché Sedouk,
Les concurrents : Tem Tem, Ouedkniss,

On remarque que la startup est de création récente en 2021, et que le ministre de l'économie de la connaissance et startup à créer en 2019, leur secteur d'activité est le service et généralement les startups est dans le secteur des services.

B. Écosystème et l'émergence de la startup Wadifny :

- **Mode de financement :** premièrement crowdfunding, après ASF
- **Les principales compétences et qualités nécessaire pour réussir en tant qu'entrepreneur :** persévérance c'est croire à ton idée et ton projet, La motivation, Avoir un bon sens de communication.
- **Le climat des affaires en Algérie en générale et celui de la start-up en particulier :** Avoir un fond, et d'être optimiste

Commentaire :

On remarque que l'ASF prend en charge le financement des start-ups en Algérie et qui aident vraiment les start-ups.

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons présenté notre problématique sur l'état des lieux des start-up dans le cadre de l'économie de la connaissance. L'économie de la connaissance et les start-up jouent un rôle crucial dans le développement économique et la croissance des pays. En ce qui concerne l'Algérie, il existe un potentiel significatif pour tirer parti de l'économie de la connaissance et promouvoir l'émergence de start-up innovantes. L'économie algérienne est fortement spécialisée (dans les hydrocarbures).

Les start-up, en tant qu'entreprises innovantes à croissance rapide, jouent un rôle clé dans l'économie de la connaissance. Elles sont souvent créatives, agiles et capables de répondre rapidement aux besoins changeants du marché. Les start-up peuvent également contribuer à la création d'emplois, à l'attraction d'investissements et à la promotion de l'entrepreneuriat.

Conclusion Générale

Conclusion Générale

L'objectif de notre recherche est de faire le point sur les start-ups dans le cadre de l'économie de la connaissance en générale et en Algérie en particulier. Tout d'abord nous avons présenté le cadre théorique de l'économie de la connaissance et l'innovation

Les start-ups dans le cadre de l'économie de la connaissance et de l'innovation est une tendance mondiale qui a transformé de nombreux secteurs et généré une croissance économique significative. En Algérie, bien que le pays possède un fort potentiel en termes de ressources naturelles et de capital humain, le développement des start-ups et de l'économie de la connaissance est encore à un stade précoce.

L'entrepreneuriat est un phénomène qui se manifeste par deux forces, l'une liée au comportement entrepreneurial, souvent associé à la création d'entreprise, et l'autre force est liée à l'ensemble des activités de l'entrepreneur qui vise à créer maintenir et à développer une entreprise.

Les entrepreneurs sont des personnes prêtes à prendre des risques pour leur carrière et leur sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, consacrer son temps et son argent à une affaire risquée.

La création des start-ups est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat grâce à l'activité de l'entrepreneur, elle nécessite une mobilisation des compétences qui l'on peut relier à une capacité de réussir à une forte motivation.

Les incubateurs d'entreprises sont des structures d'accompagnement qui ont connu un fort développement ces dernières années du fait de la volonté des pouvoirs publics et des organismes privés, des pays développés et en voie de développement principalement, de stimuler l'entrepreneuriat.

Dans le premier chapitre qu'on a intitulé : sur l'économie de la connaissance et l'innovation, est une base théorique de notre étude. Nous sommes référés au concept de base de l'économie de la connaissance, comprendre l'évolution du concept.

Le deuxième chapitre qu'on a intitulé généralité sur les Start up et l'entrepreneuriat, nous somme réfère aux concepts de bases, dont es inclut les aspects théoriques comme les définitions, formes, caractéristique,

Selon les résultats obtenus, il semblerait que les startups en Algérie sont actuellement dans la phase de démarrage et d'émergence dans l'économie de la connaissance et l'innovation, caractérisée par la création de nouvelle entreprise basée sur l'innovation, la technologie et la création de valeur ajoutée. Et que les startups algériennes ont commencé à se développer et à jouer un rôle croissant dans l'économie de la connaissance (hypothèse vérifiée).

Nous tenons comme conclusion que l'écosystème des startups en Algérie commence à peine à prendre forme depuis la mise en place par le gouvernement d'un ministère délégué chargé de l'économie de la connaissance et des startups, ayant comme principale mission la mise en œuvre des éléments de la politique nationale dans le domaine de la start-up et l'économie du savoir en Algérie, et cela conformément à la réglementation en vigueur.

Références Bibliographiques

Références bibliographiques

Ouvrage:

1. BERNASCONI M. et MONSTED M., « Les Startups High-tech : Création et développement des entreprises technologiques », Dunod, Paris, 2000
2. BOUREDJA Sara, TOUTA Nawel, «L'Algérie dans l'économie de connaissance : Quelle place ?»,
3. BRUNEAU Jean-Maurice et PUJOS Jean-François, Le management des connaissances dans l'entreprise, Ed d'organisation, Paris, 1992
4. DJEFLAT Abdelkader, L'Economie fondée sur la connaissance : Etats des lieux et perspectives pour l'Algérie, éd. Dar El Adib, Alger, 2006
5. DJELTI Mohammed, CHOUAM Bouchama, « Etat des lieux des incubateurs en Algérie, cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran», Ed. Oran,
6. EZRATTY. O, (2014), « Guide des startups : High-Tech en France », 18eme édition.
7. FORAY Dominique, L'économie de la connaissance, Casbah édition, Alger 2004
8. GRUNDSTEIN Michel, Le management des connaissances dans l'entreprise, université Paris Dauphine, juillet, 2002
9. KHELIL Sabrina, « Analyse de l'écosystème des start-ups en Algérie (état des lieux et perspectives)», Vol : 07-N° :01-juin 2022, P293-310
10. Pierre André Julien et Louise Cadieux, La mesure de l'entrepreneuriat, Ed. Quebec, 2010
11. SAY, J-B., cité par LE VAN-LEMESLE, L. « L'éternel retour du nouvel entrepreneur ». Revue Française de Gestion, septembre-octobre 1988, p134-140
12. VERSTRAETE T. et SAPORTA B, « Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition de l'ADREG, janvier 2006
13. Yahia DJEKIDEL, Mohammed DOUA, Rais MERRAD, « La Start-up en Algérie : caractéristique et obligations», Ed.vol 05, N°01(2021), P417-427

Mémoire et thèses:

1. AIT DAOUD El Djida, AMALOU Thafra, « le Rôle de l'incubateur dans le développement des startups, cas de l'incubateur ABP SPACE Bejaia », dirigé par BOUKRIF Nouara, mémoire master université Abderrhmane Mira de bejaia, 2022.
2. BENMANSEUR Lydia, IOUKNANE Assia, « l'environnement entrepreneurial comme déterminant de la création des start-up », dirigé par CHABI Tayeb, Mémoire master, Université Abderrahmane Mira, bejaia, 2022.
3. BEROUANE Nassima, CHALAL Yanis, « Le rôle de l'université dans l'émergence de l'économie de la connaissance en Algérie cas de l'université de Bejaïa », mémoire master, encadreur KHEBBACHE.N, université Abderrahmane Mira, bejaia, 2015
4. GAOUA Souhila, LOUNIS Sarah, « Entrepreneuriat et innovation », encadré par FELFOUL Saadi, mémoire master en science de gestion, Université Abderrahmane Mira, Bejaia, 2020
5. MANCER Ilyes, « Développement économique et économie de la connaissance : Quels enjeux pour l'Algérie dans le cadre de la Mondialisation ? », encadré par KHELADI Mokhtar, mémoire de magister en science économique, université abderrahman Mira Bejaia, 2006.
6. Manel ABI, Manel AISSAOUI « Elaboration d'une méthodologie d'évaluation de start-up au sien d'un marché immature, cas de l'Algérie », mémoire master, encadrée par M. Mabrouk AIB, école nationale polytechnique, 2022.
7. PODRIGUES MONTEIRO AGUIAR VAZ, Manuel Antonio, « l'entrepreneuriat et l'utilité des incubateurs dans le lancement de projets innovants : cas de l'incubateur de Sidi Abdellah », dirigé par BENTAYEB Feryel, mémoire de master en science commerciale, Université Mouloud MAMMERRI de TIZI-OUZOU, 2015
8. RODRIGUEZ MONTEIRO.A. V, MANUEL. A, « l'entrepreneuriat et l'utilité des incubateurs dans le lancement de projet innovant : cas de l'incubateur de sidi Abdellah », Mémoire de master en science de gestion, UMMTO, 2014/2015.

Site web:

1. <http://www.e-marketing.fr/definitions-glossaire/innovation-238225.htm>,
2. https://www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Chapitre_1_module_1.pdf
3. <https://www.maddyness.com/lexique-startups/>
4. <https://www.legalplace.fr/guides/start-up-definition/>
5. www.LegalPlace.fr

ANNEXES

Guide d'entretien :

1. Identification de la startup Wadifny

- Quelle est sa date de création de la startup ?
- Quel est son business modèle ?
- Quel est son secteur d'activité ?
- Quelle est l'étendue de votre marché ?
- Qui sont vos partenaires et vos concurrents ?

2. Écosystème et l'émergence de la startup Wadifny

- A quel mode de financement avez-vous recours pour financer votre start-up ?
- Selon vous, quelles sont les principales compétences et qualités nécessaires pour réussir en tant qu'entrepreneur ?
- Quelle est votre appréciation sur le climat des affaires en Algérie en générale et celui de la start-up en particulier ?

Table des matières

| | |
|---|----|
| Introduction générale : | 1 |
| Chapitre I : L'économie de la connaissance et de L'innovation | 4 |
| Introduction : | 5 |
| Section 1: Information, connaissance et économie de la connaissance | 5 |
| 1.1 La connaissance : | 5 |
| 1.1.1 Définition de la notion de la connaissance : | 5 |
| 1.1.2 La différence entre la formation et la connaissance : | 6 |
| 1.1.3 Les type de savoir: | 7 |
| 1.2 L'économie de la connaissance | 8 |
| 1.2.1 Définition de l'économie de la connaissance : | 8 |
| 1.2.2 L'émergence de l'économie de la connaissance: | 9 |
| Section 02 :Cadre théorique de l'innovation | 13 |
| 2.1 Définition de l'innovation | 13 |
| 2.2 Les typologies de l'innovation | 14 |
| 2.3 Les caractéristiques de l'innovation : | 16 |
| 2.4 Les Objectifs d'innovation : | 17 |
| Conclusion : | 18 |
| CHAPITRE II : Entrepreneuriat et Création des Start-ups | 19 |
| Introduction | 20 |
| Section 1 : Entrepreneuriat et Création d'entreprise | 20 |
| 1.1 Définition, forme et conception de l'entrepreneuriat | 20 |
| 1.1.1 Définition de l'entrepreneuriat : | 20 |
| 1.1.2 Les différentes formes de l'entrepreneuriat : | 21 |
| 1.1.3 Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat: | 24 |
| 1.2 Entrepreneur | 28 |
| 1.2.1 Définition de l'entrepreneur | 28 |
| 1.2.2 Caractéristique de l'entrepreneur : | 29 |
| 1.3 La Création d'entreprise | 31 |
| 1.3.1 Définition de la création d'entreprise : | 31 |
| 1.3.2 Les types de création d'entreprise : | 31 |
| Section 2 : les startups et les incubateurs | 32 |
| 2.1 Généralite sur les Start-ups | 32 |
| 2.1.1 Définition des start-up : | 32 |
| | 70 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.1.2 | Les étapes de création d'une start-up : | 33 |
| 2.1.3 | Caractéristiques d'une start-up : | 36 |
| 2.2 | Incubateurs | 38 |
| 2.2.1 | Définition de incubateur | 38 |
| 2.2.2 | Les différents modèles de l'incubateur: | 39 |
| | Conclusion | 41 |
| | Chapitre III : Economie de la connaissance et Startup en Algérie | 42 |
| | Introduction: | 43 |
| | Section 1: Economie et Start-up en Algérie | 43 |
| 1.1 | Economie Algérienne et son évolution : | 43 |
| 1.2 | Économie de la connaissance en Algérie : | 46 |
| 1.3 | Cadre réglementaire (Changement dans la loi,) | 47 |
| 1.4 | Ecosystème des Startup : | 48 |
| 1.5 | Position de l'Algérie dans l'indice de l'économie de la connaissance. | 54 |
| | Section 2: Analyse de la startup Wadifny | 58 |
| 2.1 | Présentation de la Startup Wadifny | 58 |
| 2.2 | 59 | |
| | Conclusion : | 60 |
| | Conclusion Générale | 62 |
| | Références Bibliographiques | 65 |
| | ANNEXES | 68 |
| | Table des matières | 70 |
| | Résumé | 72 |

Résumé :

L'économie de la connaissance accorde une place importante au concept de connaissance. En fait, cette nouvelle économie est une économie qui dépend directement de la production, de la diffusion et de l'utilisation des connaissances et de l'information.

L'Algérie a reconnu l'importance d'avoir des start-up innovantes pour la création de croissance et d'exportation et doit donc créer un écosystème qui facilite la création et le développement durable d'entreprises innovantes.

Ce travail de recherche vise à démontrer les start-ups dans la phase de l'émergence et de démarrages, tout comme l'économie de la connaissance et e l'innovation en Algérie.

Notre objectif est de faire le point sur les start-ups dans le cadre de l'économie de la connaissance en générale et en Algérie en particulier. Les résultats de notre partie théorique et de l'étude de cas auprès de la start-up Wadifny montrent que les startups algériennes ont commencé à se développer et à jouer un rôle croissant dans l'économie de la connaissance.

Mots clés : Economie de la connaissance, Innovation, Création des startups, Incubateur

Summary:

The knowledge economy gives an important place to the concept of knowledge. In fact, this new economy is an economy that depends directly on the production, dissemination and use of knowledge and information.

Algeria has recognized the importance of having innovative start-ups for the creation of growth and export and must therefore create an ecosystem that facilitates the creation and sustainable development of innovative companies.

This research work aims to demonstrate start-ups in the emergence and start-up phase, as well as the knowledge economy and innovation in Algeria.

Our objective is to take stock of start-ups in the context of the knowledge economy in general and in Algeria in particular. The results of our theoretical part and the case study with the start-up Wadifny show that Algerian start-ups have begun to develop and play a growing role in the knowledge economy.

Keywords: Knowledge economy, Innovation, Creation of startups, Incubator