

Ministère de L'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique



Université Abderrahmane Mira de Béjaïa
Faculté des Lettres et Sciences Humaines
Département de Sociologie

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme Master en Sociologie
Spécialité : Sociologie de la communication

Thème

**Changement Social, Entreprise et TIC : Logiques de création
des startups**

Cas pratique : Les startups de la wilaya de Béjaïa « 2023 »

Réalisé par :

M^{me} Idiren Lila

Encadré par :

Dr. ABBACI Madjid

Année universitaire :

2022/2023

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

À la mémoire de ma chère maman que Dieu lui réserve un accueil dans son vaste paradis

À mon père, Que dieu le protège nchallah je lui souhaite longue vie.

À mon chère Mari qui n'a épargné aucun effort pour la réussite de ce travail

À mes adorables enfants : Manel - Imene – A/ Rahim

À mes frères et sœurs et leurs maris et enfants qui étaient toujours à ma disposition.

À mes aimables cousines et amies qui m'ont soutenu tout au long de ce projet

Leila et Soumia.

À mes beaux parents, mes beaux frères et sœurs,

À Mon encadreur Docteur ABBACI

Sans oublier le personnel de l'agence de développement social. Aux collègues de la cellule de proximité de solidarité Amizour, Aux collègues de l'Antenne régionale à

Bejaia,

À tous mes amis sans oublier bien sûr : Sonia, Saida, Ludmila.

Et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin pour que ce Mémoire soit réalisé.

Merci

Remerciements

Je tiens d'abord à remercier dieu tout puissant qui m'a procuré le courage et la volonté pour réaliser ce modeste travail, ainsi pour suivre mes études avec succès.

Je remercie mon Beau-frère safidine,

Et bien sur mon encadreur docteur ABBACI Madjid pour ses conseils précieux, ses orientations et pour sa disponibilité pendant toute la période de la réalisation de ce présent mémoire.

Sans oublier tous mes enseignants.

Je tiens également à remercier à monsieur Mousson Lounis directeur d'ABP Space qui accepté de m'accueillir au sein de son établissement pendant la période de mon stage à tous les entrepreneurs Start up de la région de Bejaia interviewés qui ont accepté de nous recevoir, ainsi que pour toutes les informations qu'ils nous ont délivré.

Mes remercîments s'adressent aussi aux membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.

Et tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de travail.

Merci

Notion de Base et abréviations

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit.

TIC : Technologies de l'information et de la communication.

ANSEJ : Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes.

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

CNRC : Centre National du Registre du Commerce.

INAPI : Institut National Algérien de Propriété Intellectuelle.

SARL : Société à Responsabilité Limitée.

ANDI : L'agence nationale de développement des investissements.

CNI : Conseil National de l'Investissement.

SPA : Société par Actions.

ASF : ALGERIAN STARTUP FUND.

-La SAS: Société par Actions Simplifiée.

MVP : Minimum Viable Product.

AUF : Agence universitaire francophone.

FMI : Fonds monétaires international.

PMI : Petites et Moyenne Industrie.

MVP : Minimum Viable Product.

PME : Petites et Moyenne Entreprise.

ANAD : L'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entreprenariat

Liste des tableaux

| Numéro | Les titres des tableaux | Pages |
|--------|---|----------|
| 01 | L'âge de l'interviewé | Pages 43 |
| 02 | La situation matrimoniale | Pages 44 |
| 03 | Le niveau de vie de la famille du créateur de startup | Pages 46 |
| 04 | La fonction du père ; est-il issu d'une Famille entrepreneur | Pages 47 |
| 05 | Le niveau d'étude des startupeurs. | Pages 49 |
| 06 | Le statut juridique de la startup | Pages 51 |
| 07 | Le nom de la startup | Pages 52 |
| 08 | Labellisation de la structure | Pages 54 |
| 09 | L'activité de la startup | Pages 55 |
| 10 | La principale source de conception de l'idée de création de start-up | Pages 56 |
| 11 | Qui est la principale motivation qui l'a poussé à créer une start-up | Pages 58 |
| 12 | Les difficultés auxquelles ils ont dû faire face | Pages 59 |
| 13 | Le rôle qu'a joué la société dans le lancement du projet startup « Les appuis » | Pages 61 |
| 14 | Les mesures de création d'une startup | Pages 63 |

Liste des figures

| Numéro | Les titres des figures | Pages |
|---------------|---|--------------|
| Figure 01 | Schéma analytique des attributs et caractéristiques compétences/qualifications | Pages 22 |
| Figure 02 | Les différentes compétences et qualifications | Pages 23 |
| Figure 03 | Les étapes de création d'une startup. | Pages 25 |
| Figure 04 | Le Schéma type de l'idée de création jusqu'à la finalisation du projet d'entreprise | Pages 26 |
| Figure 5 | L'étude de marché | Pages 27 |
| Figure 6 | Un résumé de la démarche de l'offre | Pages 28 |
| Figure 7 | La durée de validité du label start-up | Pages 35 |
| Figure 8 | présentation des dimensions du succès entrepreneurial de la startup | Pages 38 |
| Figure 9 | Les risques d'une start-up | Pages 39 |

Table des matières

| | |
|--|----|
| Dédicaces | |
| Remercîments | |
| Liste des abréviations | |
| Liste des tableaux | |
| Liste des figures | |
| Introduction | I |
| Chapitre I : Cadre méthodologique de recherche | |
| 1- L'intérêt du sujet | 1 |
| 2- Objectifs de la recherche..... | 1 |
| 3- La problématique..... | 2 |
| 4. Analyse conceptuelle..... | 4 |
| 5- La méthodologie de recherche. | |
| 5-1-L'approche adoptée..... | 8 |
| 5-2-La méthode utilisée. | 8 |
| 5-3-La pré-enquête..... | 8 |
| 5-4- La population d'étude..... | 10 |
| 6. Les difficultés rencontrées. | 11 |
| Chapitre 2 : Les logiques d'action des créateurs de startup | |
| <u>Section 1</u> : La logique des actions..... | 13 |
| 1-1- Un cadre conceptuel de référence. | 13 |
| 1-2- L'acteur –créateur. | 14 |
| Section 2 : La situation d'action | |
| 2.1. Les composantes historiques et institutionnelles. | 16 |
| 2.2. Les composantes symbolique et mythique | 16 |
| 2.3. La composante « histoire du cadre restreint » | 17 |
| Chapitre III : Innovation et contexte des startups | |
| <u>Section 01</u> - Les startups | 20 |
| 1.1.Apparition des startups..... | 20 |
| 1.2. Définition d'une start-up Initialement. | 21 |

| | |
|---|----|
| Section 2. Les caractéristiques de la start-up..... | 22 |
| 2. L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social | 24 |
| Section 03 : Les étapes de création d'une startup | |
| 3.1. L'idée et évaluation le marché | 25 |
| 3.2. Elaborer un business plan de startup | 26 |
| 3.3- L'importance de l'étude de marché | 27 |
| 3.4- Les principales méthodes d'étude de marché | 27 |
| 3.5- Définir votre offre | 28 |
| Section 04 : Les particularités des start-up | |
| 4-1- Classification des entreprises selon la taille et le chiffre d'affaire..... | 28 |
| 4.2. La différence entre une startup est une l'entreprise..... | 29 |
| 4-3-La différences entre Start-up et PME (Petit et Moyenne Entreprise). | 30 |
| Section 05 : Les modes de financement d'une start-up | |
| 5.1- Les organismes spécialisés dans le soutien et la promotion des start ups | 30 |
| 5.2-La réalité du financement des start-up en Algérie. | 33 |
| 6- Protéger l'identité de ma start-up | 33 |
| 6-1-Le label start-up | 34 |
| 6-2- La durée de validité du label start-up | 34 |
| 7 Les facteurs défavorables et favorables à la création des start-ups | 35 |
| Chapitre IV : Analyse et interprétation des résultats de la recherche | 41 |
| Conclusion..... | 68 |
| Liste bibliographique..... | 72 |
| Annexes | |

Introduction générale

L'économie est un phénomène assez compliqué, qui a toujours évolué avec l'histoire de l'homme, parler d'un pays développé, revient à parler d'une économie mature et complexe. Dans ce sens-là, la plus part des pays se sont convertis aux sociétés entrepreneuriales, laissant derrière eux les sociétés salariales. (Provost, 1986, p 96).

A la fin des années quatre-vingt, La transition du protectionnisme de l'Etat au libéralisme économique, caractérisée par la concurrence ouverte n'a pu se faire malheureusement sans conséquences alarmantes sur la situation sociale.

La rupture brutale du modèle de développement socialiste sous l'effet de la crise économique, où l'Etat monopolisait le rôle central de l'activité économique et son remplacement précipité, a provoqué un traumatisme dans notre pays, vu l'importance de l'entreprenariat dans le développement des tissus économiques, après plusieurs crises mondiales (guerres, choc pétrolier, chômage, inflation). (Smedhar 1988, p 463).

L'entreprenariat exerce un impact positif sur la croissance et le développement économique, que ce soit dans les pays développés ou ceux en voie de développement, Les données alarmantes conjuguées à une situation sociale et politique conflictuelle ont imposé aux pouvoirs publics Algériens d'engager une nouvelle politique de réforme économique traduite par des discours d'encouragement et d'ouverture à l'entrepreneuriat à travers des réformes et des lois facilitant la création d'entreprises « des startups ». En outre, l'Etat a donné une attention particulière à la création des startups, et voir ce choix comme un moyen de développement économique qui permet en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, une lutte contre le chômage et le travail informel.

Cette dynamique entrepreneuriale représente un ensemble de qualités, d'attitudes, et de compétences qui expriment la volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans le projet entrepreneurial à réaliser à terme. « Créer des startups » (Redha Benredjem ,2009, p4)

Les TIC ont été des vecteurs déterminants du changement social dans les entreprises car les nombreuses possibilités qu'elles ont proposées au rythme des innovations ont répondu aux besoins de l'économie. Ces dernières années on a assisté au développement rapide des technologies de l'information et de communication (TIC), dont l'importance ne cesse de croître.

Les TIC sont devenus un atout dynamique, stratégique et indispensable pour une organisation dans l'accomplissement de sa mission et de ses objectifs. L'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur la productivité, l'innovation et la compétitivité des startups est maintenant reconnu comme étant bien réel, compte tenu de la

mondialisation de l'économie et de la concurrence qui existe dans la majorité des secteurs économiques. Les changements engendrés par l'introduction d'une technologie nouvelle, en particulier les TIC, sont le résultat d'une influence mutuelle entre les acteurs et le contexte de startup.

-Définition de l'entrepreneur : Développer son entreprise s'apparente à un objectif «pour soi», il convient de définir non seulement ce que l'on nomme « esprit d'entreprise » mais aussi « esprit d'entreprendre ». (Capron Henri, 2009, p. 13)

L'esprit d'entreprise renvoie à un ensemble d'attitudes et d'aptitudes construites dans une trajectoire propre, alors que la deuxième notion se réfère davantage à la perception que l'individu a du phénomène, ses motivations, son goût d'essayer, d'innover et de prendre des risques. (SMEDHAR, op cite, p 465)

A la fin des années 1980 la chute des prix du pétrole condamne l'Algérie à chercher une autre stratégie de développement, ce qui marque un tournant majeur dans l'abandon par le pays de l'économie planifiée et la mise en place d'un écosystème entrepreneurial local innovant qui peut être une éventuelle solution dans cette approche. L'entreprise prend alors la place d'agent moteur de la croissance économique et de stabilité sociale. (M BOUKHARI, mai 2009.2—16).

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des conventions avec les institutions internationales tel que le FMI et la banque mondiale, ces dernières lui ont dicté la conduite à tenir et les décisions à prendre pour atténuer la crise de sa dette extérieur à savoir : la privatisation de nombreuses entreprises publiques et le développement du secteur privé dans certaines activités économiques.

Au cours des années quatre-vingt-dix, l'environnement de l'entreprise s'est profondément modifié et la concurrence s'est fortement élargie. Les TIC ont favorisé l'apparition de nouveaux marchés, de nouvelles relations inter-entreprises et de nouvelles formes de gestion des clients ou des usagers. Ces technologies sont la source de ces changements organisationnels.

L'état ne veut plus être le seul et unique acteur de développement et de transformation de la société. Ce nouveau paradigme accorde une place centrale à des réformes et à la transition vers une économie de marché.

A ce titre plusieurs lois, décrets, ordonnances et règlements ont été promulgués.

-Le règlement sur l'investissement (décret n° 93-12) a été promulgué en octobre 1993 supprimant toutes les contraintes et restriction imposées au secteur privé.

- L'ordonnance relative au développement de l'investissement dans le secteur privé.
(Ordonnance N° 01/03 DU 20/ AOUT/ 2001).
- La loi d'orientation sur la promotion de la PME (loi N° 01/18 du 12/12/2001).
- La création de l'ANSEJ en 1996 selon le décret exécutif N° 96-296.
- Conseil national de l'investissement CNI, ordonnance 01-03 du 20 aout 2001 et placé sous l'autorité du chef du gouvernement.
- L'agence nationale de développement des investissements ANDI ordonnance 01-03 du 20 aout 2001. (Arrêté exécutif N° 96296 du 8 septembre 1996 établissant et déterminant le statut de l'Agence nationale de soutien de l'emploi des jeunes)

Ces deux dernières structures, ont été mises en place pour but de faciliter les mesures administratives dans la phase de création de l'entreprise. C'est à ce moment-là que l'Algérie a ouvert ses portes pour l'entreprenariat où le nombre des PMI dans le tissu économique national a fortement augmenté.

Entre (2002-2018) : Bien que l'Algérie a adopté le système de l'économie de marché, il se trouve que son mécanisme de fonctionnement a toujours eu besoin de l'intervention de l'état pour sa régulation.

L'Algérie a engagé en faveur de la population des structures de soutien et de promotion de l'entreprenariat privé et de la création d'entreprises, ces structures sont mises en place afin de faciliter et d'accompagner les entrepreneurs dans l'aboutissement de leurs projets entrepreneuriaux. La création des maisons de l'entreprenariat au sein des universités algériennes, dont l'objectif est d'inculquer la culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire.

Entre (2019 -2022), Avec L'ouverture à l'économie de la connaissance, la chute des prix du pétrole et la crise sanitaire « COVID 19 » l'Algérie s'est dirigée vers l'économie de la connaissance par la création d'un ministère délégué chargé de l'économie de la connaissance et des startups.

En 2020 L'Algérie a mis en place un cadre juridique définissant le statut des startups et les avantages accordés à ce type d'entreprises ce qui a donné naissance à ALGERIAN STARTUP FUND (AFS) par la collaboration du ministère des startups et de six banques publiques.

L'article 7 du décret exécutif n°20-254 publié le 15 septembre 2020 dans le journal officiel de la république algérienne a eu pour objet la création d'un comité national algérien de labellisation et les conditions nécessaires à l'attribution des labels « Startup », « Projets innovants » et « Incubateurs ». Est considérée comme « Start-up » : « Chaque société de droit algérien respectant les critères suivants : la société doit proposer une innovation dans ses produits et/ou ses services et/ou son modèle d'affaires et/ou son modèle organisationnel ». (journal officiel, 2020, P 7)

L'entreprenariat est un levier de développement économique et social, développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes en Algérie est un facteur très important, vu le déficit énorme en matière de création des startups. « Le facteur chômage des jeunes enregistre une forte présence, un phénomène à prendre en charge ».

La création de startup est un fait social qui depuis ces dix dernières années est régulièrement mis au-devant de la scène médiatique. Plus qu'un emploi que l'acteur social se construit, elle devient une solution parmi d'autres afin d'éradiquer le chômage. Notre recherche s'articule sur deux parties : théorique et pratique élaborées sous forme de chapitres.

-La partie théorique : Le premier chapitre : Porte sur le cadre méthodologique de la recherche à travers lequel nous avons développé les points suivants; l'intérêt au sujet, l'objectif de la recherche, la problématique, les hypothèses, l'objectif de la recherche, la démarche méthodologique, La méthode utilisée, la pré enquête, la technique utilisée, la population d'étude et enfin les difficultés rencontrées.

Le deuxième chapitre : Est consacré à la logique d'action autour de la création des startups.

Le troisième chapitre : Met l'accent sur les startups et les créateurs d'entreprises.

-La partie pratique : Dans la partie pratique nous avons enregistré les données personnelles et intentions des créateurs de Startup enquêtés au niveau de la wilaya de Bejaia. L'étude et l'analyse des intentions des créateurs poussés à créer des startups et leurs chances de réussir.

Et enfin une conclusion générale qui résume tous les résultats retenus de la recherche et perspectives.

Chapitre I : Cadre méthodologique de la recherche

Ce chapitre est consacré à la présentation de la problématique et la méthodologie de recherche à travers lequel nous développerons les points suivants : l'intérêt au sujet, l'objectif de la recherche, la problématique, les hypothèses de la recherche, la démarche méthodologique, La méthode utilisée, la pré enquête, la population d'étude la définition des concepts.

1-Intérêt du sujet

De nos jours, qui n'a jamais entendu parler de start-up ? Dans la presse, à la télévision, à la radio, sur internet ou sur les réseaux sociaux, elles font l'objet de toutes les attentions. Difficile donc de passer à côté de ses entreprises qui révolutionnent notre société et notre façon de consommer. L'intérêt du sujet est de découvrir et comprendre en profondeur le monde étonnant des startups, leurs logiques de création leurs parcours, leurs méthodologies et connaitre et répertorier les principales difficultés qui entravent l'essor des start-up.

En Algérie, les solutions d'accompagnement sont nécessaires pour les créateurs de start-up afin de les aider à s'en sortir. Et ils sont autant de motivations pour nous pour s'intéresser à ce thème.

2- Objectifs de la recherche :

À travers cette recherche nous voulons savoir et comprendre : les interrogations émergentes de l'étude de ces logiques et de leur déterminant socio-économiques. Ainsi que, tenter d'expliquer les logiques de création de startups en se basant sur une étude exploratoire menée sur les startups localisées dans la wilaya de Bejaïa.

- La compréhension du processus de création.
- Déconstruire le discours officiel sur le développement et la création des startups et la réalité du terrain et définir les différentes logiques des acteurs intervenant dans le domaine.
- Mettre en exergue les éléments qui influencent la création des start ups.
- Le Contexte national autour des startups et enjeux du développement des investissements à travers cette forme d'entreprise.
- Les mécanismes qui les ont poussés à se lancer dans le développement et la réalisation d'un projet de startup.
- Les contraintes rencontrées dans la société.

3-La Problématique :

La création de startup est un objet sociologique. Bien que de prime abord considérée comme un fait économique, tournée vers les sciences de gestion et de management, elle peut également être pensée comme un univers professionnel à analyser et à comprendre.

Bien que les TIC n'imposent pas leur logique technique à l'ensemble des activités humaines, elles favorisent la réorganisation des activités et facilitent les changements organisationnels.

La transformation des entreprises est un changement de paradigme qui propose de repenser l'entreprise dans son organisation, dans sa structure, dans ses capacités à agir, réagir et pro-agir face aux difficultés qui la guettent tant sur le plan interne que sur les marchés de la nouvelle économie

Faire de la création de startup un objet sociologique d'après weber revient à considérer ce phénomène comme une action sociale construite et par conséquent à s'intéresser dans un premier temps à la démarche des individus qui accomplissent cet acte. (Paméla Roser Parmentier, 2015, 30)

Traiter le processus de création d'entreprise en apportant un éclairage original sur les mécanismes, structurels, institutionnels, personnels et sociaux qui l'influencent, est un choix construit et s'inscrit aujourd'hui dans une nouvelle perspective d'approche lorsque l'on étudie le travail et ses nouveaux processus d'appropriation. Aujourd'hui, l'acteur social est confronté à plusieurs types de situations dans sa vie active et post-active. L'entrepreneur sera considéré comme agent socialisé par sa position et par ses représentations sociales et culturelles de l'entreprenariat, qui sont liées à des clichés présents dans la société. C'est également pour nous un acteur stratégique cherchant à maximiser une rationalité économique, une approche proposée par Michel Crozier

La création de startup dévoile tout à la fois une réflexion et une éthique personnelle. Toute création peut aussi être analysée comme une conception et un itinéraire d'aménagement, correspondant à des logiques d'actions diverses. L'ancrage socio-historique du créateur s'avère nécessaire pour la compréhension du processus de création.

Comprendre le processus et la raison de création de startup, le parcours du créateur et les ressources mobilisées, dans le champ de la sociologie, apparaît comme le fruit d'une longue maturation à laquelle ont contribué, directement ou non, de nombreux auteurs. Ses

origines les plus lointaines remontent sans doute à la réflexion initiée par Weber M. (1904-1917) à propos des différents types de comportement (1977, avec Crozier) à travers l'analyse stratégique et par Sains au lieu R.(1977) à travers l'analyse identitaire, cette systématisation fut d'abord menée par Bernoux P.(1995) puis de manière collective , par Amblard H.,Bernoux P.,Herreros G. et Livian Y.-F.(1996).

Selon ces auteurs, la logique d'action se réfère à l'articulation entre l'acteur, à la fois stratégique historiquement et culturellement constitué, d'une part, et la situation d'action, d'autre part. Cette articulation pourrait se symboliser par l'équation « acteur + situation d'action = logique d'action ».

Dans cette perspective, l'acteur peut être de nature individuelle mais également collective, il se caractérise par une dimension stratégique et il est doté d'une identité qui est le produit de sa trajectoire personnelle et de son enracinement social, culturel et historique, il poursuit des objectifs et mobilise des ressources(Jean-Luc Guyot, Octobre 2004, Montpellier, P 2)

Pour comprendre le créateur de startup, il faut l'analyser à partir de divers espaces dans lesquels il s'organise. La compréhension des logiques d'action nécessite l'examen plus détaillé de diverses composantes, tant structurelles que dynamiques et stratégiques qui les génèrent et ouvre des pistes pour une meilleure compréhension de la création et du créateur de startup. Elles visent à comprendre de quelle manière l'individu conduit ce projet en référence à sa trajectoire de vie, ses aspirations et ses ressources personnelles, professionnelles et financières. Le travail représente une valeur, structure les rapports sociaux et fonde une partie de l'identité d'une personne L'emploi d'un individu est une partie intégrante de son identité, de l'image qu'il possède de lui-même. (Jean-Luc Guyot, ibid, Montpellier, P 2)

Face aux conséquences désastreuses, notamment le chômage, les pouvoirs publics Algériens ont entrepris une série de mesures afin d'encourager l'investissement privé dans le but de donner un coup d'envoi à la création d'emploi. Dans ce nouveau paradigme du développement, le déterminisme social de pierre Bourdieu se limite à associer les caractéristiques du créateur et son milieu.

La complexité sociologique de la création de la startup est de chercher à comprendre en quoi le fait d'être entrepreneur ne s'improvise pas, il existe une différence dans la manière de créer et les origines de cette décision. (Jean-Luc Guyot, ibid, Montpellier, P 2)

L'objectif de cette recherche, et de faire émerger les sources de la motivation entrepreneuriale et de repérer les logiques d'action des créateurs d'entreprise startup et

porteurs de projet, autrement dit : **Quelles sont les logiques sociales d'action dans la création des startups à Bejaia ?**, et pour mieux comprendre la question principale, d'autres interrogations sont nécessaires à intégrer :

- Parmi les logiques d'acteurs quels sont les mécanismes qui les ont poussés à se lancer dans le développement et la réalisation d'un projet de startup ?
- Parmi les logiques d'acteurs quelles sont les dimensions stratégiques de créateur de startup ?

-Hypothèses de la recherche : Pour pouvoir répondre aux questions précédentes nous avons élaboré les hypothèses suivantes :

L'hypothèse 1 : Le créateur de startup se démarque par sa stratégie et perspective pour contribuer au développement et améliorer ses revenus.

L'hypothèse 2 : La dimension stratégique du créateur de startup orientée par son habitus pour affirmer son ambition et opportunité.

4- Définition des concepts :

Start up, l'idée, l'innovation technologique, définition de l'innovation, la créativité, le jeune entrepreneur, La culture de l'entreprenariat, l'esprit de l'entreprenariat et l'intention et l'habitus de créateur d'entreprise.

A-Start-up : Etymologiquement parlant, le mot « start-up » est un mot anglo-saxon, composé de deux parties :

- Start : Pour le démarrage d'une nouvelle entreprise ou activité.

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

B- L'idée :

Les individus qui sont à la base des idées d'affaires cependant toutes les bonnes idées ne sont pas toutes les bonnes occasions d'affaires ; les idées sont inutiles à moins d'être utilisées. Idée est une condition nécessaire mais non suffisante pour la création d'une start up. En fait l'occasion d'affaire doit être une idée ou un concept faisable, qui correspond à un besoin, ajoute de la valeur, se démarque et implique une commercialisation propice et

appropriée. Ce sont surtout les compétences entrepreneuriales et managériales qui sont cruciales pour transformer une idée en occasion d'affaires et en entreprise ; c'est pour qui l'idée doit être désirable personnellement et socialement. (Sophie BOUTILLER et Dimitri UZUNIDIS, Op, Cit.P48).

C- L'innovation technologique :

Cette logique sociale repose sur la recherche de nouvelles technologies ou de nouvelles applications de technologies existantes pour résoudre des problèmes ou améliorer des processus existants. Les fondateurs de startups qui se concentrent sur cette logique sociale cherchent à créer des produits ou des services qui exploitent de nouvelles technologies ou des technologies émergentes pour répondre à des besoins insatisfaits.

D- Définition de l'innovation :

Les définitions existantes de l'innovation sont nombreuses. Le sens commun porte sur la description d'un objet ou d'une pratique caractérisés par leur nouveauté. Dans l'analyse économique classique, l'innovation, synonyme du progrès technique, est réduite à une dimension technique. Schumpeter distingue l'innovation de l'invention, dans le sens où sa validation par le marché et son utilisation effective induisent un changement économique et social d'une manière radicale ou progressive. Dans son ouvrage « Diffusion of innovation », Everett Rogers définit quant à lui l'innovation comme étant une idée, une pratique ou un objet perçu comme étant nouveau par l'individu. Thomas Robert son propose une définition plus complexe de l'innovation.

-Innovation de produit correspond à l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau ou sensiblement amélioré sur le plan de ses caractéristiques ou de l'usage auquel il est destiné. Elle est perçue souvent comme une modification du contenu technologique du bien ou une amélioration de ses conditions d'utilisation. L'objectif est généralement d'améliorer les prestations offertes aux clients et de répondre à de nouveaux besoins. Manuel d'Oslo,

« Principes directeurs pour les recueils et l'interprétation des données sur l'innovation » 3 e édition, EDITIONS OCDE, Paris, 2005, p. 54.

E- La créativité :

C'est une aptitude de l'individu à créer, à produire des idées neuves et réalisable, à combiner et à réorganiser des éléments. (E Hernandez, édition Lharmattan 2001, page 15).

F-Le jeune entrepreneur :

L'entrepreneur, c'est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat, c'est celui qui innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser tout en cherchant à réaliser du profit. Pour Joseph Schumpeter l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation. Il innove en fonction des opportunités qui se présentent. On peut dire que le jeune entrepreneur c'est quelqu'un d'ambitieux, visionnaire, innovateur, courageux qui prend le risque de créer et qui est toujours en relation et en interaction avec son environnement interne (la famille) et externe (clients), cela veut dire que le milieu familial a un effet positif et significatif sur l'entrepreneur (SCHUMPETER., « Théorie de l'évolution économique », Dalloz 2ème édition, 1926, page 95).

G- La culture de l'entreprenariat :

C'est un ensemble de valeurs, de savoir être et de caractéristiques inhérents à l'entrepreneur, plusieurs traits caractéristiques sont évoqués et considérés comme éléments constitutifs de la culture entrepreneuriale les éléments qui font de l'entrepreneur une personne rare sont les suivants : la confiance en soi, la persévérance, détermination, l'énergie, le talent et puis la créativité, la flexibilité, l'initiative, la responsabilité, l'indépendance, le dynamisme, optimisation et l'orientation vers le profit, ceux sont nécessaire pour atteindre l'objectif de l'entreprise.

Christine Benoît travaille sur ce concept et décrit la culture d'entreprise comme : "l'âme de l'entreprise ; elle détermine sa mission et les valeurs identitaires connues de tous et partagées par tous. Elle donne des repères idéologiques, philosophiques et de valorisation sociale. C'est autour de la culture d'entreprise que se forme la cohésion, les rites sociaux, le langage spécifique aux échanges internes, les signes de reconnaissance, les croyances de l'entreprise. C'est par elle que l'individu trouve sa place et ses repères." (Christine Benoît, Editions EMS, mai 2009, p.81)

H-Esprit entrepreneurial

Block et Stumpf 1992 : « L'esprit entrepreneurial est la volonté d'essayer de nouvelles choses ou de faire les choses différemment simplement parce qu'il existe une possibilité de changement ». Ainsi, un chercheur qui possède l'esprit entrepreneurial n'est pas forcément une personne qui va créer une nouvelle organisation, mais un individu qui prend des risques ou qui fait preuve d'initiative dans son travail ou au sein de son laboratoire. »

I-Intention

L'étude de l'intention aide à la compréhension appropriée du processus entrepreneurial ; En psychologie sociale, l'intention renvoie à une détermination par laquelle l'agent veut réaliser un projet. Pour Ajzen (1991), les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Sans cette volonté d'agir, qui amène la personne à prendre des dispositions pour favoriser l'avènement de son but.

A cet effet, la création d'une start up sera considérée comme « un résultat direct des intentions des individus qui sont influencés par les variables environnementales ». L'intention ne doit pas être confondue avec « le comportement » qui se désigne l'acte entrepreneurial, c'est-à-dire le travail de création d'une start up. Lorsqu'une intention réussit, elle se traduit typiquement par une décision maintenant de réaliser une certaine action plus tard. L'intention est une manifestation mentale qui implique une volonté d'atteindre un certain but tel que la création de startup.(Sophie BOUTILIER et Dimitri UZINIDIS, Paris, 1995, P 47).

J-Habitus de créateur d'entreprise :

L'habitus de créateur d'entreprise fait référence à l'ensemble des caractéristiques, attitudes, compétences et comportements propres aux individus qui se lancent dans la création et la gestion d'une entreprise. Il s'agit d'une combinaison de traits de personnalité, de motivations et de compétences entrepreneuriales qui influencent la manière dont une personne aborde la création et le développement d'une entreprise, les créateurs de startup ont souvent une vision claire de ce qu'ils veulent réaliser et sont motivés par un fort désir de réussite et de réalisation personnelle, sont en mesure de s'adapter rapidement aux changements et aux nouvelles situations. Ils sont flexibles et capables de trouver des solutions créatives aux problèmes qui se présentent, sont habitués à prendre des décisions rapidement et à assumer la responsabilité de leurs choix. Ils sont à l'aise avec l'incertitude et sont capables de prendre des décisions éclairées dans des délais souvent serrés, ils comprennent l'importance des relations et du réseautage dans le développement de leur entreprise. Ils sont souvent en mesure de construire et d'entretenir un réseau solide de contacts professionnels.

Capacités de leadership : Les entrepreneurs ont souvent des compétences en leadership, ce qui leur permet de mobiliser et de motiver les autres autour de leur vision et de leurs objectifs.

Il est important de noter que l'habitus de créateur d'entreprise n'est pas une caractéristique innée, mais peut être développé et renforcé grâce à l'expérience, la formation et l'apprentissage continu. Chaque entrepreneur est unique et peut présenter des combinaisons différentes de ces traits et compétences entrepreneuriales.

Dans ce cadre, nous avons présenté le cadre méthodologique de la recherche puis on va passer à la confirmation des hypothèses à travers une enquête auprès des entrepreneurs créateurs de startups au niveau de la Wilaya de Bejaia, dans le but de mieux cerner les logiques d'actions des créateurs tout en mettant l'accent sur les différents aspects ; économique, social, environnemental, personnel. (jean-luc guyot, octobre 2004, P3)

K- Trajectoire sociale:

C'est le parcours ou l'itinéraire qui s'effectue à travers différentes étapes ou passages par les institutions de la reproduction (principalement la famille, l'école) et de la production (le système productif) il est bien différencié pour les hommes et pour les femmes. (André akoun et pierre ANSART, Octobre 1999.P 540).

5-La méthodologie de recherche

5-1-L'approche adoptée :

Pour mener à bien notre travail de recherche, nous avons opté pour la méthode qualitative dans le but d'atteindre l'objectif de la recherche qui est le processus de la compréhension des logiques de la création des startups et de vérifier les hypothèses de travail. Cette méthode semble la plus adéquate avec le thème de la recherche, elle est liée à la nature de notre sujet qui consiste à décrire et à comprendre les logiques d'action autour de la création des startups.

5-2-La méthode utilisée :

Lors de notre pré enquête, il nous est apparu que le sujet nécessite une étude approfondie, vu le manque d'études antérieures sur les logiques d'actions concernant la création de l'entreprise et le nombre restreint de la population d'étude. Nous avons remarqué aussi qu'il ya un manque d'études qualitatives qui traitent du même sujet.

5-3-La pré-enquête :

Une étape indispensable dans la recherche, du fait qu'elle permet la confrontation entre la conception théorique du projet de recherche et la réalité du terrain.

L’investigation sur le terrain nécessite tout d’abord une exploration accompagnée d’une pré-enquête, afin de vérifier les points suivants :

- La faisabilité du sujet choisi comme thème de recherche.
- L’accessibilité et les contraintes du terrain.
- La pertinence de la problématique construite.
- La pertinence des hypothèses proposées.
- La pertinence et la panoplie des méthodes et techniques choisies pour mener la recherche.

Cette étape de la recherche (la pré-enquête) a été bénéfique, elle nous a permis de repérer les questions sur lesquelles nous avons eu des difficultés de compréhension avec nos enquêtés, notamment celles liées à l’accès à l’information. En effet, cette démarche nous a permis de revoir ces questions et de les poser autrement (verbalement) dans l’objectif de recueillir le maximum d’informations.

Considérant que le domaine des startups est purement économique, l’incubateur de l’université m’a proposé de changé de thème de recherche, par contre, l’incubateur privé « ABP SPACE » trouvait que le sujet est intéressant et qu’il est prêt à m’accompagner pour la création d’une startup à la fin de mon stage, à condition de suivre d’abord une formation.

Effectivement une formation de 4 jours à été programmée du 02 au 05 mars 2023 en compagnie de mon promoteur le DR ABBACI, où nous avons pu assister qu’aux 02 premiers jours à cause d’une mauvaise organisation, puis on a reçu un message de la part de l’incubateur annonçant que nous n’étions plus concernés par les deux autres jours restants de la formation.

Le 25 avril 2023 j’ai participé seule à une autre formation sur le BMC animée par une startup qui est formateur expert au siège d’ABP.

Restant toujours en contact avec l’incubateur de l’université j’ai pu assister à deux séminaires au niveau de l’auditorium aboudaou, sur la création de startup et l’autre sur le BMC, aussi, avec l’aide de Monsieur Boukrif, le premier responsable de la maison d’entreprenariat aboudaou « la création de maison d’entreprenariat a pour mission principale de promouvoir l’esprit d’entreprenariat au milieu universitaire, à travers : la sensibilisation, la formation à l’entreprenariat et le pré-accompagnement des étudiants porteurs de projets », j’ai

pu décrocher deux entretiens environ 45 mn chacun, aussi avec deux créateurs de start up « MR Brahmi à sidi Ali labhar et Mr Dali à tala Hamza afin de mieux enrichir mon travail.

Toutes les entrevues ont été réalisées en privé (face à face) et enregistrées sur mon agenda. La durée moyenne des entretiens a été de 45 minutes.

Vue le nombre restreint de la population d'étude, on a eu recours à la technique de l'entretien qui nécessite d'établir un rapport suffisamment équilibré entre l'enquêteur et l'enquêté.

L'entretien peut-être défini comme suit: « Procédé d'investigation scientifique utilisant un processus de communication verbale pour recueillir des informations en relation avec le but fixé ».

Nous nous sommes appuyés sur l'entretien semi directif en vue d'orienter l'enquête dans le sens et l'objectif de l'entretien. Cette technique est considérée comme l'un des moyens les plus importants de collecte d'informations à propos de nos enquêtés, c'est pour cette raison que nous avons procédé à l'élaboration d'un guide d'entretien.

5-4- La population d'étude

La population étudiée comprend les créateurs de start ups et les porteurs de projet innovants à un stade avancé qui travaille pour l'obtention de la labellisation, en phase de concrétisation pour les années 2021, 2022, 2023 répartis sur 6 éléments masculins et 6 éléments féminins.

Parmi « **5/47** porteurs de projets inscrits dans le cadre de l'arrêté 1275 sur le diplôme – startup et diplôme-brevet à l'université de Bejaïa « une étudiante à choisi d'être accompagnée par l'incubateur privé ABP SPACE et 4 autres jeunes filles ont choisi d'être accompagnées par l'incubateur de l'université MR Laifaoui « labélisé Avril 2022 » ;

Notre but n'est pas la généralisation des résultats mais la collecte du maximum d'informations.

On va interviewer tous les nouveaux créateurs des start up concernés par notre étude qui est la catégorie de 2021 jusqu'à 2023 afin d'obtenir des informations concernant notre objet d'étude.

6.Les difficultés rencontrées :

Durant la réalisation de notre recherche sur le terrain, nous avons rencontré divers problèmes qui sont :

La difficulté de trouver assez de startup pour mener des entretiens, et certains d'entre eux refusent ce qui nous a obligé avoir recours aux réseaux de connaissances pour accorder des contacts avec des porteurs de projets.

- La perte de beaucoup de temps vu l'impossibilité de fixer des rendez-vous avec les startups qui sont souvent occupées, ce qui nous a poussé à faire des entretiens durant les weekends.
- Le manque de temps pour élargir notre population mère de recherche et établir plus d'entretiens.
- Lors du déroulement de notre enquête, certaine startup a été méfiants dans leurs réponses, ils répondent avec hésitation et certain refusent directement.
- La difficulté de retranscription des réponses des entretiens effectués en français, puisque tous nos enquêtés parlent et répondent en Kabyle.

Cependant, malgré cette croissance rapide, la création de startups en Algérie est confrontée à de nombreux défis, notamment le manque de financement, le manque de compétences techniques et le manque d'infrastructures appropriées. Pour surmonter ces défis, les entrepreneurs algériens doivent travailler ensemble pour créer des écosystèmes d'innovation solides, qui peuvent offrir des opportunités de financement, de formation.

Chapitre II : Les logiques d'action des créateurs de startup

Ce chapitre est centré sur le concept de logique d'action, capable de rendre compte de la complexité sociologique de la création des startups : l'idée de la rationalité absolue économique n'est certains pas pour les sociologues, il articule deux dimensions fondamentales. La première concerne l'acteur créateur, à la fois générateur de stratégies et produit social-historique c'est-à-dire qui sont intimement liés aux évènements, aux idées et aux valeurs de leurs époques et comment ils continuent à avoir un impact sur la société et de la culture actuelles. La seconde vise la situation d'action, c'est-à dire le moment et l'espace (social, matériel, organisationnel,....) particuliers dans lequel s'inscrit l'action stratégique celui qui crée des entreprises développe tout un ensemble de stratégies pour créer son entreprise ensuite ces stratégies peuvent découler de sa propre histoire, celle de son pays etc...

Section 1. La logique des actions :

1-1-Un cadre conceptuel de référence

Le concept de logique d'action apparaît, dans le champ de la sociologie, comme le fruit d'une lente maturation à laquelle ont contribué, directement ou non, de nombreux auteurs. Ses origines les plus lointaines remontent sans doute à la réflexion initiée par Weber M. (1904-1917) à propos des différents types de comportements et par Pareto V. (1917) à propos du caractère logique ou non logique des actions. Au début d'années 1970. Ce concept est explicitement utilisé par Karpik L. (1972) pour recenser les options stratégiques à la disposition des grandes entreprises. Dans la continuité de la sociologie des organisations telle que développée par Crozier M.(1963) et Friedberg E .(1977,avec Crozier) à travers l'analyse stratégique et par Sainsaulieu R.(1977) à travers l'analyse identitaire, cette systématisation fut d'abord menée par Bernoux P.(1995) puis de manière collective , par Amblard H., Bernoux P., Herreros G. et Livian Y.-F.(1996).

Selon ses auteurs, la logique d'action se réfère à l'articulation entre l'acteur, à la fois stratégique et historiquement et culturellement constitué, d'une part, et la situation d'action, d'autre part. Cette articulation pourrait se symboliser par l'équation « acteur + situation d'action = logique d'action » acteur + situation d'action = interactions, donc concrétisation des logiques d'action (Jean-Luc guyot, octobre 2004, P2).

Dans cette perspective, l'acteur peut être de nature individuelle mais également collective, il se caractérise par une dimension stratégique et il est doté d'une identité qui est le produit de sa trajectoire personnelle et de son enracinement social, culturel et historique, il poursuit des objectifs mobilise des ressources, pour comprendre le créateur de startup, il faut

l'analyser à partir de divers espaces dans lesquels il s'organise, la compréhension des logiques d'action nécessite l'examen plus détaillé de diverses composantes, tant structurelles que dynamiques et stratégiques qui les génèrent ouvre des pistes pour une meilleure compréhension de la création et du créateur de startup.

1-2. L'acteur –créateur

La compréhension de L'acteur –créateur nécessite la prise en compte de quatre composantes distinctes.

1-2 .1. La composante stratégique

La stratégie c'est un programme d'actions prédéfini en fonction d'un objectif conscient poursuivi par l'acteur. La stratégie ne doit donc pas être envisagée uniquement dans l'optique de Crozier mais plutôt dans la perspective bourdieusienne le produit du sens pratique d'un jeu social particulier en tenant compte de l'ensemble de ses expériences et de ses apprentissages antérieurs. Les choix du créateur sont certes mis en cohérence et orientés par son habitus (la capacité acquise par le membre du groupe au cours du processus de socialisation et d'adopter le comportement, au sens large du terme, adéquat face aux diverses situations qu'il est susceptible de rencontrer. L'habitus est donc le résultat d'un long travail inconscient de socialisation et d'apprentissage social la différence avec l'habitude par rapport à l'invention et l'adaptation pratique à des situations inédites), La stratégie sera développée en fonction de ce qu'il perçoit de la situation (le passé, le présent et le futur de celle-ci) et s'articulera avec l'ensemble des référents symboliques et normatifs, les expériences et apprentissages antérieurs

Le créateur de start up peut être considéré comme étant mobilisé par un objectif explicite celui- ci étant la mise sur pied de la startup. (jean-luc guyot, ibid, P 3)

1- 2.2. La composante identitaire :

L'acteur se distingue donc par une stratégie, qui d'une part, n'est pas réductible au seul projet de celui-ci, puisqu'elle renvoie également aux articulations complexes entre projet, interactions parcourant la situation d'action, contraintes imposées par celle-ci, ressources activables par l'individu, ses profils en fonction des expériences et apprentissages antérieurs.

Mais l'acteur n'est pas que stratégie : il est pareillement identité et culture. Alors que la notion de stratégie renvoie au domaine du jeu, celles d'identité et de culture évoquent plutôt le domaine des règles. (Jean-Luc guyot, Ibid P3)

C'est par les différents moments de socialisation que se construit l'identité sociale de l'individu. La prise en compte de l'ancrage socio-historique du créateur s'avère nécessaire pour la compréhension du processus de création, il est donc primordial d'examiner son identité et son positionnement social, aux étapes de l'histoire personnelle considérée comme processus de socialisation Bowen D parce qu'il influence sur le type et l'importance des ressources objectivement mobilisables lors de la poursuite du projet de création et les modes de gestion. Et Histrich R 1986, de la vie sociale et de la réussite Ganty A et Hiernaux J.P 1981, au capital sociale mobilisable. Comme le souligne Dubar C.(1991) la bonne compréhension de l'acteur social nécessite le positionnement du binôme « choix et stratégies » de l'individu sur l'articulation entre d'une part, culture de celui-ci son passé et ses contrainte d'autre part ses opportunités son présent et son libre arbitre.

L'analyse de la composante culturel et identitaire du créateur présente donc un très grand intérêt, permet de comprendre la diversité des stratégies développées par des acteurs différents inscrit dans une situation d'action similaire au passage à la création d'entreprise. (Jean-Luc guyot, ibid, P5)

1-2.3. Les composantes groupale et pulsionnelle:

Outre sa dimension stratégique et identitaire, l'acteur se caractérise par une dimension groupale et une dimension pulsionnelle.

En ce qui concerne la première, elle nous renvoie au fait que le créateur est immergé dans des groupes, au sens psychosociologique du terme. Ces groupes peuvent être produits par l'activité de création d'une start up elles-mêmes ou les dispositifs concrets de celle-ci .On pense tout naturellement au groupe constitué par les associés fondateurs, dans le cas de création collective, et au groupe composé des membres du personnel de l'entreprise, une fois celle-ci créée. Lors du processus de création, il peut s'agir de groupes dont la genèse, la structuration et le fonctionnement sont indépendants du processus créatif, ex la cellule familiale du créateur et au cœur de la startup.

Quant aux pulsions, elles parcourent, selon Enriquez (1992), les diverses composantes du cadre restreint de l'action. Il convient de les repérer lors de l'analyse, La prise en compte de la dimension pulsionnel des acteurs, permet, selon Amblard et al (1996), d'approcher l'un des partis pris de la sociologie des logiques d'action. (Jean-Luc guyot, ibid, P7)

Section 2 : La situation d'action :

Les diverses composantes du modèle relatives à l'acteur, semblent pertinentes pour l'analyse du créateur d'entreprise, la compréhension de l'action ne peut être satisfaisante et complète si le cadre dans lequel s'inscrit cette action n'est pas pris en compte celle-ci se trouve à l'intersection de plusieurs constellations.

2.1. Les composantes historiques et institutionnelles :

La première des composantes de la situation d'action identifiée par le modèle de Amblard et al (1996) est le contexte historique et institutionnel. La sociologie des logiques d'action se propose de considérer les stratégies non seulement de point de vue interne au cadre organisationnel dans lequel s'inscrit l'acteur, mais aussi selon une perspective plus large. (Jean-Luc guyot, ibid, P8)

Si nous tentons d'appliquer ce modèle pour l'analyse du créateur d'entreprise et du processus de mise sur pied de la nouvelle entreprise, il n'importe donc d'examiner le contexte historique et institutionnel dans lequel s'inscrivent la démarche du créateur et les stratégies qu'il développe.

Le contexte socio- historique et institutionnel comporte diverse dimension dont certain ont été identifiées par Histrich Retpeter M 1998 le cadre juridique politique, l'état du marché et de la concurrence et la disponibilité de ressources financières qui peut influencer l'action du créateur « situation générale du système économique ».

2.2. Les composantes symbolique et mythique :

Il convient de considérer également la matrice symbolique et mythique, de fait chaque espace social, qu'il s'agisse de l'organisation, de la cellule familiale, ou bien encore de la société dans sa globalité, est traversé de mythes et de symboles, la compréhension de la situation d'action peut probablement s'envisager sans ces éléments mais elle gagnera en richesse dans le cas contraire.

Comme le rappellent Amblard et al les mythes sont les élaborations sociales fondatrices des catégories avec lesquelles les communautés humaines pensent et expérimentent le monde, à partir du discours du créateur peut également aider à comprendre les ressorts de l'action stratégique de celui-ci « exemple : disponibilité à prendre des risques et à accepter l'échec ». (Jean-Luc guyot, ibid, P7)

Pour ce qui est du contexte symbolique et mythique de la création d'entreprise, parallèlement aux éléments socio-historiques et intentionnels qui viennent d'être considérés, des éléments contextuels ont été mis en évidence par Sombart W.(1932) et Weber M.(1920) , ainsi que par Belshaw C (1956) ou Jackson J. et Rodkey G(1994) . Ils concernent principalement le système de valeurs en vigueur dans une société à un moment donné. (Jean-Luc guyot, ibid, P9)

2.3. La composante « histoire du cadre restreint »

Enfin, parallèlement au contexte historique et institutionnel, l'histoire même de l'espace social restreint l'organisation par exemple, qui voit se dérouler d'action permet de cerner les caractéristiques de la situation et de la logique d'action, chaque cadre restreint se caractérise par un passé qui demeure vivace dans la mémoire collectives des membres, ce passé a produit certains types de comportements, des habitudes, des cultures et des codes qui autorisent chacun à évoluer dans ce même univers.

Les stratégies qui se développent sont influencées par ce passé et l'examen de celui-ci peut être source d'enseignements sur les logiques d'action des créateurs, l'étude historique interne peut donc s'avérer d'une importance non négligeable pour l'intelligibilité des logiques d'action. (Jean-Luc guyot, ibid, P8)

Du point de vue de la création d'une start up, il convient d'assimiler le cadre restreint à la création elle-même et à son histoire. L'individu passe par le stade de l'accompagnement ou l'aide à la création. Cela ne doit pas se faire sans appui. Le porteur de projet est amené à suivre des règles et des procédés qui ne le guideront pas à pas dans l'élaboration de son entreprise. L'entreprise comme nous le verrons plus bas, est "imbriquée" dans une stratégie d'actions, des outils méthodologiques et des perspectives que l'individu va porter et assumer. Le contexte environnemental (offre de capitaux) et la situation individuelle (condition sur le marché du travail) de l'entrepreneur, jouent également. Alain Fayolle explique que le profil de l'entrepreneur est intimement lié à la nature de l'entreprise : "l'adéquation entre un projet et un entrepreneur potentiel est une condition nécessaire de réussite d'une initiative. L'adéquation Homme/ Situation passe par un travail de connaissance de soi, complété généralement par un développement personnel.

Si les deux étapes sont importantes, l'autodiagnostic constitue la clé de voûte de la démarche". Les accompagnateurs vérifient avant tout que le projet soit issu d'une réflexion rationnelle et pensée correctement par rapport aux ressources de l'individu. Il est important

que l'activité de l'entreprise et les objectifs correspondent aux ressources et aux motivations de l'acteur. En coopérant ensemble, ils vont dégager l'orientation à donner à l'entreprise. (Jean-Luc guyot, *ibid*, P11).

De ces différents éléments, il ressort que la proposition d'Amblard et particulièrement stimulante pour ce qui est de l'analyse du créateur d'une start up, la lecture de la création d'une startup en terme de logique d'action portées par le candidat créateur peut apporter un éclairage sur les rapports complexes entre les actions stratégiques, la trajectoire et la situation.

L'étude des logiques d'action des créateurs Des startups implique la pluralité des regards et des approches ; elle requiert l'intégration d'analyses menées à différents niveaux non seulement au niveau de l'individu en tant que individu en tant que tel mais également aux niveaux du macro- social, l'examen des composantes de la situation d'action ne peut se limiter à une perspective économique en terme d'opportunités, de marché, de conjoncture, voir matérialiste en terme de technologie, d'infrastructure....

Chapitre III : Innovation et contexte des startups

Le développement technologique que connaît le monde moderne a procuré aux investisseurs un vaste terrain pour exprimer leur imagination et de mettre en place leur innovation surtout dans les années 2000, marquées par l'éclatement de la bulle internet et ses dérives spéculatives. Aujourd'hui les startups représentent une véritable perspective pour les entrepreneurs et les porteurs de projet innovant désirant de réaliser leurs projets, Les start-up qui ont réussi sont nées d'une idée révolutionnaire et surtout de la persévérance d'un entrepreneur.

Section 01- Les startups :

Avant de définir les startups et de discuter ses différentes caractéristiques il est important de voir et de comprendre comment ce mot est apparu et comment ce phénomène est apparu. (<https://sokeo.fr/> . Consulté le 03/03/2023)

1.1.Apparition des startups :

A l'origine, ce mot-là est anglais et plus exactement, il vient des États-Unis. Il se traduit par « commencement » ou « départ ». C'est une ellipse du mot « start-up company» qui se traduit par «firme qui démarre» ou «firme qui débute». Le mot « start-up » en français possède différentes expressions comme « jeune pousser » ou « société en démarrage » ou « firme qui débute ».

Ce serait cependant une erreur d'associer l'émergence des startups en général à la bulle Internet. Bien que l'ère de la bulle Internet soit l'époque où le terme est devenu aussi populaire, les premières startups réelles se trouvent être beaucoup plus anciennes, remontant à l'époque qui a suivi la Grande Dépression des années 1920/1930 et certaines même aux temps qui l'ont précédé. Bien qu'il ne soit pas possible de dire quel est le début exact de "l'ère des startups", il est également prudent de supposer que les premières startups sont les entreprises de la Silicon Valley. Onze mille entreprises dont Apple, Yahoo, Google, eBay et Facebook, près de 1,6 million d'emplois, Située dans la partie sud de la baie de San Francisco, au cœur de la Californie, la Silicon Valley – la « vallée du silicium », un nom conçu en 1971 par le journaliste « Don Hoefler » donnant allusion au matériau de base des composants électroniques – incarne à elle seule la domination des Etats-Unis dans le domaine Growly : [What is Startup? The Historical Background | StartingThingsUp.com \(growly.io\)](https://www.startingthingsup.com/growly.io). Consulté le 03/03/2023, des industries de pointe et de haute technologie.

1.2. Définition d'une start-up :

Une startup est généralement un simple projet ou une société lancée par un entrepreneur dans le but de développer et de faire valider un business model de manière évolutif. Contrairement aux types d'entreprises qui n'ont pas pour objectif de s'accroître de manière conséquente, ces firmes ont pour ambition de devenir très grands. Une de ses particularités est l'innovation, c'est-à-dire, un concept qui vise à améliorer des produits et des services anciens en proposant quelque chose de nouveau. Dans un premier temps, le créateur de la firme qui débute doit faire valider son projet sur le marché puis, il passera par un entretien concernant la solution proposée par sa firme et ensuite par la réalisation du produit minimum viable, aussi appelé MVP (Minimum Viable Product). Ce dernier est une stratégie dans le but de développer un produit ; elle est pratiquée pour effectuer rapidement des tests de mise sur le marché d'un service ou d'un concept conçu par la boîte. Autrement, dit c'est le prototype du produit afin de le faire valider au niveau du marché, cela permet de comprendre son utilité et pourquoi il peut être intégré.

En effet de nombreuses définitions peuvent être trouvées dans la littérature portant sur les start-up et sans prétendre à l'exhaustivité nous citons les définitions suivantes : La définition succincte du Larousse : (Idem. Consulté le 03/03/2023)

- La start-up signifie « jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies».
- Une start-up est généralement définie comme une nouvelle entreprise que les entrepreneurs lancent en combinant des idées commerciales et des ressources.
- Une start-up peut-être aussi définie comme « une organisation temporaire conçue pour rechercher un modèle économique reproductible et évolutif ».

La définition succincte du Larousse : Start-up signifie « Jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies » une start-up est généralement définie comme une nouvelle entreprise que les entrepreneurs lancent en combinant des idées commerciales et des ressources (Low & MacMillan, 1988). - (Blank & Dorf, 2012), ont défini une start-up comme « une organisation temporaire conçue pour rechercher un modèle économique reproductible et évolutif ».

- L'analyse des différentes définitions nous permet de synthétiser que ; l'entreprenariat est un phénomène qui apparaît dans un territoire constitué d'un ensemble d'actions portées par un ou plusieurs individus dans le but de créer de la richesse et de l'emploi, à partir de la

saisie d'une opportunité d'affaire soustraite d'un problème connu ou posé et la transformer à une activité économique par la création ou la reprise d'entreprise en suivant un processus.

Section 2 :

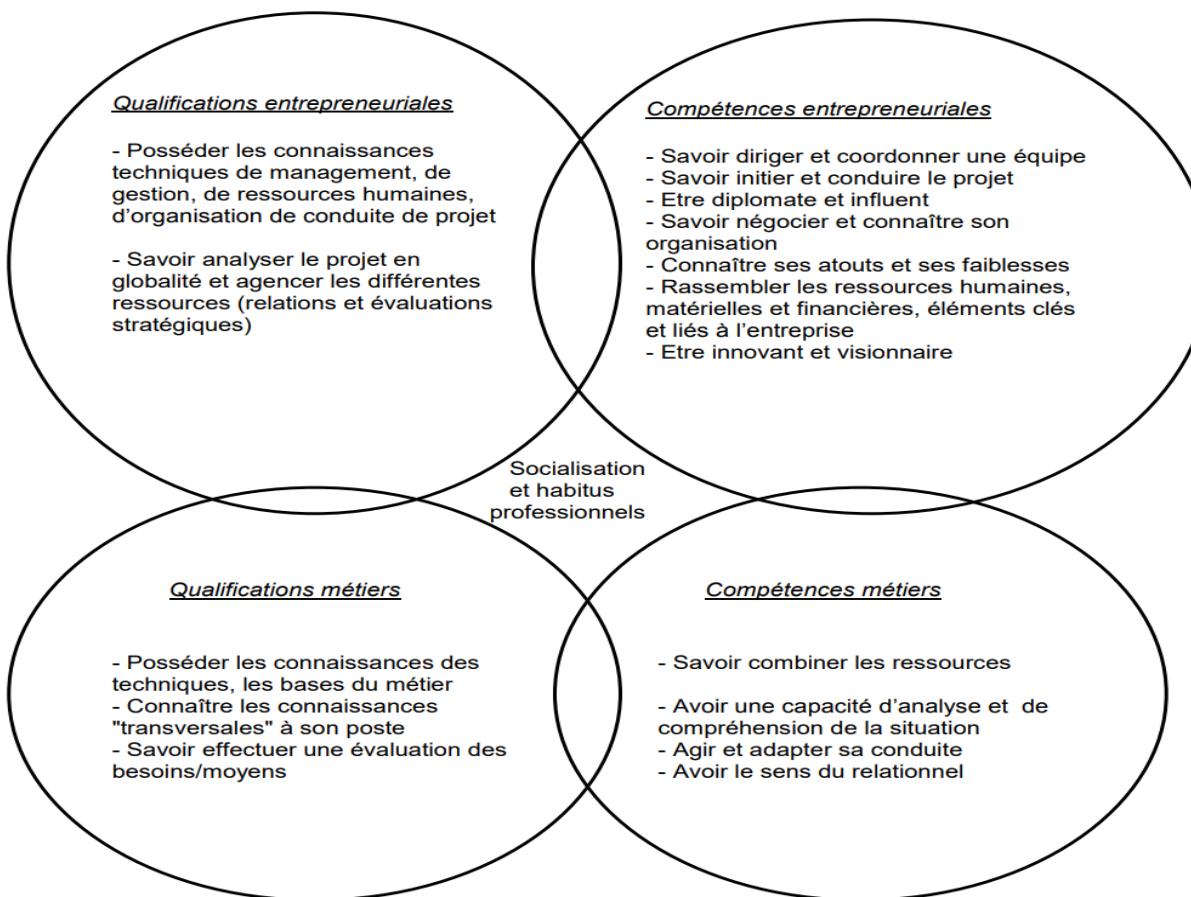
1- Les caractéristiques de la start-up :

A- La dimension innovante : La start-up se caractérise avant tout par un changement fondamental dans la façon de créer et la volonté d'innover.

B-L'incertitude: Une start-up se situe sur un marché nouveau, dont on ne connaît pas forcément la taille, les caractéristiques ou l'avenir potentiel. Cette forte incertitude entraîne pour la start-up un haut niveau de risque.

C-La recherche d'un Business Model spécifique : un projet est qualifié de start-up tant que le business model n'est pas établi.

Figure 1 : Schéma analytique des attributs et caractéristiques compétences/qualifications

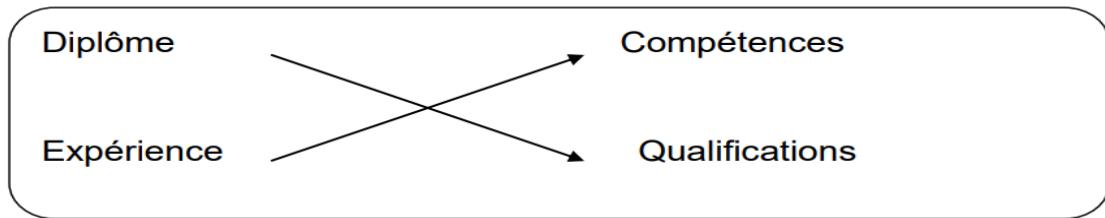


Source : Direction général de la recherche scientifique et du développement technologique

« Introduction au parcours de la création d'une startup ». Edition 2020 Page 7.

A travers ce schéma décrivant les différentes compétences et qualifications, nous comprenons que la compétence est une ressource complémentaire à la qualification. Si cette dernière donne les conduites à suivre, prescrites au dirigeant travailleur, la compétence réunit et combine de manière plus précise les aptitudes et conduites construites et acquises au cours d'une vie professionnelle (<https://www.legalstart.fr/> consulté le 06/03/2023).

Figure 2 : La différente compétence et qualifications :



Selon le "Dictionnaire de Sociologie" des éditions du Seuil (Robert, 1999), André Akoun et Pierre Ansart.

Qui disent que "la notion de compétence" fait davantage référence aux savoirs, aux savoir-faire, aux savoir-être exigés de l'exécutant pour l'efficience du système homme-machine dans une tâche concrète précise, tandis que la notion de qualification, lorsqu'elle se réfère à la formation, renverrait plutôt à une configuration générale de savoirs, savoir-faire, savoir-être définis dans un référentiel, dispensée dans une formation officielle, située dans une grille de niveaux de formation, sanctionnée par un diplôme et reconnue dans les conventions collectives et les grilles de salaires" André Akoun et Pierre Ansart, 1, 1999 P97

-La définition de l'expérience par Jean Vincens, est : "une source de compétence pour l'individu et elle résulte de la transformation de cet individu par son travail, transformation qui n'est pas subie ou donnée mais qui résulte de l'aptitude à tirer parti des conditions dans lesquelles ce travail est effectué". Le travail effectué par un individu façonne ses modes de pensée et d'agir, il intègre des schèmes de représentations et se forge une identité caractérisée par le processus construit au cours de sa carrière. En cela et par son caractère permanent, le travail transforme l'individu par les compétences qu'il va lui apporter et le servir dans son parcours.(Jean Vincens, , Janvier 2001, p.32)

2. L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social :

Il a toujours été reconnu que l'entrepreneuriat et l'innovation sont des moteurs importants du développement économique et social. L'entrepreneuriat est souvent décrit comme un facteur essentiel pour transformer des connaissances ou idées nouvelles, et ce dans tous les types d'organisations : « l'entrepreneuriat apparaît inséparable de la création d'une dynamique : l'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques », Pour ce qui est de la dimension économique, l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. (Jean Vincens, , idem, p.32)

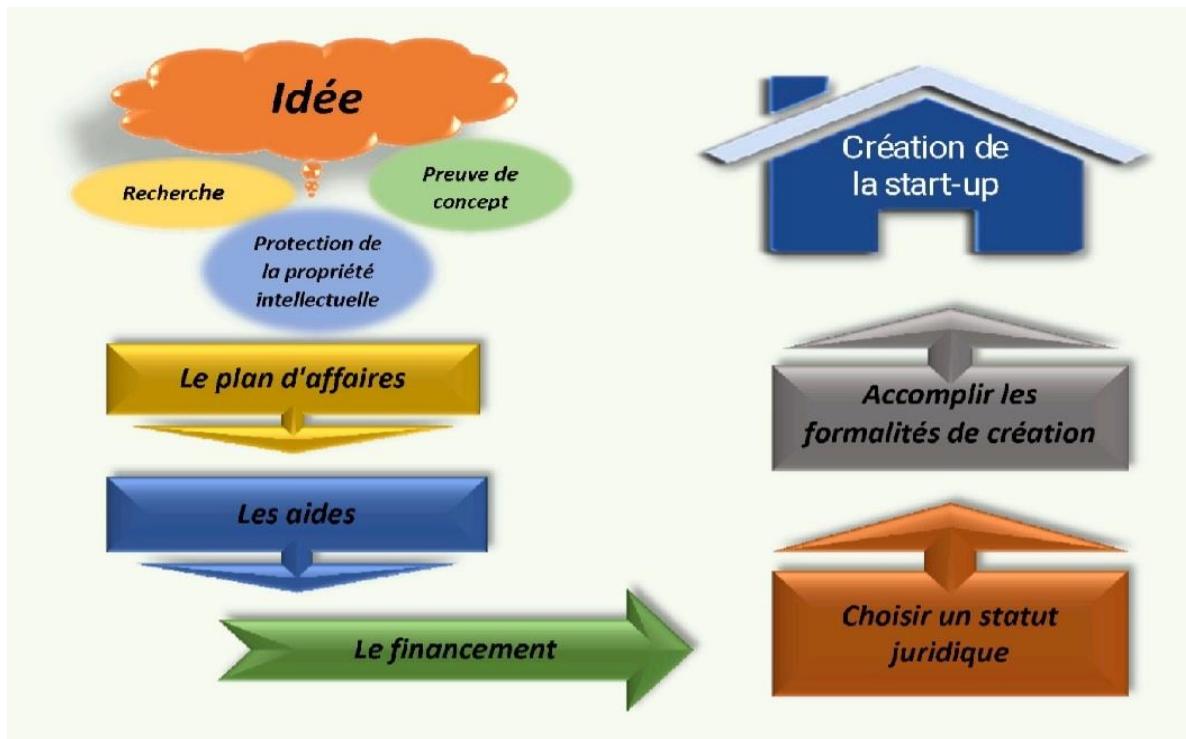
Mais il est associé à la dimension sociale car il crée des normes Fayolle a identifié trois problématiques dans le champ de l'entrepreneuriat dont celui du phénomène économique et social car elle « s'intéresse à des effets et des résultats de l'acte d'entreprendre : la création d'entreprises et d'emplois, l'innovation, le renouvellement des entreprises, la réinsertion, les changements d'état d'esprit ».

La performance du phénomène entrepreneurial doit être globale : économique, sociale, environnementale. Peu importe la façon dont on va entreprendre avec l'entrepreneuriat économique et social, il n'y a pas de contradiction dans la mesure où l'objectif est bien de créer de l'activité, de la valeur, d'avoir une vision de l'économie qui se retrouve au service de l'homme.

Section 03 : Les étapes de création d'une startup :

Dans cette section, nous allons aborder les différentes étapes et phases pour créer une startup, allons de l'idée :

Figure 03 : les étapes de création d'une startup.



Source : Direction général de la recherche scientifique et du développement technologique

« Introduction au parcours de la création d'une startup ». Page 7. Edition 2020.

Les étapes sont comme suit :

3.1. L'idée et évaluation le marché :

vous devez sans doute avoir déjà :

- Une petite idée en tête.
- Ensuite il faut perfectionner votre idée au maximum en vous posant les bonnes questions : « Qui sont les clients, les concurrents. » « Quoi : les composantes du système d'offre, où se déroule la transaction, les clients, quel sont les objectifs est l'impact social » quand le chemin client par rapport au marché », comment la manière de fournir le produit ? combien « les prix pratiqués et ceux à proposer pour se positionner et pourquoi ? (Kézia Varde, 2019, P 31)
- Le problème et les contraintes que je souhaite résoudre avec ma startup ?
- La solution apportée par ma startup ?
- Qui sont mes cibles ? Des consommateurs ou des entreprises ?
- Est-ce qu'il existe des produits similaires sur le marché, Si oui, quelle est ma valeur ajoutée ?
- Les forces et les faiblesses de mon produit ou service et celles de mes concurrents ?

Une fois que vous pensez avoir trouvé une idée solide, qui coïncide aux besoins du marché : il est temps de vous pencher sur le business plan et d'élaborer les modalités de fonctionnement de votre startup. Direction général de la recherche scientifique et du développement technologique, idem, Page 7.

Figure 4 : Le Schéma type de l'idée de création jusqu'à la finalisation du projet d'entreprise.

| <i>Accompagnement du créateur</i> | <i>Phase initiale de création</i> | <i>Mise en adéquation des moyens et objectifs</i> | <i>Plan d'action des aides</i> |
|---|--|---|---|
| <i>Etapes de la création d'entreprise</i> | <i>Adéquation homme/projet</i> <i>Motivations et objectifs</i> <i>Identification du projet</i> | <i>Etude du contexte environnemental (ressources financières et sociales, concurrences, clients, fournisseurs, associés...)</i> | <i>Montage du dossier financier et marketing.</i> |

(Pamela Roser Parmentier These De Doctorat Sociologie De L'idee Au Projet : Les Parcours Des Créateurs D'entreprise Jeunes Et Seniors Sous La Direction De Mme Regine Bercot
Soutenue Le 17 Novembre 2015 P122)

3.2. Elaborer un business plan de startup :

Le plan d'affaire est un composant capital lorsque vous élaborez un projet. Il est en quelque sorte le guide visite qui explique votre projet de façon détaillée aux investisseurs, les plans d'affaires ne sont pas identiques, mais certaines informations sont cruciales pour représenter au mieux votre projet :

- Présentation du produit / service.
- Présentation du marché.
- Présentation du plan d'affaire.
- Présentation de l'équipe.

Plus votre plan d'affaire sera réfléchi, chiffré et efficace, plus vous aurez la chance de trouver des financements pour concevoir votre startup. (Kézia Varde, 2019, P 123)

3.3-L'importance de l'étude de marché :

L'étude de marché est une des étapes-clés de la construction d'un projet. Pourtant elle est souvent vue comme une contrainte. Peu de futurs chefs d'entreprise comprennent l'intérêt d'une vraie étude de marché, sans doute parce qu'ils ont du mal à se détacher de l'image idéale qu'ils se font de leur activité : L'étude de marché doit en faire gagner, en identifiant le plus tôt possible le potentiel du marché, les « segments de clientèle » les plus porteurs et les principales attentes de la clientèle.

Figure 5 : L'étude de marché :



Source : Direction général de la recherche scientifique et du développement technologique, « Introduction au parcours de la création d'une startup ». Page 7. Edition 2020

3.4- Les principales méthodes d'étude de marché :

Voici les principales méthodes d'étude de marché :

- L'étude métier consiste à questionner des professionnels qui interviennent sur le même type d'activité que vous. Il ne s'agit pas d'interviewer les concurrents, mais plutôt des professionnels intervenant sur un marché comparable mais sur un secteur géographique différent.
- L'étude de la concurrence vous permettra d'établir votre offre, et d'assumer un positionnement clair. Étudier la concurrence consiste à lister les professionnels déjà installés sur le marché visé et à étudier précisément : leur implantation, leur zone

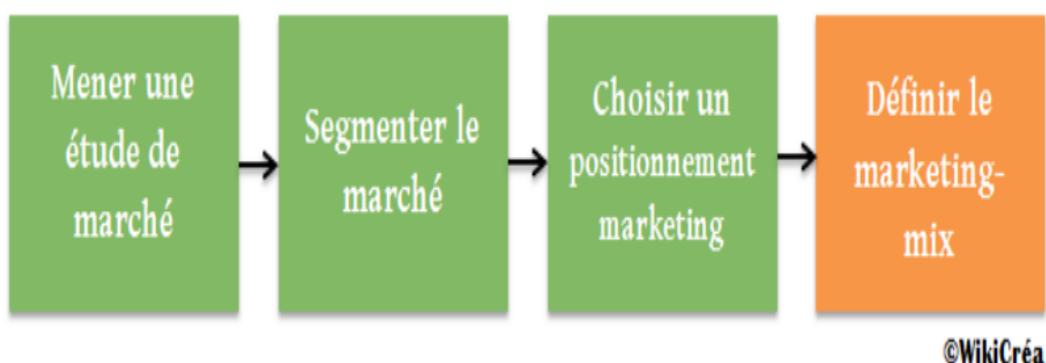
d'intervention, leur offre, leur positionnement, leur prix, leur mode de distribution, leur politique de communication, leurs réussites et leurs difficultés.

o L'étude des fournisseurs : L'étude des fournisseurs est un bon moyen d'accéder aux caractéristiques principales du marché. En effet les fournisseurs, de par leur nombre, leur implantation, leur offre, leur communication et leurs prix, fournissent des informations importantes sur l'état et le dynamisme du marché.

3.5- Définir votre offre :

-La démarche : Vos résultats d'étude de marché en main, vous pouvez maintenant déterminer votre offre.

Figure 6 : Un résumé de la démarche de l'offre :



Source : Direction général de la recherche scientifique et du développement technologique « Introduction au parcours de la création d'une startup ». Page 7. Edition 2020

Section 04 : Les particularités des startups

4-1- Classification des entreprises selon la taille et le chiffre d'affaire :

La très petite entreprise « **TPE** » ou appeler également micro-entreprise, est définie comme étant une entreprise qui emploie de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions.

La petite entreprise « **PE** » est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre annuel 200 millions DA ou dont le total du bilan n'excède pas 100 million de DA.

La moyenne entreprise « **ME** » est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires et compris entre 200 millions et 2 milliards de DA.

La **PME** est une activité économique représentée par une personne physique ou morale sous un statut juridique, employant entre 1 et 250 personnes, sa mission est la production de biens et services pour but de réaliser des profits.

4.2. La différence entre une startup et une l'entreprise :

A- La startup : Temporaire : Une start-up n'a pas l'intention de rester ainsi tout au long de sa vie. Devenir une startup n'est pas un but en soi.

L'entrepreneuriat est une étape spécifique et l'objectif principal est de transformer des idées en entreprises, de trouver de nouvelles façons de fournir des services et de créer de la valeur.

A-1. La recherche d'un business model : Devenir une start-up, c'est offrir de la valeur aux clients grâce à un produit ou un service qui n'a jamais été vu auparavant. Le défi pour les startups est de trouver et de construire un business model qui lui corresponde. Un business model qui n'est pas calqué sur une structure existante et qui n'est pas forcément évident lors du lancement de la structure.

A-2- Évolutive (pour une croissance exponentielle) : Le premier client coûte plus cher que les clients suivants, et ainsi de suite. C'est cette évolutivité, associée au fait que le modèle est réproductible, qui permet aux startups de se développer si rapidement en peu de temps (Kézia Varde, 11 décembre 2019 P 29).

B- Les entreprises dites plus traditionnelles :

La distinction entre la startup et la simple entreprise : un projet de création d'une start-up est plus risqué qu'un projet classique. En plus du risque encouru, l'entreprise doit également faire face aux défis de l'innovation.

B- 1-Des structures agiles : Une start-up est une structure agile, elle doit avoir la capacité à s'adapter très rapidement à son environnement puis à ses évolutions. Généralement, ces entreprises évoluent sur des marchés en création dans lesquels les règles ne sont pas encore définies. L'agilité est un facteur clé de succès.

B-2-Un état temporaire : Le projet peut échouer, et donc disparaître, ou réussir puis devenir une entreprise classique lorsque son modèle est trouvé et cesse d'évoluer.

B-3-Des besoins importants en financement : Pour leur démarrage et leur développement, les start-up ont souvent besoin de beaucoup de financements : Le financement à la mode dans l'univers des sociétés innovantes est la célèbre levée de fonds, cette dernière consiste à

accueillir des investisseurs dans son capital social. En contrepartie de leur prise de participation, les investisseurs injectent des capitaux pour permettre à l'entreprise de démarrer son activité ou d'accélérer son développement.

B-4-Une recherche permanente de rentabilité : La plupart des nouveaux projets start-up ont des potentialités élevées, voir importantes de rentabilité. Dans un premier temps, l'entreprise perd de l'argent car n'arrivant pas à couvrir les frais. Ensuite, plus l'entreprise prend une courbe ascendante, plus sa marge bénéficiaire par client augmente car son modèle est évolutif.

4-3-La différences entre Start-up et PME (Petit et Moyenne Entreprise) : Par la définition de Larousse, une PME est « une entreprise d'importance petite et moyenne, dans laquelle le chef d'entreprise assume personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales de l'entreprise, quelle que soit la forme juridique de celle-ci. ».

Une start-up est une structure qui réunit quatre conditions :

- Une forte croissance potentielle.
- L'usage d'une technologie nouvelle.
- Le besoin d'un financement massif.
- La présence sur un marché nouveau dont le risque est difficilement mesurable.

Ces particularités constituent peut-être les principales différences entre une start-up et une PME : <https://www.legalstart.fr/> consulté le 06/03/2023.

-Première différence : la PME applique un business model défini alors que la start-up recherche son business model.

-Seconde différence : Une start-up n'est généralement pas structurée par un organigramme et est fortement axée sur un esprit d'équipe propice à la créativité.

-Troisième différence Une start-up est dans une phase temporaire. Elle est amenée à évoluer et se transforme en PME/multinationale.

Section 05 : Les modes de financement d'une start-up

5.1- Les organismes spécialisés dans le soutien et la promotion des start up :

Pour renforcer le secteur des startups, le gouvernement algérien à mis en place une batterie de dispositif et d'organes spécialisés dont le rôle et le soutien à la création des startups à savoir, ANGEM, CNAC, ANDI, ANAD ex ANSEJ et ASF.

A- Le dispositif de l'ANADE ex ANSEJ : L'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entreprenariat, par abréviation ANAD anciennement Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes ANSEJ, avant novembre 2020. Ce dispositif ANSEJ était créé en 1996, est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre Délégué auprès du Premier Ministre chargé de la micro-entreprise.

- **L'ANADE** accompagne les porteurs de projets pour la création et l'extension des micro-entreprises de production de biens et de services.

- **L'ANADE** dispose d'un réseau de 61 agences, implantées dans toutes les wilayas du pays, ainsi que des antennes situées dans les grandes localités.

- **L'ANADE** a pour objectifs : Favoriser la création et l'extension d'activité de biens et de services par les porteurs de projets, Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

- **L'ANADE** a pour missions : Soutenir, conseiller et accompagner les porteurs de projets à la création d'activités. Mettre à la disposition des porteurs de projets toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités. Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banques, impôts, CNAS et CASNOS, etc.).

Développer un partenariat intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement, divers secteurs, Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise au profit des porteurs de projets. Encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création et l'extension (www.ansej.dz)

B- Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) La CNAC a été créée en 1994 dans l'objectif d'atténuer les coûts sociaux du plan d'ajustement structurel. Elle a pour principale mission d'indemniser les travailleurs licenciés pour des raisons économiques. Cette mission initiale est toujours valable, mais le nombre de personnes au chômage bénéficiant de l'allocation de la CNAC. L'Agence est dotée d'une solide enveloppe budgétaire. Elle a étendu ses activités à l'aide à la création d'activités économiques. Tendance positive après 2008 qui montre qu'un nombre croissant d'entreprises a été financé et un nombre croissant d'emplois a été créé au cours des dernières années, aujourd'hui ce dispositif est suspendu.

C- Agence nationale de Développement d'Investissement (ANDI) Afin d'encourager la croissance et de réduire le taux de chômage, l'Algérie cherche à diversifier son économie, aujourd'hui très dépendante des hydrocarbures, en développant les secteurs traditionnels, tels que l'agriculture, mais aussi les services aux entreprises, etc. Elle espère ainsi créer les emplois nécessaires pour absorber une main d'œuvre de plus en plus nombreuse et qualifiée, développer la consommation avec un moindre recours à l'importation, et accroître les exportations. Conscient du rôle majeur du secteur privé dans la création d'emplois, et notamment des PME, le gouvernement a entrepris un vaste programme de réformes afin de transformer le cadre de production et la structure même de l'économie nationale. Il espère ainsi améliorer la compétitivité des entreprises nationales en vue de leur introduction sur les marchés internationaux. Pour apporter les correctifs nécessaires et donner un nouveau souffle à la promotion de l'investissement, les pouvoirs publics ont promulgué en 2001 l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement. Elle prévoit notamment, la création d'un guichet unique placé sous l'autorité du chef du gouvernement sous la forme d'une « Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) » en remplacement de l'APSI. Cette agence apporte une décentralisation du guichet unique au niveau local.

D- L'Agence Nationale de Gestion de Microcrédit (ANGEM) L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM), créée par le décret exécutif n° 04-14 du 22 janvier 2004, représente un outil de lutte contre le chômage et la précarité visant le développement des capacités individuelles des personnes en créant leur propre activité. Il est destiné pour les citoyens sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers et les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale des citoyens ciblés à travers la création d'activités de production de biens et services.

Le dispositif ANGEM nous a permis d'obtenir un petit crédit bancaire et un prêt sans intérêt. Ce Micro Crédit est un prêt remboursable dans un délai de 8 ans, dont trois (03) années de différé. Permettant l'achat d'un petit équipement et matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

E- Le Fonds Algérien de Financement des Startups l'ASF (Algerian Start-up Fund). Lors de la Conférence Nationale des Startups « Algérie Disrupt 2020 », le Fonds Algérien de Financement des Startups a été officiellement lancé, se concentrera sur les startups les plus innovantes du pays. Le fond propose un financement assuré par une entrée au capital des startups prometteuses à la différence des anciens dispositifs chargés de soutenir les entreprises

innovantes, le Fond n'utilisera pas un financement par le crédit, qui a prouvé ses limites. L'aide financière se fera désormais directement via l'entrée au capital des sociétés prometteuses, Le Fonds national pour le financement des start-up, est le fruit de la collaboration entre le ministère délégué de l'Economie de la connaissance et des Start-up, Sonatrach, la Banque de développement local (BDL), le Crédit populaire d'Algérie (CPA), la Banque extérieure d'Algérie (BEA), la Banque nationale d'Algérie (BNA) et la Caisse nationale d'épargne et de prévoyance-Banque (Cnep-Banque).Concernant le plafond de l'investissement de l'ASF, trois paliers ont été fixés, à savoir un financement à hauteur de 2 millions, 5 millions et jusqu'à 20 millions de dinars. Cela dépendra, de la nature du projet, du secteur d'activité et du besoin lui-même de financement et ce sera à l'ASF d'apprécier l'engagement et d'évaluer le risque. Il est à noter que lorsque le fonds aura injecté le financement il deviendra partenaire de l'entreprise (actionnaire) avec laquelle il partagera les bénéfices mais aussi les pertes. (<https://www.industrie.gov.dz>, consulté le 20 AVRIL 2023).

5.2-La réalité du financement des start-up en Algérie :

La question des startups en Algérie a été d'une grande importance, le pays s'est récemment tourné vers cette entreprise en lui donnant la place du pilier de l'économie nationale. Mais malgré le dynamisme de cette entreprise, elle se heurte à un environnement de financement faible et fait face à certains blocages qui freinent, voir enrayent son développement. Ce qui menace certaines d'entre elles à mettre la clef sous le paillasson. « Hafsa Drouiche Lamia Menai, 2022, P78 ».

6- Protéger l'identité de ma start-up :

Déposer sa marque est une étape incontournable pour protéger l'identité de son entreprise. C'est l'Institut National Algérien de Propriété Intellectuelle (**INAPI**), est un établissement public à caractère industriel et commercial, activant sous l'égide du Ministre de l'Industrie et des Mines qui est chargé de l'examen, l'enregistrement et la protection des droits moraux (marques, brevets d'invention, dessins, modèles et indications d'origines), conformément au décret exécutif n° 98-68. Déposer une marque à l'INAPI permettra d'obtenir un monopole d'exploitation d'une durée de dix ans renouvelable. La marque, en vertu de l'ordonnance n° 03-06, est définie comme tous signes susceptibles d'une représentation graphique, notamment les mots, y compris les noms de personnes, les lettres, les chiffres, les dessins ou images, les formes caractéristiques des produits ou de leur

conditionnement, les couleurs, seuls ou combinés entre eux, qui sont destinés et aptes à distinguer les produits ou les services d'une personne physique ou morale de ceux des autres.

Déposer un nom de domaine, c'est-à-dire l'adresse internet de la startup, est également recommandé lors de la création d'une startup : Il faut savoir que la propriété intellectuelle est un élément clé pour tout entrepreneur, en phase de l'idée, démarrage du projet, au moment de la création de l'entreprise et tout au long de son développement. La DGRSDT a élaboré « un guide de la propriété intellectuelle », disponible sur son site web, qui doit promouvoir la connaissance aux aspects de la propriété intellectuelle dans ses dimensions industrielle, littéraire et artistique.

6-1. Le label start-up : Selon ses initiateurs (ministère de l'Economie de la Connaissance, des Start-up et des Micro-entreprises) est un document institutionnel qui servira de « passeport » pour accéder à toutes les facilitations que l'État met à disposition des start-up.

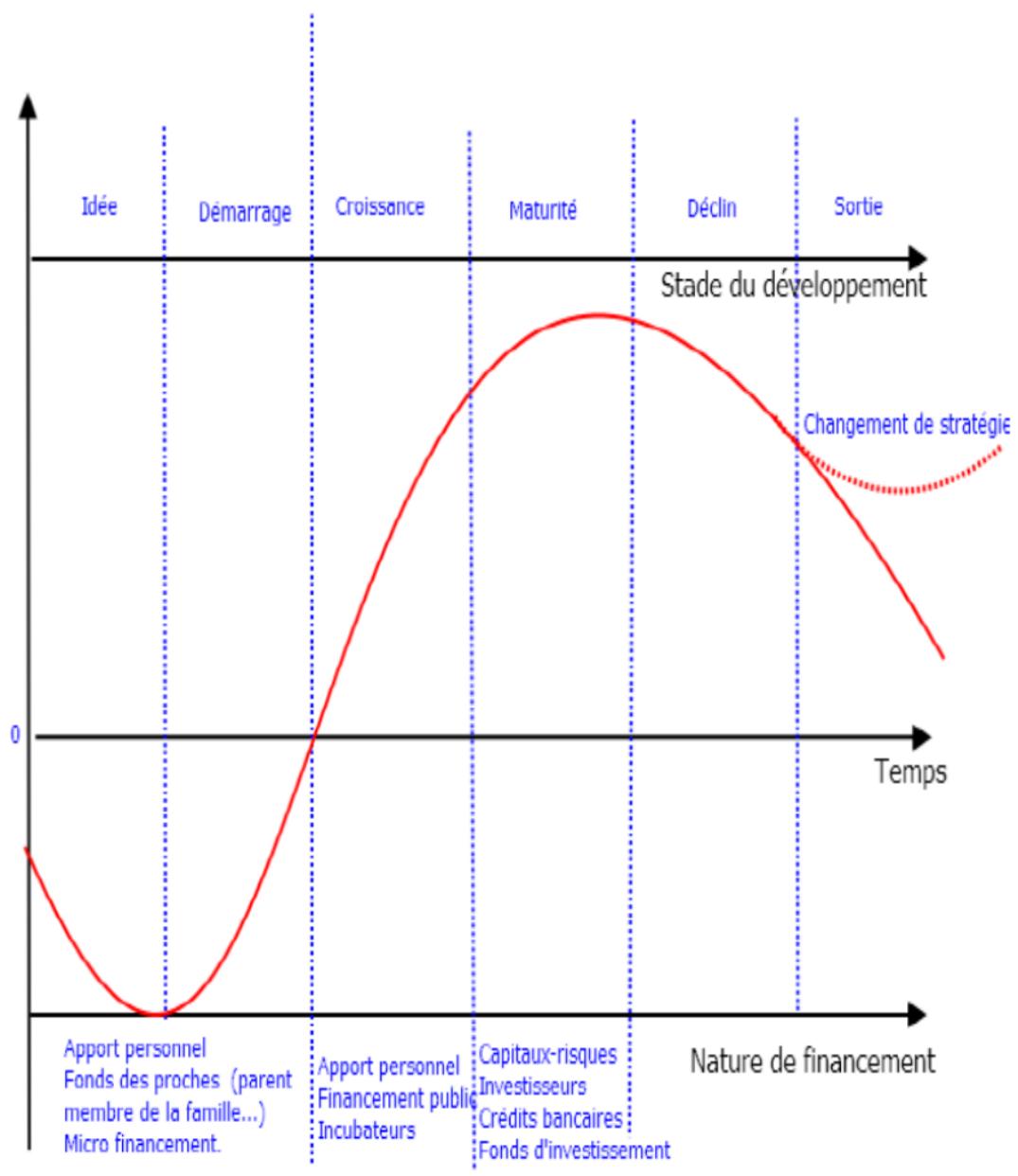
Le label Projet Innovant s'adresse, quant à lui aux porteurs de projets n'ayant pas encore créé leur société, il permet au même titre que le label « **startup** » d'accéder aux avantages, alors que le label Incubateur est accordé à toute structure publique, privée ou en partenariat public-privé qui propose un appui aux startups et aux porteurs de projets innovants, l'hébergement, la formation, le conseil et le financement. « Direction du développement technologique : édition 2020, P7 »

6-2- La durée de validité du label start-up

Le label « Start-up » est octroyé à la société pour une durée de quatre ans. Le renouvellement ne peut être accordé qu'une seule fois elle ne doit pas dépasser les huit années d'existence ;

Figure 7 : La durée de validité du label start-up

Figure n° 1 : Le cycle de vie d'une start-up



Source : Djelti & Chouam (2008, p.43)

« Direction du développement technologique : édition 2020, « introduction au parcours de la création d'une start up P8 ».

7-Les facteurs défavorables à la création des start-up

Les contraintes actuelles sont majeures à un niveau : la culture ambiante ; les capacités techniques de la start-up ; l'écosystème de l'entreprise et les politiques publiques.

- a-** L'absence des centres de données (Datacenters) : l'inexistence d'opérateurs locaux pouvant offrir des services de big data, cloud ou autres afin d'élargir le spectre des innovations avec les technologies de pointe, cela, oblige à certaines startups d'effectuer des abonnements à l'étranger via des agences de communication locales ou optent pour la création de leur propre petit Datacenter au niveau de leurs sociétés. Malheureusement, ce dernier, ne peut se conformer totalement aux normes fixées par les organismes internationaux de normalisation des Datacenter.
- b-** Problèmes des FAI : des coupures fréquentes de l'ADSL et de la 4G équivaut de dire l'indisponibilité du réseau Internet et parfois même de liaisons point à point entre les filiales de la startup. Le support des cinq neufs n'est souvent pas respecté et demeure hors norme.
- c-** Absence des E-paiement : L'inexistence des paiements électronique freine les startups et leurs clients pour acheter, payer ou vendre leurs produits en ligne (sites marchands).
- d-** L'absence d'assiettes de terrain dédiés aux projets : Manque d'aménagement d'assiettes de terrains spécialement pour les innovateurs et startuppers, équipée des réseaux de première nécessité (assainissement, gaz, électricité, fibre-optique...), car certaines startups nécessitent leur implantation au milieu des villes intelligentes.
- e-** L'absence d'une culture de l'entreprenariat : Ce manque empêche de ce fait la mise en place de réseaux intégrés d'appui aux jeunes entrepreneurs (les universités, les entreprises, les banques, les organisations patronales et les pouvoirs publics).
- f-** Les capacités techniques des leaders des start-up : Une fois mise place, la nouvelle entreprise exige un savoir-faire technique, commercial et financier qu'une formation auprès d'un incubateur ne saurait apporter, ce qui peut compromettre le succès de la startup.
- g-** Les politiques publiques : Elles manquent de vision comme en témoignent l'absence de stratégie de développement à long terme. Il y a un manque d'ambition en direction de secteurs de pointe (économie du savoir, numérisation, vert, TIC) et un manque de plan de numérisation de l'économie au moment où les trends mondiaux amorcent des tournants considérables, transforment les structures des valeurs ajoutées de nombreux pays et offrent des opportunités :

h- L'écosystème des start-up est pesant : Celui qui affecte lourdement sur le démarrage et le succès des entreprises, notamment :

* Le financement qui est le premier écueil, car il peut être extrêmement difficile d'obtenir du crédit en tant que start-up, du fait de l'absence de culture de risque de la part d'un système bancaire obsolète.

*Les lenteurs bureaucratiques et la mauvaise gouvernance de l'administration à tous les niveaux, source de corruption et de découragement ;

*Un cadre juridique confus, inadapté et qui peine à distinguer les différentes formes d'entreprenariat, ce qui rend les actions d'appui au bénéfice des start-up difficiles ; L'absence de concurrence au niveau des marchés qui créent des barrières artificielles et un environnement commercial défavorable ;

* Une faible numérisation de l'administration publique et de l'environnement, y compris des banques ; La faiblesse des infrastructures de TIC et des réseaux de transmissions des données et des messageries.

Des critères de succès liés à la startup, notons tout d'abord l'attention sur les critères de succès objectifs de la startup. De nombreux critères objectifs ont été avancés par la littérature concernant la détermination du succès objectif de la startup. (Aicha BEKADDOUR Start-up et écosystème d'accompagnement en Algérie,2021, P534.)

- Les forces de la startup :

Nous mentionnons les éléments suivants

- Équilibrer la structure de l'activité de production.
- Appuyer les grandes entreprises.
- Des opportunités réelles et une réduction du chômage.
- Contribuer à la stratégie de développement local.
- Capacité à innover et à développer de nouveaux produits pour l'enthousiasme et motivation en raison des propriétés individuelles élevées.
- La rapidité des décisions et la contribution à la mise en œuvre d'une politique d'importation
- La diffusion de l'industrie des valeurs positives.

- La rapidité de la prise de décision due au manque d'évolution de carrière et au nombre de travailleurs, qui contribue à la transmission rapide des informations et au traitement des problèmes posés.
- Flexibilité et capacité d'adaptation aux changements qui se produisent dans son environnement.
- Rentabilité élevée en raison de son faible capital (levier financier).
- De meilleurs effets pour les projets innovants, notamment dans le domaine des nouvelles technologies.

Figure 8 : Présentation des dimensions du succès entrepreneurial de la startup

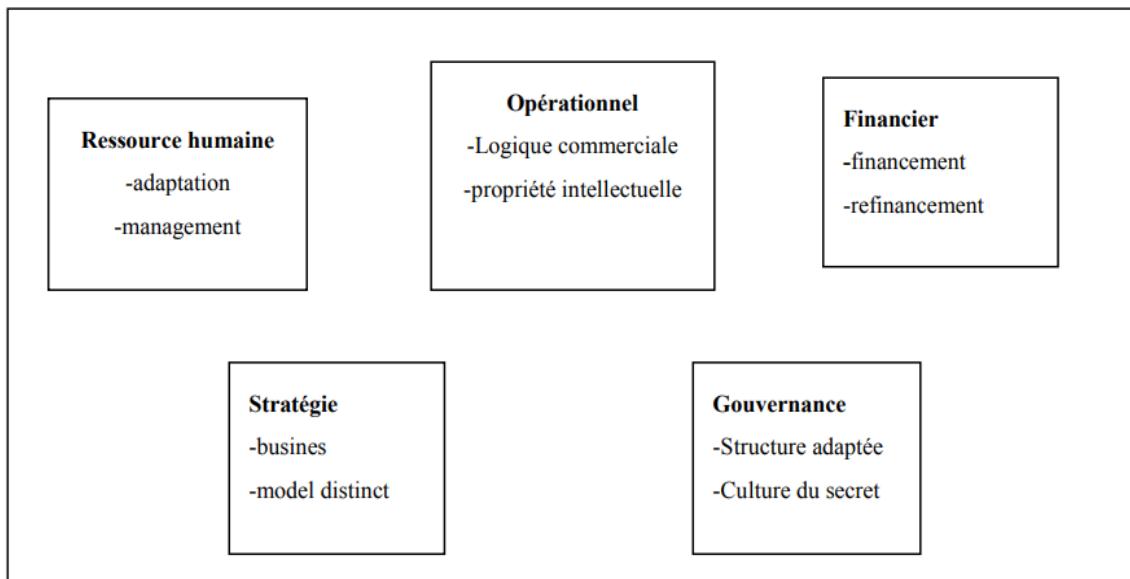
Tableau 1 : Présentation des dimensions du Succès Entrepreneurial de la startup

| SUCCÈS ENTREPRENEURIAL | | |
|--|--|---|
| | Succès de la startup | Succès de l'entrepreneur |
| Succès objectif | Atteinte du seuil de rentabilité / Génération de profits (Miskin et al. ; Hinz et al. ; Witt) | Capacité à gérer les problèmes critiques rencontrés par la startup (Alpander et al.) |
| | Survie de la startup au cours des premières années d'existence (Gafsi ; Tamassy ; Hinz et al. ; Witt) | Création d'un emploi à plein temps pour le fondateur (Hinz et al.) |
| | Croissance du chiffre d'affaires (Gafsi ; Hinz et al. ; Solymossy ; Witt) | Passage de l'idée initiale à la création de la startup (Witt) |
| | Croissance du nombre de salariés (Lasch et al. ; Hinz et al. ; Solymossy ; Witt) | |
| | Réalisation de la première vente (Gatewood et al.) | |
| | Génération d'un revenu pour l'entrepreneur (Solymossy) | |
| | Croissance du total du bilan (Witt) | |
| Succès subjectif | Retour sur investissement (Witt) | |
| | Renommée de la startup (Hinz et al.) | Satisfaction de l'entrepreneur (Hinz et al. ; Solymossy ; Witt ; Judge et al.) |
| | Satisfaction des clients | Equilibre vie personnelle / vie professionnelle (Arthur et al. ; Lebègue) |
| | Création de partenariats avec d'autres organisations | Reconnaissance de l'entourage (Lebègue) |
| Utilité sociale du projet porté par la startup | | Développement de soi et de ses compétences (Lebègue) |

En gras : valeur ajoutée

Bakhiti, Ali & Bouaina, Salima (2020). Les petites et moyennes entreprises émergentes en Algérie, réalité et enjeux. Revue d'études et de recherches (langue arabe en sciences humaines et sociales). (n° 04), p 537- 538

Figure 9 : Les risques d'une start-up



Source :Jehna, L. (24 mai 2018). Start-up et gestion du risque <https://portail-ie.fr/>

À travers ce chapitre, on peut dire qu'une start-up est une entreprise innovante qui utilise de la technologie pour concrétiser son idée. Parmi ces caractéristiques on retrouve : la recherche d'un business model, des projets risqués, des structures agiles, un état temporaire... ; etc. Elle peut avoir plusieurs formes juridiques dont SARL, SNC, EURL ... ; etc. La start-up joue un rôle important car elle contribue à la création d'emploi et influence l'économie nationale. Elle a des forces comme la rapidité des décisions et la flexibilité ainsi que des faiblesses telle que la difficulté de l'obtention du financement.

Chapitre IV : Analyse et interprétation des résultats de la recherche

A travers les divers entretiens effectués, nous prévoyons d'amorcer une réflexion en vue d'appliquer le concept de logique d'action à l'analyse du créateur d'entreprise d'un point de vue sociologique et de tenter de fournir un premier éclairage sur les rapports complexes entre les caractéristiques sociologiques du créateur (notamment, en termes de profil sociodémographique, d'une part, et de situation par rapport à la sphère du travail, d'autre part), le positionnement stratégique vis-à-vis de la création d'une startup (finalité et modalité de la création de celle-ci), son déroulement et son issue.

- Présentation des startups interrogées

Entreprise n° 01 : D B : EURL DG machine, Entreprise algérienne spécialisée dans la fabrication de machine de soudure automatique de profiles PVC, Nombres de travailleurs : 05, Date de création : 2022, labélisée.

Entreprise n° 02 : C R, SARL WADIFNY 1, Nombres de travailleurs : 02 Date de création : 2021 label projet innovant N° 2705212152 c'est une société de mise en relation entre le client et le prestataire de service avec un maximum de choix, qualité et prix, plateforme numérique comme intermédiaire.

Entreprise n° 3 : M B, SARL FITO, Felatec, application startup agricole mobile, permet aux agricultures de chercher ou acheter selon plusieurs critères et de comparer entre les différents intrants proposés par les différentes sociétés. Fito permet également de contacter les sociétés et leurs distributeurs, Nombres de travailleurs : 07, date de création en Août 2021.

Entreprise n° 4 : Mme C M, transformation de grignon d'olive, nombre de travailleurs 1, Labélisée date de création 2021, titulaire d'un registre de commerce en 2021 comme projet innovant.

Entreprise n° 5 : M^{elle} O S, porteur de projet, projet innovant, inscrite dans le cadre de l'arrêté 1275 sur les diplôme startup et diplôme-brevet, plateforme numérique fonctionnelle « service » date de création janvier 2023 « Démarche en cours » phase 2 financement.

Entreprise n° 6 : A N, porteur de projet, projet innovant, plate forme numérique « service » date de création 2023 démarches en cour « un groupe de 3 autres porteurs de projet ont loué un bureau à Bejaïa ».

Entreprise n° 7 : C T, porteur de projet, projet innovant boite de communication « service », date de création 2023, démarche en cours de création.

Entreprise n° 8 : MS, projet innovant dans l'agriculture, en cours de labellisation démarche en cours.

Entreprise n° 9 : S L. Startup avec un registre de commerce projet innovant en 2022, c'est une entreprise spécialisée dans le design et la décoration d'intérieur, qui valorise et intègre l'artisanat traditionnel et d'art dans nos espaces de vie contemporain, en cours de labellisation démarche en cours.

Entreprise n° 10: T T, porteur de projet sur la fromagerie inscrite dans le cadre de l'arrêté 1275 sur les diplôme startup et diplôme-brevet, parmi les projets innovants de l'université de Bejaïa, démarche en cours.

Entreprise n° 11 : L H, porteur de projet sur polymère plastique inscrite dans le cadre de l'arrêté 1275 sur les diplôme startup et diplôme-brevet , parmi les projets innovants de l'université de Bejaia, démarche en cours.

Entreprise n°12 : M I, porteur de projet sur polymère plastique inscrite dans le cadre de l'arrêté 1275 sur les diplôme startup et diplôme-brevet, parmi les projets innovants de l'université de Bejaïa, démarche en cours.

❖ Analyse et interprétation des données :

Avant de passer à l'analyse, on a pris l'initiative de répartir les réponses selon les axes des entretiens effectués lors de l'enquête.

1- A commencer par établir **le profil des créateurs de startups.**

Tableau 1 : réponse à la question n° 1 : L'âge de l'interviewé

| Interviewés Le contenu de la réponse | Sexe | Age |
|---|-------------|------------|
| Interviewé N° 1 D B Labélisé | Masculin | 38 ans |
| Interviewé N°2 C R Labélisé | Masculin | 40 ans |
| Interviewé N°3 B M Labélisé | Masculin | 50 ans |
| Interviewé N°4 C M Labélisée | Féminin | 40 ans |
| Interviewé N°5 O S Porteur de projet innovant | Féminin | 23 ans |
| Interviewé N°6 A N Porteur de projet innovant | Masculin | 26 ans |
| Interviewé N°7 C T Porteur de projet innovant | Masculin | 36 ans |
| Interviewé N°8 M S Porteur de projet innovant | Masculin | 46 ans |
| Interviewé N°9 S L Porteur de projet innovant | Féminin | 29 ans |
| Interviewé N°10 T T Porteur de projet innovant | Féminin | 26 ans |

| | | |
|---|---------|--------|
| Interviewé N°11 L H Porteur de projet innovant | Féminin | 30 ans |
| Interviewé N°12 M L Porteur de projet innovant | Féminin | 25 ans |

Selon le tableau ci-dessus, notre population d'étude est constituée de 12 personnes des deux genres par égalité, à savoir, six (06) hommes et six (06) femmes. Le constat que nous pouvons déduire à travers le profil d'âge des fondateurs des startups c'est que cinq (05) personnes de notre population d'étude se situent dans la catégorie d'âge entre (18 ans - 29 ans), nous avons une égalité de trois (03) dans la catégorie entre (30 ans - 39 ans) et (40 ans - 49 ans). Enfin, une seule personne se retrouve dans la catégorie (50 ans – 59 ans) et aucune personne n'est âgée de plus de 60 ans. Nous remarquons aussi que le sexe féminin est plus située dans la tranche d'âge entre (18 ans et 29 ans), contrairement aux hommes de notre échantillon qui ont un âge entre (40 ans – 49 ans). Ce que nous pouvons retenir ou croire, selon notre tableau, c'est que les entrepreneurs sont jeunes.

Tableau 2 : Réponse à la question n° 02 : La situation matrimoniale :

| Interviewés | situation matrimoniale |
|---|-------------------------------|
| Le contenu de la réponse | |
| Interviewé N° 1 D B Labélisé | Marié |
| Interviewé N°2 C R Labélisé | Marié |
| Interviewé N°3 B M Labélisé | Marié |
| Interviewé N°4 C M Labélisée | Mariée |

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| Interviewé N°5 O S | Célibataire |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°6 A N | Célibataire |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°7 C T | Marié |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°8 M S | Marié |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°9 S L | Célibataire |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°10 T T | Célibataire |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°11 L H | Célibataire |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°12 M L | Célibataire |
| Porteur de projet innovant | |

Comme dans le tableau précédent nous retrouvons une égalité dans la situation conjugale de notre population d'étude, ce qui veut dire que six (06) personnes de notre population sont mariés et les six (06) autres sont célibataires. Nous pouvons observer aussi que cinq (05) femmes parmi les interviewés sont célibataires contre le même nombre (soit 05) avec le statut marié pour les hommes. Deux situations complètement différentes entre les deux sexes. Ce qui veut dire que les femmes célibataires sont plus susceptibles de créer des startups que les femmes mariées et que les hommes mariés ont plus de probabilité de devenir entrepreneur que les hommes célibataires.

Tableau 3: réponse à la question n° 16 : Le niveau de vie de la famille du créateur de startup

| Interviewés Le contenu de la réponse | Le niveau de vie de la famille du créateur de startup |
|---|---|
| Interviewé N° 1 D B Labélisé | Niveau Moyen |
| Interviewé N°2 C R Labélisé | Niveau Moyen |
| Interviewé N°3 B M Labélisé | Niveau Moyen |
| Interviewé N°4 C M Labélisée | Niveau Moyen |
| Interviewé N°5 O S Porteur de projet innovant | Niveau Moyen |
| Interviewé N°6 A N Porteur de projet innovant | Niveau Moyen |
| Interviewé N°7 C T Porteur de projet innovant | Niveau Moyen |
| Interviewé N°8 M S Porteur de projet innovant | Niveau Moyen |
| Interviewé N°9 S L Porteur de projet innovant | Niveau Moyen |
| Interviewé N°10 T T Porteur de projet innovant | Niveau Moyen |

| | |
|-----------------------------------|--------------|
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°11 L H | Niveau Moyen |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°12 M L | Niveau Moyen |
| Porteur de projet innovant | |

Selon les startups interviewées, nous remarquerons que tous les fondateurs sont issus de la classe moyenne. Toutes les start-ups sont donc issus du milieu moyen, ce qui fait que c'est peut être l'une des raisons qui les ont poussé à devenir entrepreneur, ce qui veut dire aussi que le processus est pour eux bien plus périlleux. On peut dire que le recours à l'entrepreneuriat est fréquent pour les classes moyennes, mais il vise le plus souvent à assurer son propre emploi ou à mettre fin à une situation de précarité. Le fait de créer une start-up s'inscrit dans un nouveau modèle d'entrepreneuriat, cherchant explicitement à améliorer les modes d'emploi ou d'entrepreneuriat de subsistance.

Tableau 4 : Réponse à la question n° 17 : la fonction du père ; est-il issu d'une Famille entrepreneur

| Interviewés | Est-il est issu d'une famille entrepreneur |
|---------------------------------|--|
| Le contenu de la réponse | |
| Interviewé N° 1 D B | Oui, « père mécanicien auto, oncle mécanicien de navire.... » |
| Labélisé | |
| Interviewé N°2 C R | Non, « père décédé avant il était Retraité» |
| Labélisé | |
| Interviewé N°3 B M | Non, « père décédé avant il était Retraité» |
| Labélisé | |
| Interviewé N°4 C M | Oui, « ses parents, son oncle son grand père » |
| Labélisée | |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Interviewé N°5 O S | Non « Père cadre à La Sonatrach » |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°6 A N | Oui, « père et frères même lui il a commencé le travail à son compte depuis son jeune âge » |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°7 C T | Non « père retraité ». |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°8 M S | Non « administrateur » |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°9 S L | Non « père retraité » |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°10 T T | Non « père retraité » |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°11 L H | Non « père retraité » |
| Porteur de projet innovant | |
| Interviewé N°12 M L | Non « père retraité de France » |
| Porteur de projet innovant | |

Pour les entrepreneures issues de famille d'entrepreneurs, la socialisation à l'habitus entrepreneurial se fait dès l'enfance, et ne se trouve ainsi que réaffirmée par les différentes instances socialisatrices qui composent l'écosystème des start-ups, quatre (04) de nos 12 enquêtées, qui ont un père indépendant ou chef d'entreprise. Ils héritent alors d'un véritable goût pour l'indépendance, et aspirent à occuper un statut social au moins aussi élevé que celui de leurs parents. Le passage à l'indépendance est donc facilité par un contexte familial qui y est favorable, et qui, bien loin de freiner la création, le présente comme une option de carrière désirable. Le soutien est donc moral, mais il est aussi financier.

Si certains peuvent bénéficier d'exemples d'entrepreneuriat dans leur entourage, ce n'est pas le cas de la plupart des fondateurs et des fondatrices de start-ups ont un père fonctionnaire. Ces entrepreneurs sont pourtant issus des classes sociales moyennes,

Les conjoints(es) des startupeurs sont tous et toutes des fonctionnaires exerçant des métiers auprès de d'autres organismes que celui de leur conjoint. En somme, la création des startups n'a pas de corrélation avec un âge ou situation matrimoniale ou niveau de vie particulier ou même avec un milieu familial expert dans la création des startups.

B- La création de la startup

Tableau 5 : réponse à la question N° 4 : Le niveau d'étude des startupeurs.

| Interviewés Le contenu de la réponse | Diplôme | Spécialité |
|---|--|--|
| Interviewé N° 1 D B | TS en maintenance industrielle à l'INSFP de Béjaia | Electronique industrielle |
| Interviewé N°2 C R | Universitaire, Licence | Communication et relation public, anglais des affaires en Angleterre |
| Interviewé N°3 B M | Universitaire | maintenance |
| Interviewé N°4 C M | Universitaire | TCT , génie des procéder |
| Interviewé N°5 O S | BAC + 5 Master II en science de gestion | Entreprenariat |
| Interviewé N°6 A N | BAC + 5 Master II en science de gestion | Entreprenariat |
| Interviewé N°7 C T | Licence universitaire | Science politique et relation internationale |
| Interviewé N°8 M S | Formation professionnelle et licence en management | TS en comptabilité et licence en management |
| Interviewé N°9 S L | Doctorante en urbanisme | |

| | Licence en architecture | Urbanisme |
|----------------------------|---|------------------------------------|
| Interviewé N°10 T T | Universitaire science alimentaire, Biologie | Production Transformation littière |
| Interviewé N°11 L H | Licence en génie des procédés Chimie, master en géni polymère | Géni des polymères |
| Interviewé N°12 M L | Licence en génie des procédés Chimie, master en géni polymère | Géni des polymères |

Selon le tableau ci-dessus les interviewés ont été répartis selon les diplômes obtenus et spécialité, on constate que la plupart des interviewés ont un niveau universitaire « BAC+ 5 et plus », sauf l'**interviewé n° 1 startup** ayant une formation professionnelle avec un diplôme TS et qui a un père ayant sa propre entreprise. Cela, atteste que les études supérieures « diplôme et spécialité » n'ont aucune influence sur la volonté et la capacité de création de startup. Et la nature des activités ne nécessite pas un niveau d'instruction élevé par rapport aux choix de la création de la startup.

Notre population disposant d'un capital culturel (via leur niveau d'instruction élevé) au moins aussi important que leur capital économique (situation sociale moyenne), leur ont permis de rejoindre les rangs de l'université, et les plus grandes écoles (institut de la formation professionnelle).

L'absence de modèle entrepreneurial dans l'entourage est pour eux compensée par la force de cette socialisation secondaire exercée par ces institutions, qui les invitent à envisager cette trajectoire professionnelle comme une carrière désirable, tout en leur offrant les ressources nécessaires (culturelles) à la création. La création de start-up est alors perçue comme un « accélérateur de carrière », leur permettant de devenir « chef d'entreprise », sans avoir à gravir les échelons de la grande entreprise. Quand ils n'entreprennent pas à la sortie de leurs études, c'est souvent après une courte expérience professionnelle en grande entreprise

qu'ils décident de créer une start-up, dans une quête de sens et d'épanouissement au travail, mais aussi de prestige et de reconnaissance sociale.

Tableau n°6 : Réponse à la question N°10 : Le statut juridique de la startup

| Interviewés Le contenu de la réponse | Le statut juridique | Le nombre d'employés |
|--|---|-------------------------|
| Interviewé N° 1 D B | Entreprise personnelle n'a pas bénéficier des aides de l'état | 5 |
| Interviewé N°2 C R | SARL salarié au niveau de l'état | 2 |
| Interviewé N°3 B M | SARL société public de capital risque collaboration avec les banques 25 % DU BUDJET | 7 |
| Interviewé N°4 C M | Sarl oliva grille | 01 |
| Interviewé N°5 O S | En cour | 01 |
| Interviewé N°6 A N | En cour Sarl puisque ils sont 3 personnes | 03 |
| Interviewé N°7 C T | Personne physique boite de communication | 01 |
| Interviewé N°8 M S | Entreprise individuelle | 01 |
| Interviewé N°9 S L | SARL | 02 |
| Interviewé N°10 T T | Groupe de 6 étudiants | 6 |
| Interviewé N°11 L H | Binômes | 2 |
| Interviewé N°12 M L | Binômes | 2 |

Comme on peut le voir sur le tableau ci-dessus, les startups sont créées soit individuellement (avec un taux de 58,33 %), soit souvent composées de deux, voire trois, fondateurs (avec 41,66 %). On peut observer que la création d'une startup par des co-fondateurs commence à susciter l'intérêt des jeunes qui ne sont pas obligé de supporter seul toutes les charges et difficultés liées à la création d'une entreprise. En effet, un tel partenariat permet de diviser les sources de responsabilités vis-à-vis des clients et collaborateurs. Par contre être seul à la tête d'une entreprise permet d'avoir sa propre vision et avoir un contrôle sur les décisions importantes, une indépendance très recherchée par les jeunes.

Selon le tableau ci-dessus les interviewés ont été répartis par le statut juridique de la startup, on constate que la plupart des interviewés ont un statut SARL « 05 startup » et 3 sont des startups individuelles et les autres sont des porteurs de projets.

C: La création de la startup

Tableau 7 : Réponse à la question n° 6 : Le nom de la startup

| Interviewés | Le contenu de la réponse | Nom de la startup |
|-------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| Interviewé N° 1 | D B | Eurl DG machine, labélisé |
| Interviewé N° 2 | C R | Wadifny |
| Interviewé N° 3 | B M | Fito, filatec |
| Interviewé N° 4 | C M | SARL Oliva grille |
| Interviewé N° 5 | O S | Ne veut pas citée le nom |
| Interviewé N° 6 | A N | AIC djazair |
| Interviewé N° 7 | C T | Boite de communication |
| Interviewé N° 8 | M S | Agro TaibaEldjazair |
| Interviewé N° 9 | S L | Sarl atelier DZ |
| Interviewé N° 10 | T T | fromagerie |

| | |
|----------------------------|--|
| Interviewé N°11 L H | Innovation dans le domaine polymère en plastique |
| Interviewé N°12 M L | Innovation dans le domaine polymère en plastique |

Le tableau ci-dessus représente le nom des startups interrogées dans notre étude. Face à l'émergence de nouveaux entrepreneurs ou startupeurs au niveau national, la population cible des startups créées dans notre wilaya misent sur la diversification de leurs offres et services.

L'enjeu pour les acteurs du secteur reste d'acquérir une reconnaissance auprès d'un plus grand public avec ces différents besoins tirés par une demande de plus en plus orientée vers des exigences de qualité, d'information et de service.

Selon le tableau, il est difficile de délimiter précisément le périmètre des « produits » ou « services » offert par les startups, surtout le volet innovant qui les différencie des autres et qui leur donne le statut de startup. Néanmoins, on se basera ici principalement sur le nom et sur les informations acquises lors de nos entretiens. Les startups se caractérisent par une diversité de produits ou de services et un nombre important d'acteurs (12 startups dans notre population) avec une intensité concurrentielle élevée. Si on observe le tableau 07, on remarquera que certaines startups ont déjà spécifié leur statut juridique (SARL ou EURL). Nous remarquerons aussi que sept (07) d'entre eux n'ont pas voulu citer le statut juridique. Selon leur nom et l'entretien on peut dire que les fondateurs ont choisi des noms différents qui les représentent. Si on prend l'exemple de « Wadifny » qui est tiré du nom arabe et qui veut dire « recrutement » est un nom simple à retenir et qui se comprend. Par contre si on prend la startup « Fito », c'est plus compliqué à deviner ce qu'elle propose comme service. L'essentiel c'est que notre population propose des produits ou services différents par rapport aux autres startups, c'est l'exemple de la fromagerie qui propose un fromage innovant avec une recette unique.

Tableau 8 : Réponse à la question n° 7 : Labellisation de la structure

| Interviewés Le contenu de la réponse | date de création |
|---|---|
| Interviewé N° 1 D B | Labélisée en Juillet 2022 |
| Interviewé N°2 C R | Labélisée en 2021 |
| Interviewé N°3 B M | Labélisée en aout 2021 |
| Interviewé N°4 C M | Labélisé en 2021 |
| Interviewé N°5 O S | En cour 2023 |
| Interviewé N°6 A N | En cour 2023 |
| Interviewé N°7 C T | En cour 2023 |
| Interviewé N°8 M S | Projet innovant pour la start up Bientôt |
| Interviewé N°9 S L | Créer un registre de commerce startup projet innovant en 2022 |
| Interviewé N°10 T T | Démarche en cour 2023 |
| Interviewé N°11 L H | Démarche en cour 2023 |
| Interviewé N°12 M L | Démarche en cour 2023 |

Selon le tableau ci-dessus les interviewés ont été répartis selon la date de création de la startup. Nous remarquerons que toutes les startups de notre population sont des startups créées il y a moins de trois (03) ans. Le temps entre l'idée de création et le lancement de la startup est sûrement dû à la situation sociale et économique des jeunes, sans oublier l'entourage familial qui d'après ce que nous avons constaté à un poids conséquent sur la décision finale de lancement d'une startup.

On remarque aussi dans notre population d'étude qu'il y'a 5 startups labélisés et 7 porteurs de projets en cours de labellisation.

Tableau 9 : Réponse à la question n° 8: L’activité de la startup

| Interviewés Le contenu de la réponse | Activité de la startup |
|---|---|
| Interviewé N° 1 D B | Entreprise algérienne spécialisée dans la fabrication de machine de soudure automatique de profiles PVC |
| Interviewé N°2 C R | Plateforme numérique service |
| Interviewé N°3 B M | Application mobile spécialisé en agriculture |
| Interviewé N°4 C M | Récupération des grignon d’olive |
| Interviewé N°5 O S | E service |
| Interviewé N°6 A N | E service |
| Interviewé N°7 C T | E service |
| Interviewé N°8 M S | Extraction de matière végétale et animale Intelligentes agriculture durable |
| Interviewé N°9 S L | Plate formeazarik décorez votre intérieur avec des pièces unique de l’artisanat algérien |
| Interviewé N°10 T T | Alimentaire |
| Interviewé N°11 L H | Domaine polymère |
| Interviewé N°12 M L | Domaine polymère |

Selon le tableau ci-dessus les interviewés offrent des prestations de services différentes ce qui les place dans le secteur des services, nous retrouvons aussi selon notre échantillon des startups travaillant dans l’industrie et l’agroalimentaire. Nous remarquons aussi, que la majorité des startups sont des startups numériques ayant créés des applications numériques pour divers services.

Tableau 10 : Réponse à la question n° 9 : La principale source de conception de l'idée de création de start-up

| Interviewés Le contenu de la réponse | ITEM (contenu) |
|--|---|
| Interviewé N° 1 D B | Sur des machines importées, la découverte de pièces et composants faciles à fabriquer, non disponibles sur le marché algérien et africain et indispensables pour la maintenance. |
| Interviewé N°2 C R | <ul style="list-style-type: none"> - Une idée personnelle. - Répondre à un besoin de la société « à créer une agence de communication |
| Interviewé N°3 B M | <ul style="list-style-type: none"> - Répondre à un besoin de la société |
| Interviewé N°4 C M | <ul style="list-style-type: none"> - Une idée de ses grands-parents qui utilisent les noyaux des olives pour se réchauffer. |
| Interviewé N°5 O S | <ul style="list-style-type: none"> - L'idée proposée par l'incubateur pendant la préparation du mémoire de fin d'étude |
| Interviewé N°6 A N | <ul style="list-style-type: none"> - Aime les aventures. - Répondre à un besoin de la société. |
| Interviewé N°7 C T | <ul style="list-style-type: none"> - Idée innovante vient d'un besoin de la société. - le temps du covid, homme marié, avec un enfant, devoirs et obligations envers sa famille puis il a pensé à créer une plateforme. |
| Interviewé N°8 M S | Concept existant à l'étranger qu'il a adapté au contexte socioéconomique |
| Interviewé N°9 S L | <ul style="list-style-type: none"> - Idée personnelle pendant la préparation du diplôme - Répondre à un besoin de la société. |
| Interviewé N°10 T T | La principale idée en groupe « thème de mémoire en même |

| | |
|----------------------------|--|
| | temps startup », |
| Interviewé N°11 L H | <ul style="list-style-type: none"> - Elle a repris les études en 2021 après 5 ans de rupture ; - Chômage. - Idée de projet pendant la reprise des études. |
| Interviewé N°12 M L | <ul style="list-style-type: none"> - Depuis son enfance veut créer son propre emploi et être leader chef. - Ne veut pas travailler avec un salaire minable, douée, opportunité |

Selon le tableau ci-dessus les données et les expressions des interviewés, on déduit que la source de l'idée de créer la startup a des origines multiples. Tantôt la source est innée et tantôt acquise, en effet, l'expérience professionnelle « travail ou formation » peuvent être une motivation pour la création d'une startup.

De la même, le besoin du marché, peut être une source aussi importante que l'est la première. Sans oublier, que l'expérience sociale est une source non négligeable dans le projet de création de nouvelles organisations. « Entrepreneur / création d'entreprise » qui suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau est pour lui un acte essentiel dans lequel il s'exprime personnellement et se projette dans l'avenir. Ainsi l'étude des logiques d'action des créateurs de startup implique la pluralité des regards et des approches.

Comme le souligne Dubar C.(1991) la bonne compréhension de l'acteur social nécessite le positionnement du binôme choix et stratégies de l'individu sur l'articulation entre d'une part, culture de celui-ci son passé et ses contraintes d'autre part ses opportunités son présent et son libre arbitre la prise en compte de l'ancrage socio-historique du créateur s'avère nécessaire pour la compréhension du processus de création « Jean-Luc Guyot, 2004, P7 » .

Tableau 11 : Réponse à la question n°14 : Qui est la principale motivation qui l'a poussé à créer une start-up

| Interviewés Le contenu de la réponse | ITEM (contenu) |
|---|--|
| Interviewé N° 1 D B | <ul style="list-style-type: none"> - Aimer son métier, ambitieux, curieux et ingénieux. - Cherche toujours des solutions aux problèmes. |
| Interviewé N°2 C R | <ul style="list-style-type: none"> - Aimer son métier, ambitieux, curieux et ingénieux. |
| Interviewé N°3 B M | <ul style="list-style-type: none"> - Encouragé et motivé par ses collègues. |
| Interviewé N°4 C M | <ul style="list-style-type: none"> - Encouragée et motivée par son époux. - Aime les découvertes |
| Interviewé N°5 O S | <ul style="list-style-type: none"> - Elle est accompagnée par L'incubateur ABP SPACE qui est derrière l'idée et qui la motive. |
| Interviewé N°6 A N | <ul style="list-style-type: none"> - Opportunité, une visée à long terme, un travail collaboratif entre 3 membres, solidaires et innovateurs et créateurs de changement dans la société |
| Interviewé N°7 C T | <ul style="list-style-type: none"> - Opportunité, volonté d'être indépendant, un jeune marié avec le lancement du projet, avec des besoins et obligations. |
| Interviewé N°8 M S | <ul style="list-style-type: none"> - La famille est source de ma motivation |
| Interviewé N°9 S L | <ul style="list-style-type: none"> - Opportunité. - Volonté d'être indépendant. |
| Interviewé N°10 T T | <ul style="list-style-type: none"> - Opportunité, la famille est source de ma motivation. - J'aime aider les familles démunies qui ont un savoir-faire. |

| | |
|----------------------------|---|
| Interviewé N°11 L H | <ul style="list-style-type: none"> - Chômage. - La nécessité de créer mon propre emploi et de créer aussi des emplois pour les gens. - Affirmer mes ambitions et mes opportunités. |
| Interviewé N°12 M L | <ul style="list-style-type: none"> - La volonté d'être indépendante. - la nécessité de créer mon propre emploi, très ambitieuse. - Créer des emplois pour les gens. - Saisir les opportunités |

Selon le tableau ci-dessus les données et les expressions des interviewés on déduit que la principale motivation qui les a poussés à créer une start-up c'est bien le chômage, opportunité de saisir une occasion de travailler pour son compte et de créer des emplois pour les autres, et de satisfaire un besoin du marché.

Nous avons aussi rencontré une interviewée motivée par une raison personnelle, elle souhaite aider les artisans ayant un savoir-faire reconnu mais vivant dans les zones d'ombres qui empêchent de faire connaitre leurs produits.

Tableau 12 : réponse à la question n° 15 : Les difficultés auxquelles ils ont dû faire face

| Interviewés | ITEM (contenu) |
|---------------------------------|--|
| Le contenu de la réponse | |
| Interviewé N° 1 D B | <ul style="list-style-type: none"> - Des difficultés financières. - Manque d'équipement personnel - La bureaucratie |
| Interviewé N°2 C R | <ul style="list-style-type: none"> - Manque de financement. |
| Interviewé N°3 B M | <ul style="list-style-type: none"> - La bureaucratie. - Administration traditionnelle, refuse le développement |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Administration traditionnelle n'accepte pas de changement. |
| Interviewé N°4 M^{me} C M | <ul style="list-style-type: none"> - La bureaucratie. |
| Interviewé N°5 O S | <ul style="list-style-type: none"> - La principale difficulté c'est la maîtrise de temps entre les études et ma startup. |
| Interviewé N°6 A N | <ul style="list-style-type: none"> - Les démarches administratives pour créer les startups - La bureaucratie. - Les difficultés financières le temps d'attendre ANAD -6mois à 1 an l'idée sera plagiée et réalisée par d'autres. - La Concurrence. |
| Interviewé N°7 C T | <ul style="list-style-type: none"> - L'accès au financement est très difficile. - L'accès au site officiel des startups est indisponible. - Les démarches administratives traditionnelles. |
| Interviewé N°8 M S | <ul style="list-style-type: none"> - Manque de financement - La bureaucratie « administration traditionnelle ». |
| Interviewé N°9 S L | <ul style="list-style-type: none"> - La charge de travail. - Le financement ne suffit pas pour l'investissement. - L'activité retardée et je paye les impôts, TVA, comptabilité liée à mon registre de commerce. |
| Interviewé N°10 T T | <ul style="list-style-type: none"> - Manque de formation ; |
| Interviewé N°11 L H | <ul style="list-style-type: none"> - Absence des produits, les machines, des moyens pour la version finale. |
| Interviewé N°12 M L | <ul style="list-style-type: none"> - Absence des produits, les machines, des moyens pour la version finale. |

D'après les données de ce tableau, nous remarquons que les jeunes Startupeurs disposent d'un bagage dans la connaissance relative aux étapes de création et à la gestion de l'entreprise ; et établir des stratégies qui correspondent à leurs activités. La majorité ont trouvé des difficultés au niveau des administrations concernant l'obtention des autorisations nécessaires pour le lancement et l'activité. On cite, l'absence des produits et les moyens pour la fabrication de la version finale du produit en question. Et aussi, des problèmes liés aux financements, ce qui constitue un frein pour le processus de création. Comme le rappellent Amblard et al les mythes sont les élaborations sociales fondatrices des catégories avec lesquelles les communautés humaines pensent et expérimentent le monde. (jean-luc guyot, octobre 2004, P7)

A partir du discours d'un créateur, les difficultés peuvent également aider à comprendre les ressorts de l'action stratégique de celui-ci « disponibilité à prendre des risques et à accepter l'échec », elle se heurte à un environnement de financement faible et fait face à certains blocages qui freinent son développement. Entre la réalité et le terrain deux choses différentes : problème de bureaucratie, les difficultés financières, le temps d'attente ANAD -6 mois à 1 an l'idée sera plagiée et réalisée par d'autres.

Tableau 13 : réponse à la question n° 11 : Le rôle qu'a joué la société dans le lancement du projet startup « Les appuis »

| Interviewés Le contenu de la réponse | ITEM (contenu) |
|---|--|
| Interviewé N° 1 D B | <ul style="list-style-type: none">- Mon père et j'ai la confiance en soi.- J'ai démarré mon activité par le crédit ANSEJ |
| Interviewé N°2 C R | <ul style="list-style-type: none">- La satisfaction des clients et le besoin de concrétisation d'autres idées pour amélioration de mon statut.- Le financement de l'état. |
| Interviewé N°3 B M | <ul style="list-style-type: none">- Satisfaction et l'encouragement des clients de ma |

| | |
|--|--|
| | startup. - La société accepté le produit, |
| Interviewé N°4 M^{me} C M | - Le financement de la startup par l'état. |
| Interviewé N°5 O S | - Je suis Accompagné par l'incubateur, et j'ai suivi plusieurs formations à Alger et Bejaia. |
| Interviewé N°6 A N | - Pendant l'étude de marché, j'ai vu l'encouragement de la société pour le produit. |
| Interviewé N°7 C T | - La situation familiale source de création et innovation à m'investir pour devenir indépendant. |
| Interviewé N°8 M S | - Opportunité je veux toujours innover, j'ai répondu à la demande de la société. |
| Interviewé N°9 S L | - Le financement de l'union européen AUF Agence universitaire francophone. |
| Interviewé N°10 T T | - J'ai bénéficié de plusieurs formations universitaires. |
| Interviewé N°11 L H | - Répondre à un besoin de la société, de concrétiser mes idées et affirmer mes ambitions et opportunités |
| Interviewé N°12 M L | - J'ai trouvé un terrain vierge, la société n'a pas contribué à la réalisation de mon projet. |

D'après les données de ce présent tableau, on peut dire que la majorité des jeunes Startupeurs veulent répondre à un besoin de la société « impacte social », voyant que la société était favorable à l'intégration de cette innovation du fait qu'elle réponde à la forte demande émise par la société.

Nous assistons à une adaptation du concept d'appui à l'entrepreneuriat, la majorité d'interviewés ont des appuis émanant entre autre de la situation familiale. Comme il existe aussi des structures et des organismes d'appui qui interviennent avec des outils d'appui spécifiques comme les mécanismes d'appui financier (dons, subventions, crédits,) et de centres d'incubation.

Tableau 14 : réponse à la question n° 16 : Les mesures de création d'une startup

| Interviewer Le contenu de la réponse | Les raison du choix du siège sociale de la création de la startup | lieux de résidence | lieux du travail |
|--|--|-----------------------|---|
| Interviewer N° 1 D B | Prix du la location moins chère | Bejaïa | Deux ateliers un à mordjouamène et l'autre à tala hamza |
| Interviewer N°2 C R | Marché important, bonne connexion et pour une meilleur publicité de ses service | OUED GHIR | Ighilouazzoug Bejaïa |
| Interviewer N°3 B M | Prix du la location moins chère | Bejaïa | Sidialilabhar |
| Interviewer N°4 M^{me} C M | Akbou, récupérer des grains d'olive qui sont des déchets de usine IFRI | Akbou Centre | Akbou |
| Interviewer N°5 O S | Bejaïa par rapport à une bonne connexion qui est important pour la mise en service son application | Bejaïa | Bejaïa |
| Interviewer N°6 A N | Centre-ville de Bejaïa au cartier seghir pour avoir une bonne connexion internet pour la réalisation de leurs projets qui demande toujours internet. | Bejaïa | Bejaïa |

| | | | |
|-----------------------------|--|-------------|--------------------------------|
| Interviewer N°7 C T | Moins de concourants, Le marché important | Bejaïa | Akbou |
| Interviewer N°8 M S | Proximité de domicile, puisque il travail trop jusqu'à minuit pour ce développer | Bejaïa | Bejaïa |
| Interviewer N°9 S L | Hébergé par L'incubateur de l'université n'a pas de siège c'est juste un bureau à l'université, la première startup qui ont bénéficié d'un bureau au sein de ce bloc | Bejaïa | Un bureau à l'université |
| Interviewer N°10 T T | Selon le groupe | Zone rurale | / |
| Interviewer N°11 L H | Elle veut une grande surface, location dans une zone d'activité | Bejaia | / |
| Interviewer N°12 M L | / | kendira | / |

Le tableau au-dessus, montre que la majorité des interviewés qui disposent d'un siège **n°1, n°2, n°3, n°6, n°7 n°8, n°9** jugent que la réussite de la startup est liée au choix du siège social de la création de la startup, le climat d'affaire favorable, avoir une bonne connexion est un gage d'acquisition d'un marché important. Elle est aussi utile pour la publicité des prestations et services qui sont autant d'atouts pour la réussite du projet.

La bonne connexion est importante pour la mise en service de l'application, un endroit stratégique pour se démarquer de la concurrence avec un prix de location pas cher pour réussir son projet voici les principales méthodes qu'il doit suivre.

Vérification des hypothèses :

➤ La première hypothèse :

L'hypothèse 1 : Le créateur de startup se démarque par sa stratégie et perspective pour contribuer au développement économique et améliorer ses revenus.

L'hypothèse 2 : La dimension stratégique de créateur de startup orienté par son habitus pour affirmer son ambition et opportunité.

➤ La première hypothèse :

Les résultats obtenus nous permettent de confirmer la première hypothèse articulée autour des deux variables (logiques) qui sont stratégie et logique utilisées pour contribuer au développement économique c'est-à-dire une réussite à l'échelle économique réponse à un besoin sur le marché et à une échelle individuelle en améliorant le revenu de la famille et de certains employés.

Ces stratégies ont accompagné les startupeurs de l'idée à la conception, la réalisation du projet jusqu'à la commercialisation. Plusieurs sources sont à l'origine de l'idée et de la motivation pour le lancement du projet, allant du chômage à l'aventure et découverte et opportunité économique à saisir.

À travers ce paragraphe, on peut dire que La création de La startup d'initiative privé et le développement du self-employment sont sans doute des voies privilégiées pour atteindre cette dynamisation (OCDE, 1998, Bogenhold D .,2000), (jean-luc guyot, octobre 2004, P3)

Dans cette perspective, l'étude du créateur de startup qui souhaite se démarquer par stratégie qui découle de sa propre idée, sa trajectoires, son contexte et ses perspectives et souhaite aussi prouver son talent pour contribuer au développement et par voie de conséquence améliorer ses revenus, par conséquent, une importance indéniable s'articule entre avec une réflexion plus large la lutte de sous-emploi et repose sur la nécessité de considérer à la fois les mécanisme relevant de l'offre d'emploi et ceux relevant de la demande

et la dimension stratégique de créateur de startup orienté par son habitus pour affirmer son ambition et opportunité.

- **La deuxième hypothèse :** « La dimension stratégique de créateur de startup orienté par son habitus pour affirmer son ambition et opportunité ».

Les choix du créateur sont certes mis en cohérence et orientés par son habitus la capacité de créer est acquise en côtoyant les membres de son groupe au cours de processus de socialisation. L'habitus est donc le résultat d'un long travail inconscient de socialisation et d'apprentissage social. La stratégie sera développée en fonction de ce qu'il perçoit de la situation (le passé, le présent et le futur de celle-ci) et s'articulera avec l'ensemble des référents symboliques et normatifs, les expériences et apprentissages antérieurs.

Mais le créateur de startup peut être considéré comme étant mobilisé par un objectif explicite celui- ci étant la mise sur pied de la startup, donc c'est son ambition qui le pousse à créer de plus elle le pousse à saisir toutes les opportunités offertes à lui, qu'elles soient issues de son environnement familial ou école, université ou groupe de fréquentation.

Les réponses obtenues ont permis de savoir que la conception de l'idée de la création de la startup est liée à l'habitus, car ils sont souvent en mesure de construire et d'entretenir un réseau solide de contacts professionnels, ont les capacités de leadership, ont souvent des compétences en leadership, ce qui leur permet de mobiliser et de motiver les autres autour de leur vision et de leurs objectifs.

Donc, à la base des réponses obtenues on constate que la deuxième hypothèse est confirmée.

Il est important de noter que l'habitus de créateur de startup n'est pas une caractéristique innée, mais peut être développé et renforcé grâce à l'expérience, la formation et l'apprentissage continu. Chaque entrepreneur est unique et peut présenter des combinaisons différentes de ces traits et compétences entrepreneuriales.

Conclusion

Conclusion

Dans cette conclusion on insiste sur les points qui ressortent de notre enquête. Certaines études ont tenté d'expliquer la logique de création de startup par le fait que les acteurs créateurs souhaitent se démarquer par leurs stratégies qui découlent soit de leurs propres idées, donc des idées innées soit par l'acquisition et l'habitus, sous l'effet de la socialisation et l'entourage favorable à l'innovation et création.

L'enquête que nous avons menée auprès des 12 créateurs de startup de la wilaya de Bejaïa, labélisés pour 6 startups et 7 porteurs de projet de création de startup. Jeunes et seniors, à un moment donné de leur carrière professionnelle, ont effectué un changement social ou de parcours, au cours duquel ils ont décidé de construire et de développer leurs entreprises.

Cette étude nous a permis de recueillir des données très importantes à propos de notre thématique de recherche, car tout dépend des innovations et de la manière dont s'est effectuée leur mise en place, l'impact des TIC sur la transformation et le changement des organisations peut être analysé comme source de difficultés pour certaines entreprises ou un atout pour d'autres.

Le créateur passe donc par des stades de construction du projet, souvent suivi par des organismes qui le conseillent dans son évolution et ses démarches.

Chaque type d'entrepreneur a sa propre logique d'action correspondant à ses ressources et à ses souhaits concernant les perspectives avenir. Il est certain que les entrepreneurs ont conscience des difficultés qu'ils vont rencontrer et chacun assume ses choix.

Pour comprendre et mesurer les logiques d'actions des créateurs de startups par rapport au contexte dans lequel ils ont évolué et dans lequel ils se situent au moment de leur décision d'entreprendre, l'individu s'aventure dans cette création pour pallier à une insatisfaction et/ou retrouver un meilleur statut. Nous nous sommes donc tournés vers son passé professionnel, social et familial. Cette étude nous a appris que "monter sa boîte" ne relève pas d'une décision prise sur le tas, mais fait l'objet d'un processus longuement réfléchi et réaliste.

Toute initiative de création de startup répond à une logique rationnelle et personnelle de l'individu selon un contexte économique et social. Il ne s'agit pas alors seulement de faire décrire cette mise en action. Créer sa propre startup suppose que le créateur envisage se

Conclusion

démarquer par sa stratégie qui découle de sa propre idée, sa trajectoire, son contexte et ses perspectives et prouver son talent et contribuer au développement et par voie de conséquence améliorer ses revenus.

De même, la personne motivée qui s'est lancée dans ce que l'on a nommé une aventure, a évalué les risques et les inconvénients de sa situation par rapports aux bénéfices financiers, intellectuels, sociaux et personnels.

Après ce constat, on déduit que notre première hypothèse est confirmée.

La création de startups en Algérie est également influencée par les réseaux sociaux et les liens communautaires, les entrepreneurs algériens ont souvent des liens forts avec leur communauté locale, qu'il s'agisse de leur famille, de leurs amis ou de leurs partenaires commerciaux, ils sont souvent un élément clé de la stratégie de croissance des startups.

La dimension stratégique du créateur de startup orienté par son habitus pour affirmer son ambition et opportunité cherche souvent à avoir un impact social positif en créant des emplois, en fournissant des services essentiels à la communauté ou en développant des technologies durables. Ces valeurs sociales peuvent également être utilisées pour attirer des investisseurs et des clients qui partagent ces mêmes valeurs. De nombreux entrepreneurs algériens cherchent à créer des entreprises innovantes qui peuvent répondre aux besoins locaux en matière de services et de produits. Ces besoins peuvent être liés à des enjeux tels que la création d'emplois, la réduction de la pauvreté ou la résolution de problèmes environnementaux. Après ce constat, on déduit que notre deuxième hypothèse est confirmée.

Les perspectives

Cette recherche est limitée par le temps toutefois le peu de temps que nous avons consacré au thème, nous a permis de déceler des dimensions nouvelles, telles le contournement des règles et la rétention de l'information : L'enquête menée au près de nos interviewés « les startups », nous a permis de conclure que ces deux dimensions sont très présentes chez nos interviewés, seul moyen en leur possession pour protéger leurs idées et créations, et pour se démarquer des concurrents aussi.

Conclusion

Si ces idées ou créations ne font pas l'objet d'une protection avec un dépôt et un enregistrement à l'INAP, il sera difficile par la suite pour une entreprise de s'opposer à ce qu'une autre entreprise plagie ou imite son produit.

La concurrence déloyale entre les entreprises n'est pas un fait nouveau, mais force est de constater qu'avec le développement des TIC, les actes déloyaux entre concurrents ont tendance à se multiplier. Une entreprise qui n'est pas bien préparée face à la concurrence, peut rapidement faire faillite.

Nous avons remarqué aussi que les interviewés font de la rétention d'information afin de protéger leur invention et création. Ce procédé diffère de la protection du secret qui est une protection légitime des intérêts particuliers.

Parmi les logiques d'action il ya des logiques qui sont purement économiques, les startupeurs développent des stratégies pour ne pas payer les impôts, c'est le contournement des règles.

A ce titre le droit des entreprises vient bien évidemment poser des limites quant à la liberté du commerce, afin de garantir une certaine loyauté au sein du marché économique, mais la première arme réellement efficace, reste l'information concernant les actes qui peuvent être condamnable et les actions à mettre en place pour se protéger et au besoin de se défendre face à une entreprise concourante peu scrupuleuse.

Les 12 interviewés ont donné quelques propositions pour améliorer le climat des affaires : libérer les initiatives, donner plus de chance et accompagner les porteurs d'idées et de projets innovants, faciliter les procédures administratives, bien communiquer les informations (concernant les nouvelles réformes), contrôler et suivre le marché pour éliminer les activités illicites.

Les réformes à venir devraient insister sur la simplification des procédures administratives, par la lutte contre la bureaucratie et la corruption, inciter le système bancaire à s'impliquer davantage dans la promotion et l'accompagnement des nouvelles entreprises, par l'attribution de crédit avantageux, de capital à risque et d'aides diverses. L'enjeu principal est de protéger le travail du futur entrepreneur contre l'économie informelle.

Liste bibliographique

I. Les Ouvrages :

- 1- Alain Fayolle : « *Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre* », Dunod, janvier 2004.
- 2- ANDERS Julien, Marchesnay Michel : « *L'entrepreneuriat* », édition Economica, Paris 1996.
- 3- ANSOFF Igor : « *Stratégie du développement de l'entreprise hommes et techniques* », Ed l'homme et la technique, paris ,1968.
- 4- BOUTELIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri : « *L'entrepreneur* », édition Economica, Paris 1995.
- 5- Catherine LEGER-JARNIOU, 2008-05-22 : « *Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes* », Vol.34, no185.
- 6- Christine Benoît : "Créateurs d'entreprise, les profils de la réussite", Editions EMS, mai 2009.
- 7- CAPRON Henri : « *Entrepreneuriat et création d'entreprise, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise* », éd. De Boeck, Bruxelles, 2009.
- 8- DIDIER Demaziere : « *La sociologie de chômage* », édition la Découverte, Paris 1995.
- 9- GAY Thomas : « *L'indispensable de la Sociologie* », 2ème édition Studyrama, Paris, 2006.
- 10- PORTER M : « *Choix Stratégique et Concurrence* », economica, 1990 L'armattan, Paris, 2004.
- 11- MARUANI Margaret et REYNAUD Emmanuel : « *Sociologie de l'emploi* », édition la Découverte, Paris, 2001.
- 12- MANTOUSSE Marc et RENOuard Gilles : « *Les 100 fiches pour comprendre la Sociologie* », 3ème Edition, Bréal, Paris 2006.
- 13- Redha BENREDJEM : « *L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu* », CERAG UMR CNRS 5820 – cahier de recherche : 21- E4-2009.
- 14- Madeleine GRAWITZ : « *Lexiques des sciences sociales* », 7ème édition d'organisation, paris, 2002.
- 15- Manuel d'Oslo : « *Principes directeurs pour les recueils et l'interprétation des données sur l'innovation* », 3 édition, EDITIONS OCDE, Paris, 2005.

- 16- E HERNANDEZ : « L'entrepreneuriat, Approche théorique », édition LHARMATTAN, 2001.
- 17- SCHUMPETER : « Théorie de l'évolution économique », Dalloz 2ème édition, 1926.
- 18-Sophie BOUTILIER et Dimitri UZINIDIS : « l'entrepreneur », éd économica, Paris, 1995.
- 19- SMEDHAR : « de l'individu au citoyen, les entraves à la réalisation de développement en Algérie », éd René Descartes, Paris 1988.
- 20- VERSTRAETE Thierry : « Histoire d'entreprendre », édition EMS, Paris, 2000.

II. Les dictionnaires :

- 1- André Akoun et Pierre Ansart : « Dictionnaire de Sociologie », Editions du Seuil, 1999.
- 2- Blay M : « Grand dictionnaire de la philosophie », Paris, Larousse 2003.
- 3- CLAUD Daniel et BASUREAUF Rank : « Dictionnaire de l'économie et des sciences sociales », Edition NATHAN, paris, 2006.
- 4- Jean Vincens : « Définir l'expérience professionnelle », Travail et Emploi n°85, Janvier 2001.
- 5- MAHE Henri et BOISLANDELLE : « Dictionnaire de gestion, vocabulaire, concept et outils », Edition ECONOMICA, 1998.
- 6- M BOUKHARI : « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé » In : 11es Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, INRPME, Canada, mai 2009.
- 7- PERETTI Jean-Marie : « Dictionnaire des ressources humaines. Edition LIBRAIRIE VUIBERT, septembre 2001.
- 8- TOULON Frédéric : « Dictionnaire d'histoire économie finance géographie », 4éditions Refondues, Paris, 1995.
- 9- Vincens : « Définir l'expérience professionnelle », Travail et Emploi n°85, Janvier 2001.

III. Revues et thèses :

- 1- Catherine LEGER JARNIOU : « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes », Vol.34, no185.
- 2- Cahiers de Crédit : « La PMI entre la théorie et la pratique », ed N° 04 1984.

3-Direction du développement technologique : « introduction au parcours de la création d'une start up, édition, 2020 ».

4-GHARBIS : « Les PME / PMI en Algérie, Etat des lieux ». In : les cahiers de LAB. RII, n°238 éditions 2011.

5-Moreau REGIS et Ravel BENOIT, Revue internationale P.M.E : « économie et gestion de la petite et moyenne entreprise », vol 19, n° 2, 2006.

6-RAJHIN : « Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien ». Thèse de Doctorat, Laboratoire

7- CERAG (ED SG n°275), 2011, École Doctorale sciences de gestion Université de Grenoble, France.

8- REGIS Moreau et BENOIT Ravel : « Revue internationale P.M.E, économie et gestion de la petite et moyenne entreprise », vol,19, n° 2, 2006.

9-Revue internationale P.M.E, vol. 19, no 2, 2006 8. POIRIRL : « Le discours de la stratégie militaire », revue française de gestion 1988.

10-Vincennes Saint-Denis Ecole doctorale de Sciences Sociales Paméla ROSEN PARMENTIER, Thèse de doctorat Sociologie DE L'IDEE AU PROJET : « les parcours des créateurs d'entreprise jeunes et seniors » Sous la direction de Mme Régine BERGOT Soutenue le 17 novembre 2015.

IV. Article de lois 1.

1- Arrêté exécutif N° 96296 du 8 septembre 1996, « établissant et déterminant le statut de l'Agence nationale de soutien de l'emploi des jeunes, modifié et complété par l'arrêté exécutif n°98231 du 13 juillet 1998.

2- Documents ANAD, Recueil Kézia Varde : fiche pratique « comment créer une startup »

3- L'arrêté exécutif N° 03288 du 6 septembre 2003 dans Legal start publier le 11 décembre 2019.des législatifs et réglementaires, 1998.

V. Webiographie :

1. Californie 1909, naissance de la Silicon Valley | History & Business (historyandbusiness.fr).

Liste bibliographique

2. Growly : What is Startup? The Historical Background | StartingThingsUp.com (growly.io). Consulté le 03/03/2023.
3. [https://www.legalstart.fr/.](https://www.legalstart.fr/)
4. <http://jeunes et sociétés.cerrq.fr/PDF-RJS/BOUKRIF.pdf> 2.
5. <https://www.industrie.gov.dz>.
6. Sokeo : Agence web et référencement. <https://sokeo.fr/> .
7. www.projetentreprise.fr.

Annexes

Guide d'entretien

A- Le profil de l'entrepreneur

- 1- Quel âge avez-vous ?
- 2- Quelle est votre Situation matrimoniale ?
- 3- Quelle est la Situation de votre conjoint dans le marché du travail ?
- 4- Votre Niveau d'étude « diplôme » ?
- 5- Dans quelle spécialité avez-vous obtenu un diplôme ?

B- le statut juridique de la startup :

- 6- Nom de la startup ?
- 7- Date de la création de startup ?
- 8- Activité de la startup ? « Noter l'activité exacte de la startup ».
- 9- Labellisation de la structure ? - Labellisée ? - Non Labellisée ? -Démarche en cours ?
- 10- Le statut juridique de votre startup ? - Entreprise individuelle - SCI -SARL - SAS
- 11- Le nombre d'employés dans votre startup ?

C- la création de la startup :

- 12- Quelle est la principale source de conception de votre idée de création de votre start-up ?
- 13- Qu'est-ce qui vous a poussé à vouloir lancer votre projet ?
- 14- Comment pouvez-vous expliquer le rôle qu'a joué la société dans le lancement de votre projet ?
- 15- Comment avez- vous financé le démarrage de votre entreprise ?
- 16- Situer le niveau de vie de votre famille au moment de la création de votre startup ?
- 17- êtes-vous issu d'une famille d'entrepreneurs **-Quelle est la fonction du père ?**
- 18- Quelle est la principale motivation qui vous a poussé à créer votre startup ?
- 19- Quelles sont les principales difficultés rencontrées dans le processus de création de la startup ?

D- Les mesures de création d'une startup

- 20- Quelle est la raison du choix du siège social de la création de la startup ?.
- 21-Quel est votre lieux d'habitation « zone urbain / zone rurale » ?



Décision d'éligibilité aux avantages fiscaux – Start-up



Interviewé 1



Interviewé 8



Interviewé 3



Interviewé 2



Interviewé 9

Résumé

De nos jours, qui n'a jamais entendu parler de start-up ? Dans la presse, à la télévision, à la radio, sur internet ou sur les réseaux sociaux, elles font l'objet de toutes les attentions. Difficile donc de passer à côté de ses entreprises qui révolutionnent notre société et notre façon de consommer. L'intérêt du sujet est de découvrir et comprendre en profondeur le monde étonnant des startups, leurs logiques de création leurs parcours, leurs méthodologies et connaitre et répertorier les principales difficultés qui entravent l'essor des startups.

En Algérie, les solutions d'accompagnement sont nécessaires pour les créateurs de start-up afin de les aider à s'en sortir. Et ils sont autant de motivations pour s'intéresser à ce thème.

La création de startup est un objet sociologique. Bien que de prime abord considéré comme un fait économique, tournée vers les sciences de gestion et de management, elle peut également être pensée comme un univers professionnel à analyser et à comprendre.

Comprendre le processus et la raison de création de startup, le parcours du créateur et les ressources mobilisées, dans le champ de la sociologie, apparaît comme le fruit d'une longue maturation à laquelle ont contribué, directement ou non, de nombreux auteurs.

Certaines études ont tenté d'expliquer la logique de création de startup par le fait que les acteurs créateurs souhaitent se démarquer par leurs stratégies qui découlent soit de leurs propres idées, donc des idées innées soit par l'acquisition et l'habitus, sous l'effet de la socialisation et l'entourage favorable à l'innovation et création.

Summary:

In today's world, start-ups have become a ubiquitous topic of conversation. They are the subject of media attention on various platforms, including television, radio, and social media. These companies are transforming our society and our approach to consumption, making it challenging to ignore their impact. The significance of the subject lies in comprehending the extraordinary world of start-ups, including their founding principles, journey, methodologies, and the primary obstacles that hinder their growth.

In Algeria, support solutions are necessary for start-up creators to help them succeed. And they are as many motivations to be interested in this theme.

The creation of start-ups is a sociological object. Although initially considered an economic fact, focused on management and management sciences, it can also be thought of as a professional universe to be analysed and understood. Understanding the process and reason for creating a start-up, the creator's journey and mobilized resources, in the field of sociology, appears as the result of a long maturation to which many authors have contributed, directly or indirectly.

Some studies have attempted to explain the logic of creating a start-up by the fact that the creators wish to stand out through their strategies that result either from their own ideas, therefore innate ideas, or by acquisition and habitus, under the effect of socialization and an environment favourable to innovation and creation.