**Chapitre 1 : Introduction aux Startups et Contexte Algérien**

**Section 1 : Généralités sur les startups**

Une startup est une entreprise ou un projet initié par un entrepreneur dans le but de rechercher, développer et valider un modèle économique évolutif. Elle est généralement à un stade précoce de développement, fondée par un ou plusieurs entrepreneurs souhaitant proposer un produit ou un service pour lequel ils estiment qu’il existe une demande. Les startups sont souvent centrées sur un seul produit ou service et manquent d’un modèle commercial entièrement élaboré ainsi que de capitaux suffisants. Leur objectif est de bouleverser des industries, changer le monde et générer des valorisations élevées ainsi que des rendements importants sur investissement.

**1. Les principales caractéristiques d’une startup incluent :**

* **Haut niveau d’incertitude et taux d’échec élevé** : Les startups font face à une incertitude importante et à un risque d’échec élevé. Cependant, une minorité d’entre elles parvient à devenir prospère et influente.
* **Innovation et perturbation :** Les startups reposent sur l’innovation et visent à pallier les insuffisances des produits existants ou à créer des catégories totalement nouvelles de biens et services, perturbant les modes de pensée et les pratiques commerciales établis.
* **Ressources limitées et croissance rapide :** Les startups commencent souvent avec des coûts élevés, peu de revenus et une petite équipe de 1 à 3 fondateurs. Néanmoins, elles visent une croissance rapide grâce à un processus appelé itération.
* **Financement provenant de diverses sources :** Les startups cherchent généralement des fonds via diverses sources : apports personnels, famille et amis, capital-risque, financement participatif et prêts.
* **Centrées sur la résolution de problèmes :** Les fondateurs de startups démarrent avec une idée pour résoudre un problème. Ils valident leur marché à travers des entretiens sur les problèmes, des entretiens sur les solutions et la création d’un produit minimum viable (MVP).
* **Toutes les nouvelles entreprises ne sont pas des startups :** Une entreprise avec un potentiel de croissance limité en termes de clientèle, de chiffre d'affaires ou de produits, comme un nouveau restaurant, un pressing ou un cabinet de services professionnels, n’est pas considérée comme une startup.

**2. Le rôle économique des startups :**

La comparaison entre les grandes entreprises établies et les startups dans leur capacité à influencer le paysage économique est un sujet d’intérêt majeur dans le monde des affaires. Les startups jouent un rôle significatif dans la croissance économique grâce à leurs approches innovantes.

En étudiant leur impact, on observe comment elles contribuent à la création d’emplois, stimulent l’innovation et provoquent des transformations industrielles. Cette dynamique met en lumière leur rôle dans la prospérité économique et la durabilité.

* **Création d’emplois et impact économique :**Les startups contribuent à la création d’emplois en stimulant la croissance de l’emploi et l’innovation dans divers secteurs. Aux États-Unis, les petites entreprises, notamment les startups, génèrent environ 1,5 million d’emplois par an, représentant les deux tiers des nouveaux emplois nets. Leur succès attire des investissements qui peuvent bouleverser des secteurs entiers et générer d’autres opportunités d’emploi, renforçant l’activité économique locale.
* **Innovation et croissance du marché :**Les produits et services innovants lancés par les startups favorisent la croissance des marchés et offrent davantage de choix aux consommateurs. En introduisant de nouvelles idées, elles remettent en question les industries traditionnelles et créent de nouvelles opportunités d’investissement et de développement sectoriel.
* **Investissement et perturbation industrielle :**L’afflux de capitaux mondiaux en 2020 — environ 300 milliards de dollars — illustre l’intérêt des investisseurs pour les technologies disruptives et les modèles commerciaux innovants. Les startups comme Uber et Airbnb démontrent la capacité des technologies à révolutionner les modèles traditionnels. Un autre exemple est Tempotips, une startup fournissant des données sur le football, dans un secteur en plein essor ces dernières années.
* **Renforcement de la concurrence et offre aux consommateurs :**Les startups intensifient la concurrence sur le marché grâce à leurs produits et services novateurs. Elles incitent les entreprises établies à améliorer leur offre, ce qui se traduit par un plus grand choix pour les consommateurs, une meilleure qualité et des prix plus compétitifs.
* **Contribution à long terme à l’économie :**En favorisant l’innovation, la productivité et la compétitivité, les startups créent de l’emploi, stimulent la consommation et attirent des investissements. Leur contribution sur le long terme se manifeste par une croissance soutenue du PIB et des avancées technologiques.

**3. L’écosystème des startups en Algérie :**

Le manque de systèmes de paiement en ligne, la lenteur bureaucratique et l’accès limité au financement sont quelques-uns des obstacles majeurs pour les entrepreneurs algériens.

« Je pense que beaucoup de jeunes, notamment les étudiants, ont des idées pertinentes répondant aux besoins du marché et de grandes chances de réussir, mais la partie difficile reste l’exécution, souvent à cause de l’écosystème », explique Nassima Berrayah, PDG de Eblink, entreprise proposant des solutions web et des formations pour les entrepreneurs algériens.

La lenteur administrative en Algérie, notamment pour débloquer des fonds, paralyse de nombreuses startups. Selon un sondage de l’agence algérienne ANPT Cyberparc, plus de 70 % des startups abandonnent leurs efforts dès la phase initiale de recherche de financement.

« Cela est dû à la rigidité et à la longueur du processus en phase initiale », précise Nabil Belmir, directeur de l’ANPT.

Autrefois, le processus d’enregistrement d’une startup pouvait prendre jusqu’à trois ans sans accompagnement d’un incubateur. Désormais, selon Belmir, « il est possible de créer sa startup en quatre à cinq mois ».

L’ANPT a récemment mis en place des mécanismes de suivi pour accompagner les startups, répondre à leurs besoins et soutenir leur croissance. Toutefois, ce soutien reste encore récent, puisque les incubateurs n’existent en Algérie que depuis deux ans.

Pour Babs Carryer, directrice de l’Innovation Institute de l’Université de Pittsburgh, l’Algérie manque surtout d’une infrastructure essentielle à l'entrepreneuriat : le mentorat.

« Je crois profondément aux programmes de mentorat car j’ai vu leur impact direct sur les entrepreneurs en devenir », déclare Berrayah. Belmir est d’accord. L’organisation d’événements collaboratifs comme des ateliers ou des rencontres favorise la synergie, la visibilité et la confiance des jeunes pousses.

**• Obstacles institutionnels et sociaux :**

L’omniprésence de l’État dans presque tous les secteurs — souvent premier client potentiel des startups — et le manque de confiance du public dans les startups locales nuisent à leur crédibilité, même si elles ont bénéficié d’un environnement incubateur sécurisé.

Gotta Love Algeria (GLA), par exemple, a démarré comme ONG promouvant le tourisme algérien via les réseaux sociaux.

« Nous avons commencé comme ONG car, pour une raison inconnue, les associations à but non lucratif ont plus de crédibilité qu’une startup », explique Zakaria Guedjali, fondateur de GLA.

Cette stratégie a permis un démarrage, mais a limité les possibilités de rémunération. En 2017, GLA est devenue une société commerciale avec six employés permanents et une vingtaine de journalistes/photographes freelances.

« La dépendance vis-à-vis du gouvernement est un réel problème en Algérie. GLA voulait être un exemple pour changer cela », ajoute Guedjali.

Le secteur du e-commerce est presque inexistant, posant problème aux plateformes nécessitant des transactions en ligne. Toutefois, cela ouvre des opportunités aux fintechs et aux projets basés sur la Big Data.

En décembre dernier, la carte Edahabia de la Poste algérienne a été lancée comme solution de paiement électronique, stimulant le développement du e-commerce.

« Avec l’émergence du paiement électronique, 2017 sera une année décisive pour l’e-commerce et l’entrepreneuriat technologique en Algérie », estime Belmir.

Des progrès ont aussi été faits sur l’inclusion des femmes entrepreneures. Par exemple, Eblink a lancé le programme "eBlink in Pink" dans la région MENA, avec pour slogan *"Let’s Grow your Business"*, pour soutenir les femmes à développer leur entreprise grâce aux technologies.

**Section 2 : L’état des lieux en Algérie**

**1. Évolution récente du secteur des startups en Algérie :**

L’économie numérique algérienne connaît une croissance constante, notamment grâce à l’amélioration des connexions internet et mobiles. En 2024, l’Algérie comptait :

* 33,49 millions d’internautes (72,9 % de la population), avec une croissance annuelle de 3,9 %.
* 50,65 millions de connexions mobiles actives, soit 95,2 % de taux de possession mobile.
* Trois opérateurs principaux : Mobilis (22,1 M abonnés), Djezzy (15,6 M) et Ooredoo (12,9 M).
* 24,85 millions d’utilisateurs de réseaux sociaux en janvier 2024 (54,1 % de la population).
* En janvier 2024, seulement 2,8 % de la population possédait une carte de crédit, 22,9 % une carte de débit. En 2023, 8,2 % des Algériens ont effectué des achats en ligne ou via mobile, et 4,7 % ont envoyé de l’argent de cette manière.

Malgré ces efforts, l’Algérie fait face à plusieurs défis : cadre réglementaire incomplet, faible maîtrise des outils numériques, et couverture inégale dans les régions isolées du Sahara.

Le gouvernement travaille à :

* Développer les infrastructures numériques.
* Mettre à jour et créer des réglementations.
* Encourager l’entrepreneuriat technologique et les microentreprises.
* Promouvoir l’éducation numérique par la création de hubs technologiques**.**