



République algérienne démocratique et populaire

Ministère d'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Ecole supérieure de management Tlemcen

Département du second cycle



Projet de fin d'étude : dans le cadre de l'article ministériel 1275 en vue de l'obtention du diplôme Master en science de gestion et l'attestation label projet innovant.

Spécialité : Management Financier.

PROJET :

Application Euriway



Présenté par :

Ghezzal Rania

Kahli Khadidja

Encadré par :

Dr.Brahimi Assia

Pr.Bessouh Nadira

Devant le jury composé de :

<i>Nom et Prénom</i>	<i>Grade</i>	<i>Qualité</i>
Dr.Ahmed Belbachir Wafa	MCA	Présidente
Dr.IZNASNI Ali	MCA	Examineur
Dr.Brahimi Assia	MCA	Encadrante
Pr. Bessouh Nadira	Professeure	Co-Encadrante
Dr.Selhami Samia	MCA	Membre de CDE
		Partenaire socioéconomique

Année universitaire :

2024/2025

Remerciement

L'aboutissement de ce mémoire de fin d'études marque une étape déterminante dans notre parcours académique. Ce projet est le fruit de longues années d'apprentissage, de persévérance et de passion. Aujourd'hui, en partageant le résultat de ce cheminement, c'est avec une immense joie et une profonde satisfaction que nous voyons nos efforts couronnés par la concrétisation de ce projet.

Nous tenons tout d'abord à exprimer notre gratitude envers Allah, le Tout-Puissant, qui nous a accordé la force, la patience et le courage nécessaires pour mener à bien ce modeste travail.

Nous souhaitons également exprimer notre profonde reconnaissance et nos sincères remerciements à notre encadrante Dr. Brahimi Assia. Sa rigueur, sa disponibilité et ses qualités humaines nous ont profondément touchées.

Nous tenons également à exprimer notre sincère gratitude envers notre co-encadrante, Pr. Bessouh Nadira. Nous la remercions chaleureusement pour sa patience, son soutien constant, ainsi que pour le temps et les efforts considérables.

Nos remerciements s'adressent également aux membres du jury qui nous ont fait le grand honneur d'évaluer ce travail. Et nos enseignants et nos professeurs qui ont contribué à notre formation tout au long de notre parcours universitaire. Leurs encouragements et leurs conseils avisés ont grandement contribué au renforcement de nos compétences pour ce domaine.

Nous tenons à exprimer notre reconnaissance infinie à nos familles, dont la présence constante, l'amour inconditionnel et le soutien sans faille ont été une source de force et d'inspiration tout au long de notre parcours. Sans eux, ce chemin n'aurait pas eu la même saveur ni la même réussite.

Enfin, nous adressons nos sincères remerciements à toutes celles et ceux qui, de près ou de loin, ont enrichi ce projet par leurs conseils avisés, leurs relectures attentives, leurs suggestions constructives et leur soutien constant. Votre soutien est d'une valeur inestimable.

Sommaire

	<i>Page</i>
Remerciements	
Sommaire	
Liste des figures	
Liste des Tableaux	
Introduction générale	1
Axe 01: Présentation de l'idée du projet	5
1. L'idée du projet	6
2. Aspect juridique	11
3. Les valeurs proposées	22
4. L'équipe	24
5. Les objectifs du projet	27
6. Planning	31
Axe 02 : Les aspects innovants.	40
1. La nature de l'innovation	41
2. Les domaines d'innovation	44
Axe 03 : L'analyse stratégique du marché	47
1. Analyse et diagnostic de l'entreprise	49
2. Objectifs et stratégies	60
3. Choix des moyens opérationnels	71
Axe 04 : Plan de production et d'organisation	82
1. Processus de prestation de services	83
2. L'approvisionnement	86
3. La main d'œuvre	87
4. Les Principaux partenaires	90
Axe 05: Le plan financier	94
1. Les coûts et charges	95
2. Les charges d'exploitation	98

3. Investissements requis et amortissements	99
4. Le chiffre d'affaires	99
5. Les comptes des résultats escomptés	101
6. Les indicateurs financiers (flux de trésorerie, rentabilité)	101
Axe 06 : Prototype du projet	104
1. Présentation du prototype du projet	105
2. Questionnaire pour les consommateurs	109
Conclusion	112
bibliographie	113
Annexes	116
Résumé du projet	125

Liste des figures

<i>N°</i>	<i>Titre</i>	<i>page</i>
<i>(1)</i>	Schéma illustratif de l'idée	<i>9</i>
<i>(2)</i>	Les valeurs proposées par notre projet	<i>22</i>
<i>(3)</i>	Phases d'atteinte de la rentabilité	<i>29</i>
<i>(4)</i>	Road Map d'Euriway	<i>32</i>
<i>(5)</i>	Triangle d'or	<i>34</i>
<i>(6)</i>	Les catégories d'innovation	<i>42</i>
<i>(7)</i>	Matrice d'innovation pour le projet.	<i>43</i>
<i>(8)</i>	Les domaines d'innovation	<i>44</i>
<i>(9)</i>	Le Plan marketing Euriway	<i>48</i>
<i>(10)</i>	L'analyse PESTEL	<i>49</i>
<i>(11)</i>	L'analyse SWOT	<i>51</i>
<i>(12)</i>	Les concurrents d'Euriway	<i>52</i>
<i>(13)</i>	Choix des stratégies marketing Euriway	<i>67</i>
<i>(14)</i>	Le mix Marketing	<i>71</i>
<i>(15)</i>	planification de la main d'œuvre	<i>88</i>

Liste des Tableaux

N°tableau	Titre	page
(1)	la méthode SMART	28
(2)	Diagramme de GANTT simplifier	38
(3)	Taille du marché potentiel d'Euriway en Algérie (2024)	61
(4)	objectifs Marketing et KPI	77
(5)	Partenaires EURIWAY	90
(6)	Terrain et constructions	95
(7)	Matériels informatiques	96
(8)	Outils de bureau	96
(9)	Rémunération de l'équipe Euriway	97
(10)	Les charges sociales	97
(11)	Charges d'exploitation	98
(12)	Bilan d'ouverture	98
(13)	Investissements requis et amortissements	99
(14)	CA Euriway : hypothèse pessimistes à optimistes	100
(15)	Détail du chiffre d'affaire	100
(16)	Le TCR	101
(17)	Tableau des flux de trésorerie	102
(18)	Valeur actuelle nette	102

Liste des annexes

N°	Titre	page
(1)	Le bilan d'ouverture d'Euriway	116
(2)	Le TCR	116
(3)	Tableau des flux de trésorerie	117
(4)	BMC d'Euriway	118
(5)	Activité 607025	119
(6)	Activité 607081	120
(7)	L'enregistrement des startups	121

Introduction générale

L'entrepreneuriat joue un rôle pivot dans le développement économique et social notamment en permettant d'améliorer la compétitivité des nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi.¹ Selon Drucker (1985) « L'entrepreneuriat est l'acte qui dote les ressources d'une nouvelle capacité à créer de la richesse. ».² Dans un contexte mondial marqué par des évolutions technologiques rapides et une recherche croissante d'indépendance professionnelle, l'entrepreneuriat se positionne à la fois comme une solution individuelle et un moteur stratégique pour le renouveau économique des pays.

Selon le rapport 2023 du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), près de 20 % des adultes dans le monde sont engagés dans une activité entrepreneuriale naissante ou établie, illustrant ainsi l'essor de la culture entrepreneuriale à l'échelle internationale (GEM, 2023). En parallèle, des initiatives mondiales comme la Semaine mondiale de l'entrepreneuriat (SME), organisée chaque année dans plus de 180 pays, soulignent l'importance croissante accordée à la promotion de l'esprit d'entreprise. En 2024, cette semaine a attiré plus d'un million de participants en Algérie, réunis autour d'ateliers, de conférences et de concours visant à promouvoir l'innovation et à soutenir le développement de projets entrepreneuriaux.³

Parallèlement, les contours de l'entrepreneuriat se sont considérablement élargis. De nos jours, l'entrepreneuriat ne se limite plus à la création d'entreprises traditionnelles ; il englobe l'entrepreneuriat social, l'innovation technologique, l'entrepreneuriat vert, ainsi que la création de modèles économiques disruptifs. Cette diversification est essentielle pour répondre aux enjeux

¹ Mancera, I. & Razibaouene, A., "Entrepreneuriat et innovation en Algérie : Une analyse à partir du cas de la wilaya de Bouira". Revue des Sciences Économiques, de Gestion et Sciences Commerciales, Vol 13, N°2, 2020, pp95–109.

² Drucker, P. F., "Innovation and entrepreneurship: Practice and principle, New York: Harper & Row, 1985, p. 27.

³ GEM 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check, [Enligne], disponible sur :<<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=516>>, consulté le(13/03/2025) .

globaux et locaux, en particulier dans les économies émergentes où la nécessité de diversification et de modernisation économique est urgente. En Algérie, cette mutation du paysage entrepreneurial s'est traduite par l'adoption de politiques publiques spécifiques, telles que la création du Fonds Algérien des Startups et l'organisation régulière de concours d'innovation (Ministère de l'Économie de la Connaissance, des Startups et des Micro-entreprises, 2023). Plus de 800 startups ont ainsi été labellisées entre 2020 et 2023, illustrant une volonté nationale affirmée de promouvoir l'innovation et de renforcer l'écosystème entrepreneurial.⁴

L'entrepreneur est un créateur de valeur, transformant des idées en solutions concrètes. Animé par l'innovation et l'esprit d'initiative, il détecte les opportunités, surmonte les obstacles et développe des projets porteurs de croissance. Véritable moteur de l'économie moderne, il contribue activement à la création d'emplois, à la compétitivité des entreprises et à l'évolution des sociétés vers un avenir plus dynamique et durable. Au cœur de cette dynamique émerge une nouvelle génération d'entrepreneurs algériens, marquée par sa jeunesse, son dynamisme et son orientation vers l'innovation. Selon les données de l'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE), près de 60 % des porteurs de projets recensés en 2022 avaient moins de 35 ans. Ce rajeunissement du profil entrepreneurial traduit une volonté forte de la jeunesse algérienne de contribuer activement à la diversification économique du pays et de créer de nouvelles opportunités face à la saturation du secteur public. Cependant, malgré cet élan prometteur, de nombreux défis persistent : difficultés d'accès aux financements, insuffisance d'accompagnement juridique et managérial, et environnement réglementaire encore peu adapté aux spécificités des startups. Ces obstacles soulignent l'urgence de bâtir un écosystème d'appui solide, capable d'accompagner efficacement les entrepreneurs tout au long de leur parcours de création et de développement.⁵

⁴ Zakaria. H, Almi. H, & Boucenna. W, "Startup development in Algeria: Navigating challenges and seizing opportunities", *Journal of Economic Integration*, Vol12, N°4, 2024, pp 240–259.

⁵ Berreziga. A, Atoussi. M, & Bakdi. F, "The entrepreneurial support in Algeria: What realities? ", *Business Sciences Review*, Vol 20, N°1, 2021, pp 168–183.

Afin d'atténuer ces contraintes structurelles et d'encourager l'éclosion d'une économie de la connaissance, le gouvernement algérien a promulgué le **décret exécutif n° 20-1275**, relatif à la labellisation des startups, des incubateurs et des projets innovants. Ce texte vise à offrir aux jeunes entreprises des avantages déterminants, notamment des exonérations fiscales, un meilleur accès aux financements spécifiques, et une reconnaissance institutionnelle renforçant leur crédibilité auprès des partenaires économiques (Journal officiel de la République algérienne démocratique et populaire, 2020). Le décret s'inscrit ainsi dans une stratégie globale visant à transformer l'Algérie en un hub régional de l'innovation technologique et de l'entrepreneuriat scientifique, en phase avec les meilleures pratiques internationales en la matière.⁶

En définitive, l'essor de l'entrepreneuriat en Algérie reflète des mutations profondes, à la fois économiques, sociales et culturelles. Il apparaît non seulement comme une réponse stratégique aux défis de la diversification économique, mais aussi comme un levier d'insertion pour une jeunesse porteuse d'innovations et de projets d'avenir. L'étude approfondie des dynamiques entrepreneuriales algériennes, de leurs atouts comme de leurs freins, s'avère indispensable pour comprendre les enjeux de la transition économique nationale et anticiper les pistes d'amélioration nécessaires pour soutenir durablement cette trajectoire de croissance inclusive et innovante.⁷

Dans la continuité de cette dynamique entrepreneuriale, notre projet d'application numérique émerge d'une observation rigoureuse : un grand nombre de porteurs de projets, malgré leur créativité et leur potentiel d'innovation, rencontrent des difficultés majeures dans la structuration de leurs idées, l'accès à des expertises spécifiques, ainsi que la mobilisation des ressources nécessaires à la concrétisation de leurs initiatives. Ces entrepreneurs en devenir sont souvent confrontés à une carence d'accompagnement adapté, en particulier dans les domaines juridiques, techniques et financiers, entravant ainsi la viabilité et la croissance de leurs projets.

⁶. Bouras. L, "Arrêté ministériel n°1257 : Création de valeurs", Revue des Sciences Commerciales, Vol 22, N° 1, 2023, pp 172–191.

⁷ Mancier. I, & Razibaouene, A, 2020, *Op.cit*, pp95–109.

À travers cette initiative, nous visons à instaurer un écosystème numérique collaboratif et performant, capable de soutenir efficacement la maturation, la structuration et la réussite des projets entrepreneuriaux. Conscients, en tant qu'étudiants, des défis systémiques auxquels se heurte l'entrepreneuriat en Algérie, nous aspirons à proposer une réponse pragmatique, inclusive et pérenne, au service des jeunes porteurs de projets et des acteurs émergents de l'économie nationale.

Nous sommes convaincus que ce projet contribuera de manière significative au renforcement de l'écosystème entrepreneurial algérien, à la valorisation des talents locaux et à la stimulation de l'innovation comme moteur essentiel du développement économique et social durable.

AXE 01 :
PRÉSENTATION DE
L'IDÉE DU
PROJET



1. L'idée du projet :

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut présenter de l'intérêt pour les individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement dans la création d'entreprise - une source de satisfaction.⁸

Dans les pays en développement, cette dynamique prend une dimension encore plus marquée. L'entrepreneuriat devient une voie d'émancipation, un espoir pour des milliers de jeunes en quête d'opportunités, confrontés à un marché du travail restreint et à un avenir professionnel incertain.

L'Algérie, avec sa jeunesse dynamique, son tissu social solidaire, et ses ressources naturelles considérables, possède indéniablement les ingrédients d'un écosystème entrepreneurial florissant. Cependant, la réalité sur le terrain demeure contrastée. Bien que les autorités aient mis en œuvre diverses politiques de soutien : subventions, structures d'accompagnement, mécanismes de financement, les résultats restent mitigés, entre lourdeurs administratives, manque d'accès à l'information, et faibles connexions entre les acteurs du système. Le parcours entrepreneurial ressemble souvent à un véritable parcours du combattant, l'élan est là, l'énergie aussi. Mais trop souvent, les ambitions s'éteignent, non par manque d'idées, mais par absence d'encadrement, de repères, ou de soutien concret.⁹

Dans ce contexte, il devient crucial de repenser les approches, d'écouter les besoins réels des porteurs de projets, et de créer des passerelles efficaces entre les idées et leur concrétisation. Car derrière chaque projet entrepreneurial, il y a avant tout une histoire humaine, un rêve, un besoin de contribution à la société. Et si l'Algérie veut vraiment tirer parti de son capital humain, elle doit

⁸ Medkour. S, & Chenane. A, "Contribution of the entrepreneurship ecosystem to the emergence and development of the entrepreneurship dynamic: Study applied to the Soummam Valley of Bejaia – Algeria", Journal of Economic Integration, Vol 10, N°1, 2022, pp 345–361.

⁹ Messahel. S, "Challenges for developing social entrepreneurship in Algeria.", Vol 9, N°02, 2023, pp 715-733.

investir dans cette énergie entrepreneuriale, non pas comme un simple levier économique, mais comme un pilier fondamental de son avenir.

Parmi les principaux problèmes souvent invisibles mais bien présents, qui réduisent considérablement la dynamique de l'entrepreneuriat et rendent le passage de l'idée à l'action particulièrement complexe, on peut citer :¹⁰

a. Le manque d'accès à l'information fiable :

Beaucoup de jeunes porteurs de projets ne savent pas par où commencer. Les démarches de création d'entreprise sont mal connues, les procédures juridiques économiques complexes, et les aides disponibles peu accessibles.

b. La difficulté d'accéder à un accompagnement qualifié :

L'accompagnement entrepreneurial en Algérie reste insuffisant, souvent concentré dans les grandes villes, avec peu de structures réellement spécialisées dans les domaines juridiques, économiques et commerciaux.

c. L'absence de connexions efficaces avec les prestataires de services :

La réussite d'un projet dépend souvent de l'accès à des compétences externes (développeurs, agences marketing, graphistes...). Or, ces ressources sont souvent inaccessibles pour les jeunes entrepreneurs, notamment ceux des régions éloignées.

d. Une faible culture entrepreneuriale :

Le système éducatif ne prépare pas suffisamment les jeunes à l'entrepreneuriat. L'idée de lancer sa propre entreprise reste encore marginale ou perçue comme risquée.

e. Un environnement numérique en développement, mais encore limité :

¹⁰ Messahel. S, 2023, Op.cit, pp 715-733.

Bien que l'Algérie connaisse un certain essor dans l'usage des technologies numériques, les plateformes locales dédiées à l'entrepreneuriat restent peu nombreuses, souvent dispersées, et rarement adaptées aux besoins concrets des jeunes innovateurs.

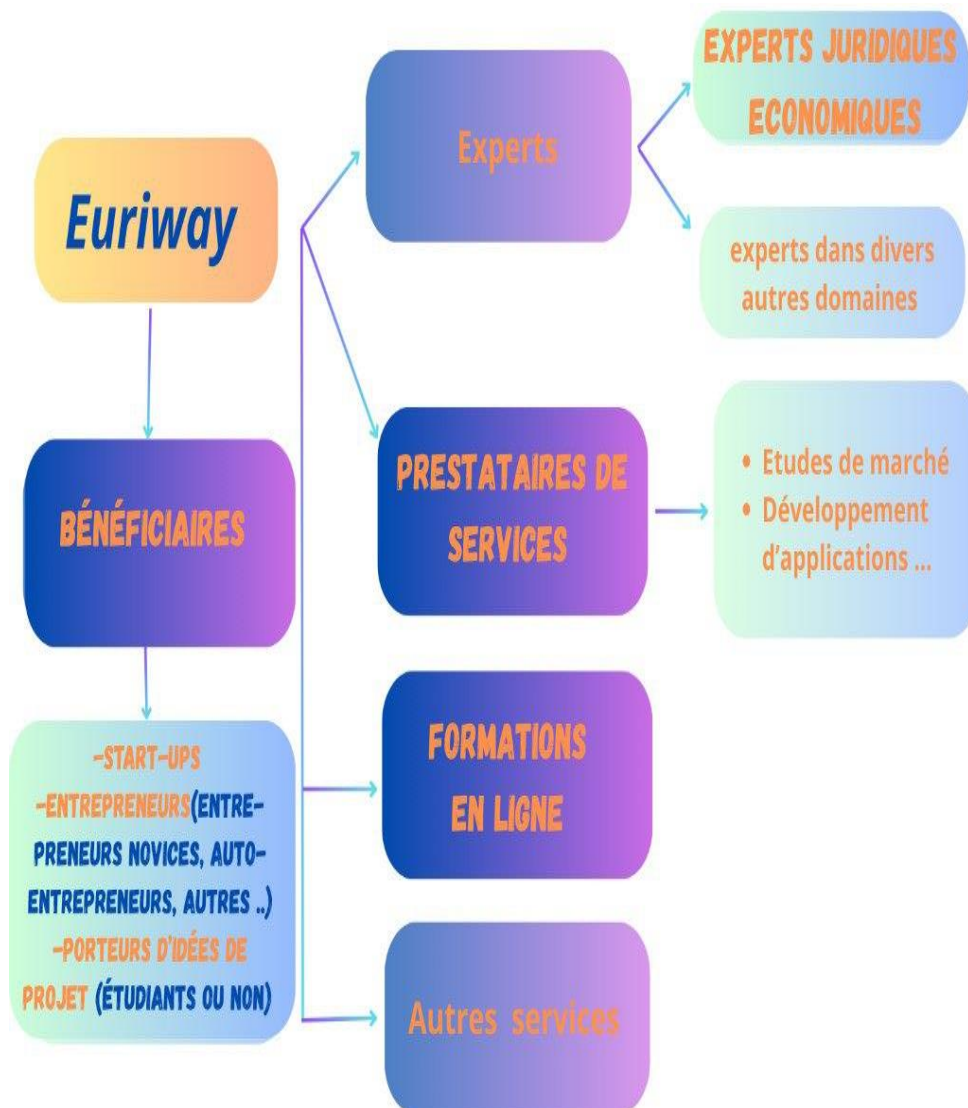
Et de là les nombreuses difficultés que nous avons rencontrées en tant que porteuses de projets dans le cadre de l'article ministériel **1275** nous ont permis de mieux comprendre les freins réels auxquels sont confrontés les jeunes entrepreneurs. Les défis les plus importants concernaient principalement les aspects juridiques – notamment d'ordre juridique-économique – ainsi que la difficulté à trouver des prestataires de services pour concrétiser nos idées. Et malgré les formations proposées par les incubateurs, ces initiatives restent souvent insuffisantes au regard des besoins concrets sur le terrain. En tant qu'étudiantes, nous avons eu l'accès à plusieurs de ces opportunités, mais à chaque tentative, nous avons été contraintes de repenser ou de modifier notre idée de projet de fin d'études. Ce vécu nous a ouvert les yeux sur une réalité encore plus large : celle de nombreux entrepreneurs, en particulier ceux issus de milieux non académiques, qui manquent cruellement d'un accompagnement accessible, moderne et structuré pour passer de l'idée à l'action et devenir acteurs du changement en Algérie.

Euriway est une plateforme numérique innovante, conçue pour offrir un accompagnement complet aux bénéficiaires (les start-ups les jeunes entrepreneurs et les porteurs d'idées de projets). Son objectif principal est de simplifier la transition de l'idée à la réalisation, en s'appuyant sur quatre axes essentiels.

- ✓ **La mise en relation avec des experts**, notamment juridiques économiques, pour un accompagnement personnalisé.
- ✓ **L'accès à des formations en ligne** adaptées aux besoins pratiques des porteurs de projets.
- ✓ **La facilitation des échanges avec des prestataires de services** (études de marché, développement d'applications, etc.) pour concrétiser efficacement les idées.
- ✓ Elle propose également **des articles clairs et gratuits** sur des sujets essentiels comme les statuts juridiques, l'entrepreneuriat, les différences entre start-ups et PME, ou encore les démarches administratives, afin d'informer et d'orienter efficacement les bénéficiaires.

Pensée comme un écosystème numérique complet, la plateforme se veut un espace d'orientation, de renforcement des compétences et de collaboration, afin de stimuler une nouvelle génération d'entrepreneurs algériens, autonomes, informés et engagés dans la transformation de leur environnement économique.

Figure n°01 : Schéma illustratif de l'idée



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway

Elle peut être intégrée dans un seul domaine d'activité principal qui consiste à offrir, via une application moderne, un ensemble de services, de conseils et de solutions personnalisées destinés aux bénéficiaires, afin de les accompagner tout au long de leur parcours entrepreneurial.

La genèse de toute entreprise commence par une idée entrepreneuriale qui peut naître :

- Une expérience vécue révélant un besoin réel.
- Une formation qui éveille une vision ou des aptitudes.
- Une compétence acquise au fil du parcours personnel ou professionnel,
- Ou simplement d'une volonté profonde de bâtir, contribuer, et créer de l'impact.

Une opportunité d'affaires désigne une circonstance favorable permettant de lancer un projet répondant à un besoin du marché ou apportant une nouveauté. Elle peut naître d'un besoin non satisfait, de l'arrivée d'une technologie, d'un problème à résoudre, d'une passion à concrétiser, ou encore d'un changement réglementaire. Et donc il existe plusieurs opportunités qui justifient la création d'une application numérique agissant comme un lien entre les bénéficiaires et les experts, formateurs et prestataires de services. Voici quelques exemples pertinents pour notre projet :¹¹

- **Croissance des startups** : Augmentation du nombre de jeunes entrepreneurs nécessitant des services d'accompagnement et de conseil.
- **Besoin d'accompagnement dans Divers domaines notamment le domaine juridique économique** : Complexité des démarches juridiques économiques créant une demande pour un soutien spécialisé.
- **Expansion du numérique** : Opportunité d'utiliser les technologies pour connecter les entrepreneurs à des experts, formateurs et des prestataires.
- **Manque d'informations fiables** : Les porteurs de projets ont besoin d'une plateforme centralisant des informations accessibles et fiables.
- **Besoin de formations spécialisées** : Demande croissante pour des formations adaptées aux réalités du marché local.

¹¹ Zakaria.H,Almi. H, & Boucenna. W, 2024,Op.cit, pp 240–259.

- **Créer des politiques pour soutenir l'entrepreneuriat et se concentrer sur celui-ci ces dernières années :** Le gouvernement peut proposer des politiques incitatives telles que des subventions, des allègements fiscaux et des prêts à faible taux d'intérêt pour encourager la création d'entreprises.

En somme, cette application se veut bien plus qu'un simple outil : elle est une réponse concrète à une demande réelle, une passerelle entre le potentiel entrepreneurial de notre jeunesse et les leviers nécessaires à sa concrétisation.

2. Aspect juridique

2.1 Formes juridiques de création d'entreprise

Le choix de la forme juridique appropriée est crucial dans le développement du projet de la Fondation, car cette étape importante doit être étudiée en tenant compte de plusieurs facteurs tels que le nombre de partenaires, la protection du patrimoine, la taille du projet, le capital et les impôts.

La loi algérienne sur les sociétés distingue deux lois principales, notamment¹² :

a. Personne physique:

Ce modèle est généralement destiné aux entreprises de taille modeste, et n'a pas besoin de statut juridique, même sa création est simple. L'achèvement des procédures et la constitution du dossier d'inscription au registre du commerce sont rapides. Son annulation de la dette de l'entreprise peut s'étendre aux biens personnels. L'inscription au registre du commerce confère la qualification de l'entrepreneur.

b. Personne morale:

- Entreprise individuelle et société à responsabilité limitée

¹² Guide pour créer une entreprise, [en ligne], disponible sur <<https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>>, consulté le 23/05/2025.

Il s'agit d'une entreprise individuelle, une personne physique peut être l'associé unique d'une société à responsabilité limitée, une LLC ne peut pas avoir d'associé unique, une autre société à responsabilité limitée composée d'une seule personne.

L'inscription au registre du commerce confère la personnalité juridique de la société, et accorde la qualification de commerçant au gérant. Le capital est librement déterminé par l'associé dans les statuts de la société. Les biens personnels de l'initiateur doivent être séparés de la propriété privée de la société. La société à responsabilité limitée est constituée entre associés qui ne supportent pas de pertes sauf dans la limite des parts pourvues d'un état du capital de la société.

- **Société à responsabilité limitée :**

Il s'agit d'une société, qui doit être composée d'un minimum de deux personnes et d'un maximum de cinquante (50) personnes. Si une société compte plus de cinquante (50) associés, elle doit être transformée en société dans un délai d'un an. Dans le cas contraire, elle sera dissoute, à moins que pendant ladite période le nombre d'associés ne devienne égal ou inférieur à cinquante (50).

L'inscription au registre du commerce ne donne la personnalité juridique de la société et la qualification du commerçant qu'aux dirigeants. Le capital de la SARL est librement désigné par les actionnaires dans les statuts de la société. Il est divisé en parts égales, mais ne peut être inférieur à 100 000 DZD. La valeur nominale des actions est fixée à au moins 0100 dinars.

- **Société avec actions pour société en commandite**

C'est un partenariat, généralement une entreprise familiale. Le nombre minimum d'associés est de deux (2) et il n'y a pas de capital social minimum, ce dernier est divisé en actions.

L'inscription au registre du commerce de la société donne la personnalité juridique et à tous les associés la qualification de commerçants, et tous les associés répondent indéfiniment et de manière multiple aux dettes de la société. La gestion appartient à tous les associés, sauf disposition contraire des statuts, les actions ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les actionnaires.

- **Société par actions**

C'est une société de capitaux, et c'est un modèle par excellence pour les grandes entreprises, elle regroupe au moins sept (07) actionnaires à l'exclusion de la société à capital public. Le capital social minimum de sa constitution est de cinq millions (5.000.000) de dinars en cas d'offre au public et d'un million (1.000.000) de dinars en cas d'offre au public. Elle est soit dirigée par un Conseil d'Administration composé d'au moins trois (03) et douze (12) membres, présidé par un Directeur Général ou un Président assisté d'un ou deux dirigeants, soit par un Conseil d'Administration composé de 03 à 05 membres contrôlé par un Conseil de Surveillance de 07 à 12 membres. L'exercice des organes de direction est soumis à des règles strictes. La responsabilité des actionnaires sur les dettes de la société est à la hauteur de leurs apports. L'inscription au Registre du Commerce confère personnalité Juridique de la société et qualité des commerçants pour les membres du Conseil d'Administration.

- **Société à responsabilité simple**

Il s'agit d'une société hybride composée de personnes pour les commandités et de capitaux pour les commanditaires. Le capital est divisé en actions et la société est gérée par un ou plusieurs gérants. L'immatriculation au registre du commerce de la société confère la personnalité morale et les commandités le statut de commerçants, les commandités répondent indéfiniment et multipliement aux dettes de la société, et les commanditaires ne couvrent pas les dettes de la société qui s'élèvent à leurs apports. Cette forme de société est encore très rare en Algérie.

- **Partenariat de solidarité**

Il s'agit d'une société mixte d'associés commandités et de commanditaires au capital d'associés commanditaires, composée d'un ou plusieurs associés commandités et commanditaires, et le nombre d'associés commanditaires ne peut être inférieur à trois (3). Le capital minimum de sa constitution est de cinq millions (5.000.000) de dinars dans le cas d'une offre publique et d'un million (1.000.000) de dinars s'il n'est pas généralement disponible. Elle peut être gérée par un ou plusieurs gérants. La personnalité juridique de la société et la qualité des commerçants pour les associés commandités, et les associés commandités répondent indéfiniment et plusieurs dettes de la société, les commanditaires sont les actionnaires et ne supportent que des pertes à hauteur du montant de leurs apports. Cette forme de société n'est pas répandue en Algérie.

2.2 Procédure de création d'entreprise

La création d'une organisation nécessite les actions suivantes¹³ :

1. Inscription au Centre national d'enregistrement commercial

L'établissement d'un établissement ou l'exercice d'une activité commerciale en général nécessite l'inscription au registre du commerce comme indiqué à l'article 4 de la loi 04-08 du 27 **jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, relative aux conditions d'exercice des activités commerciales. Qui stipule** : « Toute personne physique ou morale souhaitant exercer une activité commerciale est tenue d'être immatriculée au registre du commerce, et celle-ci ne peut être contestée en cas de litige ou de contentieux que devant les autorités judiciaires compétentes. Cette inscription accorde le droit au libre exercice de l'activité commerciale, à l'exception des activités réglementées et des professions soumises à inscription au registre du commerce et dont l'exercice est soumis à l'obtention d'une licence ou d'une accréditation précisant le modèle et le contenu de l'extrait du registre du commerce par voie réglementaire.¹⁴

L'article 4 du décret exécutif n° 97-41 du 9 Ramadan 1417 correspondant au 18 janvier 1997, relatif aux conditions d'inscription au registre du commerce, précise également **précisément les commerçants qui sont tenus par la loi de s'inscrire au registre du commerce, comme suit**¹⁵ :

- Tout commerçant, personne physique ou morale.
- Toute entreprise commerciale ayant son siège à l'étranger et qui ouvre en Algérie une agence, une succursale ou tout autre établissement.
- Toute représentation commerciale ou agence commerciale des États, collectivités ou établissements publics étrangers exerçant une activité sur le territoire national.

¹³ Guide pour créer une entreprise, [en ligne], disponible sur <<https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>>, consulté le 23/05/2025.

¹⁴ Loi n° 04-08 du 27 djumada Ethania 1425 correspondant au 14 août 2004, Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 18 août 2004, Algérie, p. 4 à 9.

¹⁵ Décret exécutif n° 97-41 du 9 Ramadhan 1417 correspondant au 18 janvier 1997, Journal officiel de la République algérienne, n° 5, 19 janvier 1997, Algérie, p. 10 à 15.

- Toute entreprise artisanal, tout prestataire de services, personne physique ou morale.
- Tout locataire- gérant d'un fonds de commerce
- Toute personne morale commerciale dans sa forme ou dont l'objet est commercial, ayant son siege en Algérie ou y ouvre une agence, une succursale ou tout autre établissement.
- Toute autre personne physique ou morale exerçant une activité légalement soumise à l'immatriculation au registre du commerce.

Décret exécutif n° 15-249 du 15 Dhou El Hidja 1436 correspondant au 29 septembre 2015 fixant le contenu, l'articulation ainsi que les conditions de gestion et d'actualisation de la nomenclature des activités économiques soumises à inscription au registre du commerce.

16

- Production De Biens.
- Entreprises De Production Artisanale.
- Distribution En Gros.
- Importation Pour La Revente En L'Etat
- Distribution En Détail (Sédentaires Et Non Sédentaires).
- Services.
- Exportation.

Pour compléter ce processus, les documents suivants doivent être soumis¹⁷ :

Premièrement, pour une personne physique : le dossier doit contenir les documents suivants :

¹⁶ Décret exécutif n° 15-249 du 15 Dhou el-Hidja 1436 correspondant au 29 septembre 2015, Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 30 septembre 2015, Algérie, pp. 5-7.

¹⁷ Décret exécutif n° 15-111 du 14 Rajab 1436 correspondant au 3 mai 2015, Journal officiel de la République algérienne, n° 24, 13 mai 2015, Algérie, pp. 4-8.

- Une demande signée ,établir sur des formulaires fournis par le Centre national du registre du commerce.
- Le Justificatif du local apte à recevoir une activité commerciale en présentant soit :
 - Un titre de propriété ou un bail de location
 - Ou une concession d'un terrain d'assiette devant abriter l'activité commerciale
 - Ou tout acte ou décision d'affectation délivré par organisme public
- La quittance justifiant l'acquittement des droits de timbre prévu par la législation en vigueur (4000 DZD).
- Le reçu portant acquittement des droits d'immatriculation tels fixés par la réglementation en vigueur
- Une copie de la carte de résident pour les assujettis de nationalité étrangère.
- Une copie de l'autorisation ou de l'agrément provisoire délivré par les administrations compétentes pour l'exercice des activités ou professions réglementées.

Deuxièmement : Immatriculation Personnes Morales

Le dossier doit comporter, les pièces suivantes :

- Une demande, établie sur des formulaires fournis par le centre national du Registre du commerce ;
- Le Justificatif du local apte à recevoir une activité commerciale en présentant soit :
 - Un titre de propriété ou un bail de location
 - Ou une concession d'un terrain d'assiette devant abriter l'activité commerciale

- Ou tout acte ou décision d'affectation délivré par organisme public
- Un exemplaire (01) des statuts portant création de la société ou une copie du texte de création lorsqu'il s'agit d'un établissement public à caractère industriel et commercial ;
- Une copie de l'avis d'insertion des statuts de la société au bulletin officiel des annonces légales (BOAL) ;
- La quittance justifiant l'acquittement des droits de timbre prévu par la législation en vigueur (4000 DZD).
- Le reçu portant acquittement des droits d'immatriculation tels fixés par la réglementation en vigueur
- Une copie de l'autorisation ou de l'agrément provisoire délivré par les administrations compétentes pour l'exercice des activités ou professions réglementées.¹⁸

Il est à noter que l'intéressé doit s'assurer de l'exactitude des informations contenues dans le dossier, sous peine de toute personne qui, de mauvaise foi, fait des déclarations inexactes ou fournit des informations incomplètes dans le but d'être immatriculée au registre du commerce, est punie d'une amende de 50.000 DZD à 500.000 DA (article 33 de la loi 04-08).¹⁹

Il est également nécessaire de se référer à la lettre émise par le Secrétaire général du ministère du Commerce sous le n° 1742 du 24/10/2019, qui a été envoyée aux responsables des succursales locales du Centre national du registre du commerce concernant l'inscription des entreprises émergentes au registre du commerce, où l'envoi comprenait ce qui suit : « Je vous informe que les startups actives dans les domaines des technologies modernes de l'information et de la communication entrent automatiquement dans le concept global de l'investisseur principal et sont donc exemptées de fournir une justification liée à la possession du magasin commercial. Lors du processus d'inscription au registre du commerce pour la première fois conformément aux dispositions de l'article 21 de la loi 04-08 du

¹⁸ Loi n° 04-08 du 27 Jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, Op.cit, pp 4-9.

¹⁹Dr. Brahimi Assia, Cours sur la Loi 04-08 adressés aux étudiants de quatrième année spécialité management financière, Département du second cycle , Ecole Supérieure de Management Tlemcen, 2023-2024, p. 3.

14/08/2004, modifiée et complétée par les dispositions de l'article 7 de la loi n° 13-06 du 23/07/2013 relative aux conditions d'exercice des activités commerciales, qui stipule que le lieu de résidence des personnes physiques et l'adresse du portefeuille de comptes, l'expert-comptable, l'avocat ou le notaire ou l'adresse du domicile du représentant légal de la société, seront pris en compte pour les personnes morales.

Ces activités sont les suivantes :

- ✓ 607001 : BUREAU D'ETUDE ET DE CONSEIL EN INFORMATIQUE
- ✓ 607002 : INSTALLATION DE RESEAUX ET TRAITEMENT DE DONNEES
- ✓ 607019 : ENTREPRISE D'INGENIERIE EN INFORMATIQUE INDUSTRIELLE ET PRODUCTIQUE
- ✓ 607025 : ETABLISSEMENT ET EXPLOITATION DE SERVICES DE FOURNITURE D'ACCÈS A INTERNET (ACTIVITE REGLEMENTEE)
- ✓ 607065 : ETABLISSEMENT ET EXPLOITATION DE SERVICE DE TRANSFERT DE LA VOIX SUR INTERNET (VOIP) (ACTIVITE REGLEMENTEE)
- ✓ 607069 : PROGRAMMATION INFORMATIQUE
- ✓ 613233 : INSTALLATION, MAINTENANCE ET REPARATION D'EQUIPEMENTS ET LOGICIELS D'ENCRYPTIONS (ACTIVITE REGLEMENTEE)

Il est à noter que les activités réglementées sont toujours soumises à la présentation de leur accréditation ou de leur licence.

À l'heure actuelle, afin d'améliorer le service public, l'extrait du registre du commerce est délivré dans les 24 heures à compter de la date de délivrance du récépissé de dépôt.²⁰

2. Extraction de la carte d'impôt (NIF)

Lorsque l'établissement est enregistré auprès du Centre National du Registre du Commerce, il se verra attribuer un numéro d'identification qui sera utilisé dans toutes ses démarches

²⁰Dr. Brahimi Assia, Cours sur la Loi 04-08. , Op.cit., pp 5-6

administratives et même auprès de l'Administration fiscale algérienne, l'établissement nouvellement créé doit s'immatriculer à la TVA pour pouvoir régler ses obligations fiscales, pour ce faire, le gestionnaire doit présenter les documents suivants :

- 1) Une copie certifiée conforme de l'enregistrement commercial.
- 2) Un formulaire présenté par l'inspection fiscale signé et tamponné au nom de l'institution.
- 3) Titre de propriété du magasin commercial ou contrat de bail notarié (au nom de l'institution).
- 4) Formes juridiques de l'entreprise.

3. Extraire le numéro d'identification statistique (NIS)

Pour obtenir le numéro d'identification statistique (RTA), un dossier administratif doit être soumis aux services statistiques des annexes régionales de l'Office national de statistique. Ce dossier varie selon le type d'établissement (personne morale ou personne physique) et comprend les documents énumérés ci-dessous.

Personnes physiques

1. Une copie de la fiche de retenue d'impôt ou de la déclaration d'existence
2. Une copie de l'immatriculation commerciale ou du permis d'exercice de l'activité ou de la carte d'artisan
3. Extrait de l'acte de naissance n° 12
4. Remplir le formulaire de demande de numéro d'identification statistique avec le cachet de l'établissement

Personnes morales :

1. Une copie de la fiche de retenue d'impôt ou de la déclaration d'existence
2. Une copie de l'enregistrement commercial ou du permis d'exercice de l'activité
3. Remplir le formulaire de demande de numéro d'identification statistique avec le cachet de l'établissement

4. Ouvrir un compte bancaire

Chaque institution doit avoir son propre compte bancaire. Les documents requis sont :

- 1) Registre du commerce.
- 2) Avis du Bulletin officiel des annonces légales BOAL.
- 3) Formes juridiques de l'institution.
- 4) Enregistrement fiscal.

Introduire l'idée de notre projet légalement

- Projet sous le nom de Euiway Notre objectif est de la transformer en une startup qui est dans le secteur des services.

Premier cas :

- **Le code de cette activité :** 607025 Il s'agit d'une activité réglementée.

Nomenclature juridique : établissement et exploitation de services de fourniture d'accès à internet (activité réglementée.)

Contenu de l'activité (607025) :

- Exploitation des services Internet;
- services interactifs de consultation ou d'hébergement de pages multimédias : textes, graphiques, son ou vidéo;
- Services d'échanges de message électronique entre utilisateurs;
- Service d'accès en mode émulation terminal sur des ordinateurs distants;
- Services de téléchargements de fichier en mode point à point.
- Services permettant à un groupe d'utilisateurs, partageant un intérêt commun sur un thème particulier d'échanger des informations.
- **Droits payés :** droit de timbre fiscal (4000 dinars algériens), frais liés à l'activité (3712 dinars algériens).

En plus de l'obtention d'une licence auprès du Ministère en charge de la communication conformément au décret exécutif n° 00-307 du 14/10/2000

Deuxième cas :

Le symbole de cette activité : 607081

- Libelle: incubateur -accélérateur

Contenu de l'activité (607081) :

-Location d'espace de travail au profit des tiers ;

-Domiciliation des entreprises et services de secrétariat ;

-Conception et dispense des programmes d'accompagnement pour les porteurs de projets innovants et

startup, sur tout aspect technique, administratif et commercial, pour propre compte ou au profit des tiers;

-Organisation des évènements, des séminaires et des formations dans le domaine de l'innovation et de la technologie, Conseils dans le domaine de création des entreprises ;

-Services de promotion de l'innovation pour les entreprises (open innovation, programs, bootcamps pour grands groupes, etc.) ;

-Conseil et mise en relation pour l'investissement dans les startups ;

-Services de prototypage technologique ;

-Production et édition de contenus relatifs à l'entrepreneuriat et à l'innovation.

3. Les valeurs proposées :

Notre plateforme Euriway ne se limite pas à connecter des acteurs de l'écosystème entrepreneurial. Elle vise à créer un environnement complet, structuré, et accessible, permettant aux porteurs d'idées de projet, startups, entrepreneurs et d'accéder aux **ressources, aux compétences, et aux services** nécessaires à la concrétisation de leurs idées. Voici quelques-unes des valeurs fondamentales qu'offre notre projet :

Figure n°2 : Les valeurs proposées par notre projet



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

a. Accompagnement structuré et expertise ciblée

Notre projet offre un accompagnement personnalisé pour chaque porteur d'idée, en s'appuyant sur des experts issus de divers domaines, en commençant par le domaine juridique économique, puis en élargissant à d'autres domaines comme le financier, le marketing et le technique. Cette approche permet d'adapter le suivi aux besoins réels des utilisateurs, tout en identifiant les forces et faiblesses de chaque projet.

Un point fort de notre démarche réside dans la mise en relation directe avec des experts spécialisés en juridique et économique, qui apportent un appui essentiel sur les aspects réglementaires, fiscaux et contractuels. Leur intervention permet de sécuriser le projet, d'assurer sa conformité légale, et de poser les bases d'un modèle économique fiable.

b. Accès simplifié à la connaissance :

La plateforme offre un accès direct à des contenus pédagogiques pratiques pour permettre à tous les utilisateurs, quel que soit leur niveau, de monter en compétences. Les formations sont conçues pour être accessibles, courtes, et orientées vers l'action : création d'entreprise, marketing digital, gestion financière, structuration juridique, etc. En complément, des experts sont proposés pour approfondir certains sujets. Le but est de démocratiser le savoir entrepreneurial et de former les entrepreneurs de demain.

c. Facilitation des démarches administratives et juridiques :

Le projet propose une assistance concrète à chaque étape des démarches administratives et juridiques liées à la création et au développement d'une entreprise. Cela inclut notamment l'aide à la rédaction des statuts, l'immatriculation au registre du commerce, l'obtention du numéro d'identification fiscale (NIF), ainsi que les déclarations auprès des organismes compétents. Cette simplification permet aux porteurs de projet de gagner du temps, d'éviter des erreurs juridiques coûteuses et de se concentrer sur le développement de leur activité. En complément, des articles clairs, gratuits et accessibles sont mis à disposition pour informer et orienter efficacement les bénéficiaires sur des sujets essentiels : choix du statut juridique, différences entre start-ups et PME et les démarches administratives.

d. Création d'un écosystème collaboratif :

Au-delà d'un simple outil d'accompagnement, le projet ambitionne de créer une véritable communauté (système de vote communautaire) d'acteurs de l'innovation et de l'entrepreneuriat. Les bénéficiaires peuvent échanger avec les experts, les formateurs, les prestataires des services, poser des questions. Cet écosystème ouvert encourage la coopération, la transmission de savoirs, et la co-création. Il devient un espace vivant, où les idées évoluent.

e. Accessibilité, autonomie et simplicité d'usage :

Euiway a été pensée pour être accessible à tous, y compris ceux qui ne sont pas familiers avec les outils numériques. L'interface est intuitive, claire, et disponible 24h/24, sur ordinateur comme sur mobile. Les utilisateurs peuvent évoluer à leur rythme, selon leurs disponibilités et leurs priorités. Ils ne sont pas contraints par des horaires ou des procédures complexes. L'objectif est de rendre l'entrepreneuriat réellement à portée de main, même pour ceux qui démarrent de zéro.

f. Stimulation de l'innovation locale :

Le projet vise à révéler le potentiel entrepreneurial local, en valorisant les idées innovantes qui répondent aux besoins du territoire. En accompagnant la transformation d'une idée en projet concret, il encourage la créativité, le développement durable et l'impact social. Il s'adresse notamment aux jeunes talents, aux étudiants, et aux porteurs d'idées non exploitées, en leur offrant un cadre structurant pour se lancer. L'innovation devient ainsi un levier de développement pour l'économie locale.

g. Inclusion et création d'opportunités économiques :

L'un des piliers fondamentaux du projet est l'inclusion. Il vise à offrir une chance égale à tous, y compris aux personnes éloignées du marché du travail : jeunes sans emploi, femmes entrepreneures, habitants de zones rurales ou défavorisées. La plateforme agit comme un pont entre compétences disponibles et besoins économiques. Elle contribue ainsi activement à la création d'emplois et à la réduction du chômage...

4. L'équipe du projet :

La réussite d'un projet repose directement sur la compétence et la complémentarité de l'équipe chargée de sa mise en œuvre. Voici Euriway's team

➤ *Premier membre : Kahli khadidja , née le 23 juin 2002 à Ghazaouet, j'habite à Nedroma Tlemcen. Je suis une étudiante de master 2 en spécialité Management Financier à l'Ecole Supérieure de Management de Tlemcen et j'ai la chance de suivre plusieurs formations dans des domaines variés : une formation dans le développement humain et personnel par Dr. Hejou Youcef , formation*

en éducation financière et inclusion , Formation en économétrie et techniques quantitatives , Formations en gestion de projet (étude de marché , design thinking , plan Financier , clés juridiques pour réussir un projet...),formation À propos du programme "Trouvez votre idée de projet" – Nesda

Je possède une forte passion pour le Management Avec une attention particulière portée à le Management Financier et une bonne maîtrise des différentes approches de gestion. Grâce à mes compétences en communication, je suis en mesure de collaborer efficacement avec des personnes issues de divers horizons, ce qui représente un véritable avantage pour notre projet. Je sais m'adapter rapidement aux imprévus et Je gère efficacement les situations stressantes tout en assurant un travail de qualité.

Pour cela les taches que je peux les exécuter sont les suivantes :

-  Définir la stratégie globale du projet ainsi que les objectifs visés à court, à moyen et à long terme.
-  Mettre en place une organisation structurée avec des étapes, des outils adaptés et une répartition précise des tâches pour assurer la coordination des actions.
-  suivre l'évolution de l'activité et appliquer les mesures correctives nécessaires.
-  Effectuer une veille prospective sectorielle et construire des partenariats internes et externes.
-  Fédérer les collaborateurs autour du projet et créer le climat collaboratif favorable afin d'augmenter la productivité de l'équipe.

➤ *Deuxième membre : **Ghezzal Rania***, née le 30 avril 2002 à Tlemcen et résidant à Remchi. Actuellement étudiante en Master 2 Management Financier à l'École Supérieure de Management de Tlemcen, j'ai enrichi mon parcours académique par plusieurs formations complémentaires dans des domaines différents. Parmi ces formations figurent : le développement personnel (avec Dr. Hejou Youcef), l'éducation financière et l'inclusion, l'économétrie et les techniques quantitatives, ainsi que la gestion de projet ...(étude de marché, design thinking, planification financière et aspects juridiques). J'ai également participé au programme "Trouvez votre idée de projet" de Nesda et obtenu une certification en marketing numérique.

Ces expériences m'ont permis de développer des compétences transversales solides telles que la créativité, l'esprit d'analyse, la gestion de projet, l'innovation et une grande capacité d'adaptation face à des environnements en constante évolution. Elles m'ont également permis d'élargir mes compétences et de me préparer à relever les défis du monde professionnel et entrepreneurial.

Parmi mes tâches essentielles sont :

-  Collaborer avec l'équipe pour développer et créer une interface utilisateur conviviale et pour s'assurer que la plateforme est facile à utiliser.
-  Étude de marché et Évaluation du Business Model Canvas (BMC).
-  Identifier les besoins en financement et analyser les coûts liés au projet.
-  La participation à l'analyse des besoins des clients et des tendances du marché pour adapter les offres
-  Veille concurrentielle : observer les solutions similaires sur le marché pour se démarquer et innover.

Les encadreurs pédagogiques, en collaboration avec les membres de l'équipe, ont mené une analyse du marché afin d'identifier des partenaires stratégiques et de cibler les besoins des clients, tout en optimisant les coûts. Nous avons également préparé l'étude financière. Ensuite, nous avons procédé à sa validation en collaboration avec un expert-comptable, afin d'établir des prévisions économiques claires, cohérentes et réalistes.

Le plus souvent, nous avons été obligés de pivoter vers un mode de communication digital afin d'accélérer le travail et de poursuivre notre étude. Parmi les outils que nous avons choisis, il y a :

- Pour les appels : nous programmons des séances via ZOOM, et parfois via Messenger et WhatsApp. Au moyen les séances durent entre une et deux heures.
- Pour la prise de notes : L'application **Notion** permet de noter, organiser et partager facilement les idées et remarques pendant les réunions.

➤ Pour la répartition des tâches : L'application **To Do List** s'est avérée très utile pour organiser le travail en équipe. Elle permet d'attribuer des tâches, fixer des échéances, créer des listes de vérification et ajouter des notes afin de ne rien oublier.

➤ Pour le stockage des fichiers : Le partage des documents de travail et des supports d'étude entre les membres de l'équipe s'effectue via **Gmail et Google Drive**, où chacun peut déposer ses fichiers (Word, PDF, Excel, etc.), facilitant ainsi l'accès et la consultation par les personnes autorisées.

En résumé, notre mode d'interaction repose sur une communication régulière, une collaboration harmonieuse, un feedback constructif et des liens interpersonnels solides, ce qui favorise une synergie collective permettant de surmonter les obstacles et d'adapter nos stratégies en temps réel pour assurer le succès du projet.

5. Les objectifs du projet :

Lorsque l'on initie un nouveau projet, il est essentiel de définir avec précision les objectifs à atteindre. Cette démarche permet non seulement de clarifier les résultats attendus, mais également de structurer les actions à entreprendre pour y parvenir efficacement. En s'appuyant sur la méthode SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporels), les objectifs deviennent plus concrets et opérationnels.

L'utilisation de ces indicateurs facilite le suivi de l'efficacité du projet, la gestion optimale des ressources disponibles, le renforcement de la motivation des parties prenantes ainsi que la maîtrise des risques. Ces objectifs doivent impérativement s'aligner avec la stratégie globale du projet, et être accompagnés de plans d'action bien définis, assortis d'indicateurs de performance permettant d'évaluer l'avancement et de garantir une amélioration continue vers les résultats à long terme.

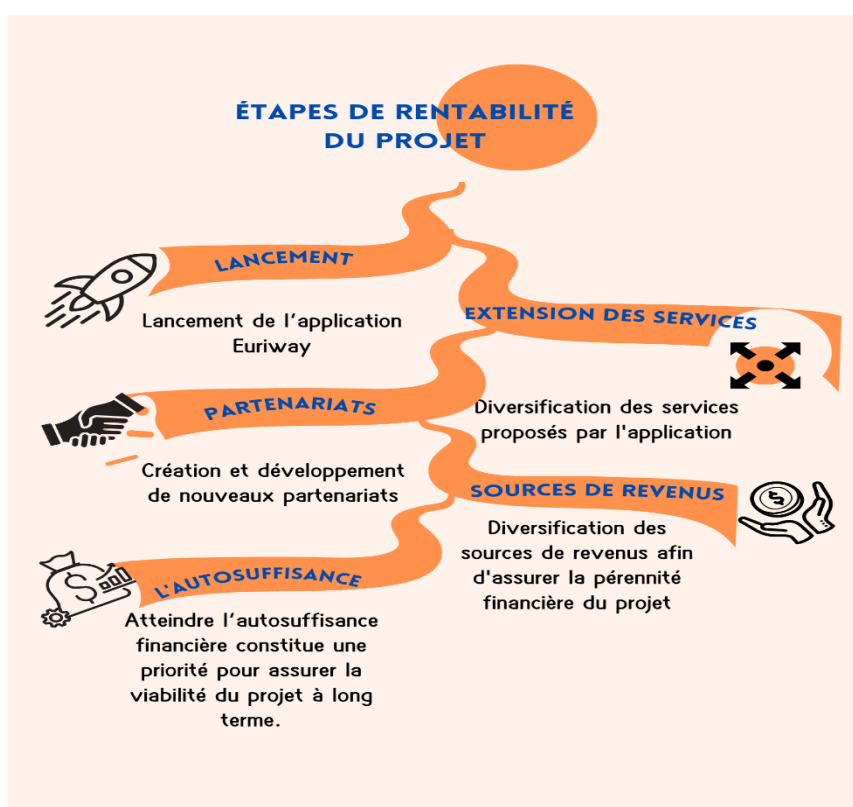
Prenons l'utilisation de la méthode SMART sur un de nos objectifs sur le court terme comme un exemple :

Tableau n° 01 : la méthode SMART

Objectif	Spécifique	Mesurable	Atteignable	Réalisable	Temporel
Objectif à court terme : Lancer la première version de la plateforme avec un module d'accompagnement en juridique économique.	Développer et rendre accessible un module numérique interactif permettant aux bénéficiaires d'accéder à un accompagnement en juridique économique, incluant des ressources pédagogiques et un système de prise de rendez-vous en ligne avec des experts.	Objectif de 50 utilisateurs inscrits au module dans les 2 premiers mois suivant le lancement, et au moins 10 consultations réalisées avec des experts.	L'équipe dispose déjà des premiers contenus pédagogiques, ainsi que d'un partenariat avec 3 experts prêts à intervenir.	La demande d'accompagnement juridique et juridique économique est forte, et ce type de module est attendu par les porteurs de projets dans un contexte où les démarches sont souvent mal comprises.	Le module devra être lancé dans un délai de 3 mois maximum, avec une période de test utilisateur incluse dans le deuxième mois.

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway

Figure03 : Phases d'atteinte de la rentabilité



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway

5.1 Objectifs à court terme (6 à 12 mois) :

- Création d'un réseau initial de 50 experts parmi eux des experts juridiques et juridique économiques disponibles pour les consultations.
- Accompagnement de 100 bénéficiaires dans la structuration ou le lancement de leurs idées.
- Organisation de 3 ateliers de formation en ligne sur l'entrepreneuriat, les aspects juridiques et la gestion financière.
- Signature de 5 partenariats stratégiques avec des prestataires de services ou institutions de soutien à l'entrepreneuriat.
- Lancer une campagne de communication digitale (chat bot) pour attirer les premiers utilisateurs et faire connaître la plateforme.

- Mise en place d'un système de suivi des utilisateurs (tableau de bord et indicateurs de satisfaction).

5.2 Objectifs à moyen terme (1 à 3 ans) :

- Accompagner au moins 500 porteurs de projets dans tout le territoire national.
- Étendre le réseau de partenaires à 150 experts, prestataires de services et formateurs.
- Une interface dédiée aux projets et start-ups accompagnés est déjà intégrée à l'application, prévue pour être activée à moyen terme, cette vitrine numérique servira à illustrer concrètement l'impact de notre accompagnement et à inspirer de nouveaux porteurs de projets.
- Développer des modules de formation certifiant en partenariat avec des institutions académiques ou professionnelles.
- Lancer des concours mensuels et des programmes d'incubation internes pour accompagner ou mettre en lumière les projets les plus prometteurs.
- La mise en relation avec des experts internationaux.
- Proposer des opportunités d'emploi concrètes via la mise en relation entre les demandeurs et les offreurs d'emploi.

5.3 Objectifs à long terme (3 à 5 ans et plus) :

- Lancer un fonds d'investissement interne à Euriway, destiné à soutenir un projet lauréat des concours organisés de manière périodique.
- Contribuer activement à la réduction du chômage à travers :
 - La création d'emplois directs et indirects via les startups accompagnées,
 - L'insertion professionnelle des jeunes à travers les partenaires de la plateforme.
- Accompagner la création de 1000+ startups à impact dans divers secteurs (éducation, tech, agriculture, énergie, etc.) sur l'ensemble du territoire algérien.
- Devenir un acteur clé reconnu au niveau régional et national dans l'accompagnement, la formation et l'accélération de projets innovants.

- Influencer positivement les politiques publiques de soutien à l'innovation en devenant un interlocuteur de confiance pour les autorités (Ministère de l'Économie, Direction de l'Innovation, etc.)
- Proposer un accompagnement complet 100 % en ligne : juridique, juridique économique, financier, technique, économique et en marketing.
- Offrir un service de mise en relation avec des investisseurs privés et publics, y compris à l'international.

6. Le planning de réalisation du projet :

La planification stratégique constitue un pilier fondamental dans la gestion de tout projet ou activité, en particulier lorsqu'il s'agit de concrétiser une vision entrepreneuriale. L'utilisation d'outils visuels tels que la feuille de route – ou *Road Map* – permet de représenter de manière synthétique et claire les grandes étapes à suivre pour atteindre les objectifs fixés.

Elle offre une vue d'ensemble structurée, en mettant en évidence les activités à mener, les objectifs à atteindre, les livrables attendus ainsi que la durée de chaque phase, et ce, selon un ordre chronologique précis. Toutefois, il est essentiel que cette feuille de route reste simple, lisible et volontairement non exhaustive, afin de servir de guide stratégique sans entrer dans des détails opérationnels.

Figure n° 04 : Road Map Euriway



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway

Cette feuille de route inclut les tâches clés spécifiques à notre projet :

Phase 1 : Avant-projet et initialisation

Chaque projet débute par une réflexion profonde sur son origine, sa raison d'être et sa pertinence. Cette première étape, souvent appelée avant-projet, permet de bien cerner le besoin réel à satisfaire, d'expliquer comment l'idée a émergé, et surtout d'évaluer si elle vaut la peine d'être poursuivie.

On y réalise une étude de faisabilité technico-économique, qui apporte des réponses concrètes :

- Avons-nous les compétences nécessaires ?
- Dispose-t-on des moyens techniques ?
- Quel est le potentiel de rentabilité ?
- Où se situe le projet sur le marché ?

Lorsqu'il faut choisir entre plusieurs idées, cette phase permet aussi de comparer les projets selon leur rentabilité, leur impact ou leur faisabilité. Elle aide à prendre une décision éclairée : faut-il lancer ce projet ou non ?

Enfin, une fois le projet sélectionné, un macro-planning est établi. Il offre une vue d'ensemble sur les grandes étapes à venir et prépare le terrain pour la phase suivante : la planification détaillée.

Phase 2 : Planifier pour mieux réussir

Une fois l'idée validée, vient le moment de structurer concrètement le projet. La planification, c'est un peu comme tracer le chemin avant de se mettre en route. On y définit les grandes étapes, on organise les tâches, et on s'assure que les bonnes ressources sont là, au bon moment, au bon endroit.

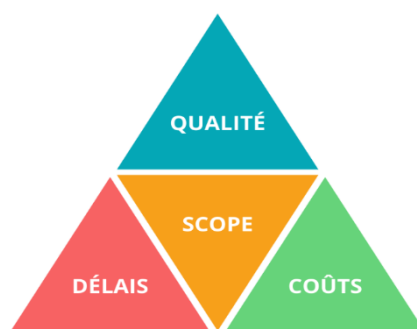
C'est aussi durant cette phase qu'on pose les bases de l'équilibre entre la qualité, coût et délai, ce qu'on appelle souvent le « triangle d'or » du projet. L'interaction de ces éléments détermine le succès d'un projet. Ce cadre aide à comprendre l'importance des compromis nécessaires lorsqu'une de ces contraintes est modifiée.

- La qualité fait référence à l'adéquation du produit ou service final avec les attentes et les besoins du client, évaluée par des paramètres tels que la performance, la fiabilité, et la conformité.
- Les coûts représentent l'ensemble des ressources financières requises pour mener à bien le projet, incluant le budget initial et les dépenses ultérieures, gérés via des outils de suivi et d'analyse financière.
- Les délais concernent le temps nécessaire pour achever le projet, impliquant un calendrier strict et une gestion précise des échéances.²¹

Gérer ces trois éléments de manière cohérente est essentiel, car chacun influence directement le bon déroulement du travail.

²¹ Chef-de-projet, [Enligne], disponible sur : <[Triangle d'or en gestion de projet : optimiser qualité, coûts et délais - Chef-de-projet.fr](https://www.chef-de-projet.fr/)>, consulté le 17/04/2025.

Figure n°05 : Triangle d'or



Source : chef-de-projet.fr

Mais bien planifier, ce n'est pas juste faire une liste de tâches. C'est aussi anticiper les imprévus, réfléchir à comment réagir face aux difficultés, et mettre en place une communication claire entre tous les acteurs du projet. C'est un moment de réflexion qui permet d'avancer ensuite avec plus de sérénité, de coordination et de clarté.

Afin de réussir cette partie de la feuille de route du projet on peut utiliser le Diagramme de Gantt : qui est un outil de gestion du projet qui permet de voir graphiquement les enchainements et les dépendances entre tâches.

Voici un aperçu clair et synthétique du diagramme de Gantt du projet Euriway :

1. Évaluation de la faisabilité de l'idée (*durée : 2 semaines*)

- ✓ Préparation et structuration de l'idée.
- ✓ Présentation de l'idée sous forme de pitch (*1 jour*).

2. La formation de l'équipe, y compris les formations sur notre école : (4 semaines)

- ✓ Manuel de gestion de projet
- ✓ Parcours de création d'une startup
- ✓ Innovation et protection de la propriété intellectuelle
- ✓ Étude de marché, Business Model Canvas (BMC), business plan et tableau de bord
- ✓ Analyse financière du projet

- ✓ Introduction à l'intelligence artificielle appliquée

3. Recherche de marché cible et étude de faisabilité pour le projet Euriway : 3 semaines

- Identifier les tendances actuelles du marché des plateformes d'accompagnement entrepreneurial et de mise en réseau.
- Analyser les segments de marché visés : start-ups, étudiants, porteurs de projets, experts.
- Étudier les besoins, attentes et comportements des utilisateurs potentiels (usages digitaux, types de services recherchés, attentes en matière de formations ou d'accompagnement).
- Déterminer le marché cible prioritaire pour le lancement de l'application Euriway.

4. Étude de marché (8 semaines)

- Analyser les concurrents directs et indirects dans les secteurs de l'incubation, du networking, des plateformes de services pour startups.
- Identifier les barrières à l'entrée et les risques liés à ce marché (juridiques, techniques, financiers, réglementaires).
- Étudier le cadre réglementaire applicable (ex : protection des données, encadrement des consultations, statuts des experts).
- Estimer les coûts liés à la conception, au développement, et au fonctionnement de la plateforme.
- Élaborer des hypothèses financières réalistes : coût de développement, charges mensuelles, prévisions de revenus par abonnement/publicité.
- Vérifier la faisabilité technique du projet (technologie à utiliser, besoin en équipe de dev, en infrastructures techniques).
- Développer des scénarios de croissance (local → régional → national), et les conditions pour chaque palier.

5. Évaluation du Business Model Canvas (BMC) : (1/2 semaines)

- Définir la proposition de valeur de projet.
- Identifier les segments de marché cibles et définir une stratégie de marketing.
- Préparer des partenaires clés, ressources et activités.
- Élaborer un plan financier pour estimer les coûts et les sources de revenus.
- La présentation de BMC.

6. Élaboration du plan d'affaires détaillé : 10 semaines

- La présentation de l'idée.
- Les aspects innovants.
- L'analyse stratégique du marché.
- Le plan de production et d'organisation.
- Le plan financier.
- Le prototype.

7. Développement de l'application Euriway : 4 semaines

- Trouver un développeur pour construire l'application.
- Définir les fonctionnalités clés (consultations, formations, vote communautaire, profils utilisateurs).
- Créer des maquettes UX/UI de la plateforme mobile.
- Lancer le développement technique (back-end et front-end).

8. Établissement de partenariats : 4 semaines

Le bon déploiement du projet Euriway repose sur la collaboration avec des partenaires stratégiques, dont l'expertise et l'implication sont essentielles pour offrir un accompagnement pertinent et de qualité aux porteurs de projets.

9. Tests et optimisation : 2 semaines

Phase de test technique (bugs, ergonomie, sécurité) et fonctionnelle. Elle permet d'ajuster l'application avant son lancement officiel pour garantir une expérience utilisateur fluide.

10. Lancement de l'application, marketing et publicité pour attirer les clients : 4 semaines

Mise en ligne de l'application, accompagnée d'une stratégie de communication : réseaux sociaux, influenceurs, emailing, campagnes sponsorisées... pour générer du trafic et des inscriptions.

11. Lancement de Stratégie marketing : (6 semaines)

- Identifier les canaux de marketing les plus efficaces pour les atteindre (publicité en ligne, événements, salons professionnels, etc.)
- Créer une stratégie de contenu pour le blog de la startup, qui sera utilisé pour améliorer le référencement et la visibilité en ligne.
- Mettre en place une stratégie de référencement naturel (SEO) pour améliorer la visibilité de la plateforme dans les moteurs de recherche.
- Créer des offres promotionnelles pour attirer les clients au lancement de l'application.
- Collaborer avec des influenceurs pertinents pour promouvoir la startup sur les réseaux sociaux.
- Planifier des campagnes publicitaires en ligne pour attirer du trafic vers l'application.

12. Amélioration continue :

Mise en place d'un processus d'évaluation permanente afin d'adapter les services aux attentes des utilisateurs et d'améliorer la performance globale de la plateforme :

- Analyser la satisfaction client à travers des retours utilisateurs et des enquêtes de feedback pour ajuster l'expérience et renforcer la qualité des services proposés.
- Suivre la rentabilité du projet en examinant régulièrement les coûts d'exploitation et les revenus générés.
- Détecter les axes d'amélioration et les opportunités de diversification des services, afin d'enrichir l'offre en fonction des besoins émergents du marché.

Tableau n°02 : Diagramme de GANTT simplifier

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Tâches principales	Semaine 2	Semaine 4	Semaine 6	Semaine 8	Semaine 10	Semaine 12	Semaine 14	
2	Évaluation de la faisabilité de l'idée								
3	La formation de l'équipe								
4	Recherche de marché cible et de faisabilité pour le projet								
5	L'étude de marché								
6	Évaluation du Business Model Canvas (BMC)								
7	Élaboration du plan d'affaires détaillé								
8	Élaboration de l'application								
9	Établissement de partenariats								
10	Tests et optimisation								
11	Lancement de de l'application, marketing et publicité pour attirer les clients								
12	Lancement de Stratégie marketing								
13	Amélioration continue								

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Phase 3 : Exécution

C'est la phase la plus longue et la plus intense du cycle de vie d'un projet. L'équipe entre concrètement dans l'action et met en œuvre les plans élaborés précédemment. Cette étape demande une mobilisation importante d'énergie, de ressources et une coordination étroite entre les membres. Ensemble, ils réalisent les tâches prévues afin de faire avancer le projet, en transformant l'idée de départ en un résultat concret. La réussite de cette phase repose sur une communication claire, un bon suivi, et un engagement collectif pour atteindre les objectifs fixés.

Phase 4 : Contrôle et suivi

Pendant cette phase, on garde un œil attentif sur tout ce qui se passe. L'idée est de s'assurer que le projet avance dans la bonne direction. On vérifie régulièrement les progrès, on compare les résultats aux objectifs fixés, et on ajuste si besoin. Ce suivi constant permet d'éviter les mauvaises surprises, de réagir rapidement aux imprévus, et de garder le cap jusqu'au bout. C'est une étape clé pour garantir la qualité du travail accompli.

Phase 5 : Clôture du projet

Cette dernière phase marque la fin du projet . C'est aussi le moment d'évaluer les résultats, de faire un bilan avec les parties prenantes et de voir si les objectifs ont été atteints. Le but : savoir si le projet a porté ses fruits (est-ce que l'objectif est atteint ?)

Notre projet **Euriway** sera lancé dans les wilayas de **Tlemcen**, **Alger** et **Oran**. Ces trois régions ont été choisies pour leur dynamisme économique, leur richesse en talents et leur rôle central dans l'écosystème entrepreneurial algérien. En implantant notre solution dans ces wilayas, nous pourrions accompagner efficacement les bénéficiaires grâce à un accès facilité aux experts, aux formateurs et aux prestataires locaux. Leur position géographique stratégique et leurs infrastructures bien développées représentent également un atout majeur pour toucher un large réseau d'entrepreneurs, renforcer notre visibilité et établir des partenariats solides avec les acteurs de terrain.

Nous avons choisi ces 3 wilayas en raison de plusieurs facteurs clés. **Alger**, en tant que capitale, constitue un pôle central pour l'innovation et l'entrepreneuriat, avec une infrastructure solide et un fort potentiel en termes de réseaux professionnels. **Oran**, ville portuaire et centre économique majeur de l'ouest algérien, offre un accès privilégié aux échanges, une dynamique entrepreneuriale croissante, et des connexions utiles pour le développement de services digitaux. **Tlemcen** se distingue par sa richesse culturelle, son potentiel économique local et son ouverture croissante à l'innovation. La région abrite de nombreux porteurs de projets à la recherche de solutions d'accompagnement et de développement. En couvrant ces wilayas, nous pourrions toucher un large éventail d'entrepreneurs, répondre à leurs besoins en accompagnement, formation et services. Une extension vers les autres wilayas est également prévue afin d'élargir notre impact à l'ensemble du territoire national.

AXE 02 :
LES ASPECTS
INNOVANTS



1. Nature des innovations :

Le développement économique en Algérie a connu un changement radical ces dernières années. Après s'être appuyée sur les grands projets et la planification centralisée, l'Algérie accorde désormais une importance croissante à la créativité et à l'innovation, tant au niveau collectif qu'individuel. Cela l'a amenée à encourager et à dynamiser les start-up, tout en œuvrant à la mise en place d'un écosystème adapté à leur épanouissement.²²

Afin de permettre aux porteurs de projets innovants de concrétiser leurs idées, il était nécessaire de renforcer l'écosystème de l'innovation dans notre pays pour qu'il soit à la hauteur des ambitions de notre jeunesse. Un écosystème capable de leur garantir des mécanismes de financement. Le Président de la République, Monsieur Abdelmadjid Tebboune, avait d'ailleurs souligné cet engagement lors de la première édition du "Algeria Disrupt 2020", le congrès national des start-up, tenu en octobre 2020 à Alger.²³

La start-up a aussi été considérée comme une solution idéale pour atténuer le chômage et éliminer l'obsession de la recherche d'emploi chez les jeunes. Au lieu de rester à la recherche d'un travail après l'obtention de leur diplôme, les jeunes peuvent désormais créer des emplois qui n'existaient pas auparavant, contribuant ainsi au revenu national et à la création de valeur. Cela permet aussi de développer de nouvelles solutions aux problèmes existants ou de saisir les opportunités émergentes sur le marché. C'est dans cette optique qu'un nouveau règlement a été mis en place, notamment la décision n°1275, destinée aux universités et grandes écoles relevant

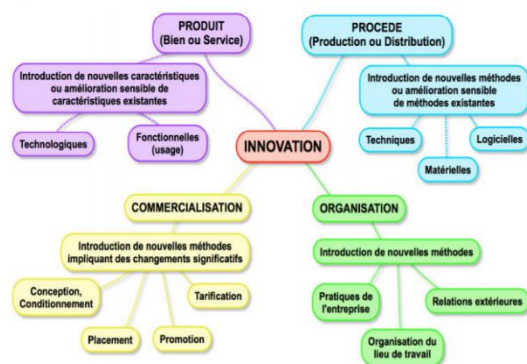
²² Hmioui. A, & Bedraoui .O, "The impact of innovation on firm performance: Literature review " *Human & Social Sciences Journal*, Vol 7, N°3, 2021, pp 451–466.

²³ Arabeche. Z,& Chemma. N, "Entrepreneurship and business performance: Case of Algeria s" *Economic and Management Research Journal*, Vol 14,N°5,2020,pp 63–78.

du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, afin de permettre l'obtention d'un diplôme de start-up et de projet innovant.²⁴

- **Définition de l'innovation** : L'innovation est un moyen d'atteindre ses objectifs stratégiques, d'améliorer sa compétitivité, de se différencier et de créer de la valeur. Une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures.²⁵ L'innovation est un levier essentiel pour l'économie circulaire, car elle permet de réinventer et de réinterroger les systèmes existants. Elle offre un potentiel énorme pour les ingénieurs et les scientifiques dans le domaine de la durabilité, en se basant sur la co-construction des connaissances et des savoirs à partir de la collaboration entre différentes disciplines et acteurs non académiques.²⁶ Elle considère ainsi 4 catégories d'innovation (Fig.1.1): l'innovation de produit, de procédé, d'organisation et de commercialisation.

Figure n° 06 : Les catégories d'innovation



Source : Belkadi, W, 2023, opcit, pp1-6.

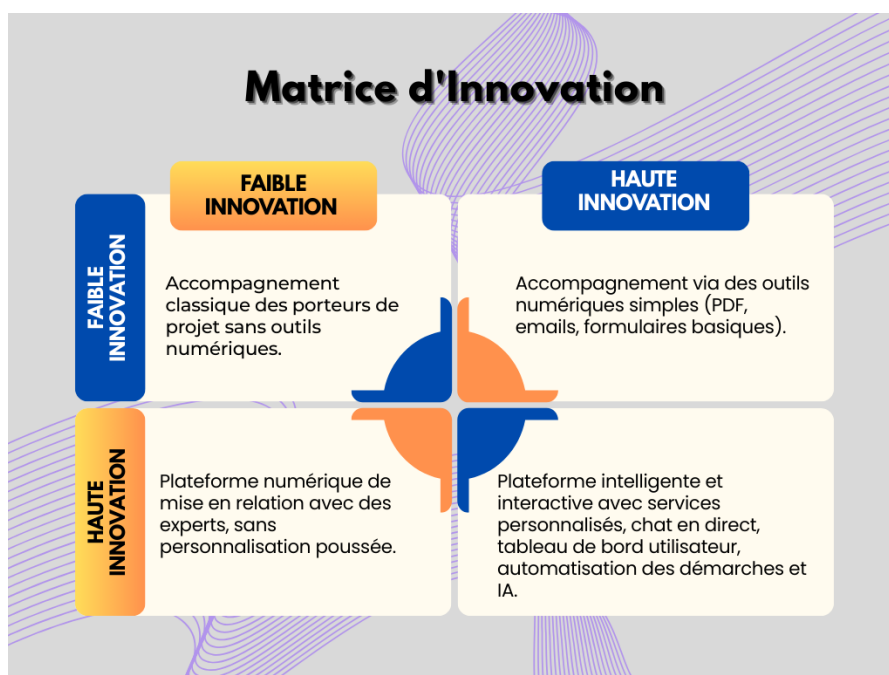
²⁴ Arabeche. Z, & Chemma. N, 2020, Op.cit, pp 63–78.

²⁵ Yahiaoui. A, Ait Fella. Y, & Mermat. N, "Comment l'innovation et l'entrepreneuriat à travers les projets startups influent le paysage économique en Algérie : Une étude qualitative d'un projet de création d'une startup à l'incubateur de l'université de Bouira." El-Manhel Economy, Vol 7, N°2, 2024, pp1563–1574.

²⁶ Belkadi. W, "L'innovation, un levier de l'économie circulaire", Revue Maghrébine Management des Organisations, Vol8, N°1, 2023, pp1-6.

1.2 Matrice d'Innovation pour l'application Euriway :

Figure 07 : Matrice d'innovation pour le projet.



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Cette matrice d'innovation illustre les différentes configurations possibles pour le projet **Euriway** en croisant deux axes fondamentaux : le **niveau d'innovation technologique** (faible ou élevé) et le **niveau d'innovation en matière d'accompagnement et de services** (faible ou élevé). En combinant ces deux dimensions, quatre scénarios peuvent être envisagés.

Le **premier scénario** correspond à une **faible innovation technologique et un faible accompagnement**, où Euriway fonctionnerait comme un simple service de conseil ou d'orientation sans recours à des outils numériques. Ce modèle pourrait permettre une mise en œuvre rapide à faible coût, mais il limiterait fortement l'impact, l'évolutivité et l'attractivité du projet.

Le **deuxième scénario** met en avant une **faible innovation technologique mais un accompagnement élevé**, où les porteurs de projets bénéficieraient d'un suivi structuré mais via

des moyens classiques (emails, fichiers PDF, entretiens téléphoniques). Cela offrirait une certaine valeur ajoutée sans pour autant exploiter pleinement le potentiel du digital.

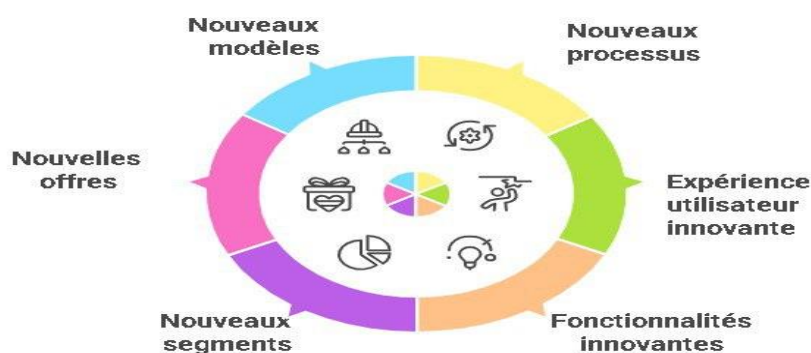
Le **troisième scénario** propose une **plateforme technologique avancée** (interface moderne, réservation en ligne, espace utilisateur), mais avec un **accompagnement limité**, sans personnalisation ni interactions humaines approfondies. Ce modèle serait innovant sur le plan technique, mais risquerait de ne pas répondre aux attentes de proximité et de soutien des utilisateurs.

Enfin, le **quatrième scénario**, représentant une **haute innovation technologique couplée à un fort niveau d'accompagnement**, constitue la vision idéale d'Euriway. Le projet se positionne ici comme une **plateforme numérique complète**, combinant une interface intuitive, des services personnalisés, un accompagnement structuré, une assistance réactive, et des démarches administratives simplifiées grâce à l'automatisation. Ce modèle est non seulement différenciant, mais également scalable, et parfaitement adapté aux besoins actuels des porteurs de projets en Algérie. Il est important de noter que cette matrice peut évoluer en fonction des avancées du projet, des retours des utilisateurs et des dynamiques du marché entrepreneurial local.

2. Domaines d'innovation :

Dans le cadre de notre projet, l'innovation se manifeste à travers plusieurs domaines clés :

Figure 08 : les domaines d'innovation.



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway

- ***Nouveaux processus :***

Euriway facilite la mise en relation entre les entrepreneurs et les experts en offrant un accès simple et rapide à des conseils spécialisés, notamment dans le domaine juridique économique. De plus, la plateforme permet aux bénéficiaires d'accéder à des formations en ligne adaptées à leurs besoins, à des articles de qualité, à la fois exclusifs et variés, afin d'informer et d'orienter efficacement les bénéficiaires, et à une large gamme de prestataires de services pour la réalisation de leurs projets. Ce processus simplifié et accessible permet une gestion optimale du temps et des ressources pour les entrepreneurs, ce qui renforce l'efficacité du projet.

- ***Expérience utilisateur innovante :***

La plateforme d'Euriway offre une expérience simple et agréable, permettant aux utilisateurs de découvrir facilement les services dont ils ont besoin. Son interface intuitive facilite la recherche rapide de solutions personnalisées, qu'il s'agisse de conseils juridiques, de formations ou de prestataires spécialisés. En quelques clics seulement, les bénéficiaires accèdent à une multitude d'options, leur offrant ainsi une flexibilité maximale et un parcours entrepreneurial simplifié.

- ***Fonctionnalités innovantes :***

Euriway offre des fonctionnalités de pointe, permettant aux utilisateurs de réserver des services en ligne à tout moment et de suivre l'évolution de leurs projets en temps réel. Grâce à une interface centralisée, ils peuvent facilement gérer toutes leurs activités : réserver des formations, des consultations, ou solliciter des prestataires pour des solutions personnalisées, ou des articles clairs et gratuits, le tout en un seul endroit.

- ***Nouveaux segments :***

Euriway s'adresse à un large éventail d'entrepreneurs, qu'ils soient au début de leur parcours ou déjà bien avancés dans le développement de leur projet. La plateforme accompagne aussi bien les

porteurs d'idées que les créateurs de start-up, en leur proposant des services personnalisés et accessibles. Cette approche flexible permet de répondre aux besoins spécifiques de chaque utilisateur et de les soutenir à chaque étape, dans un écosystème en constante évolution. A l'avenir, en atteignant des marchés encore inexploités, Euriway pourra élargir sa base de clients et créer davantage d'opportunités de croissance.

- ***Nouvelles offres :***

Euriway se démarque par la richesse et la flexibilité de ses services, chaque offre est pensée pour s'adapter aux besoins réels des utilisateurs. Ce qui rend la plateforme innovante, c'est sa capacité à évoluer avec les projets : les utilisateurs peuvent ajuster leurs demandes à tout moment, selon l'avancement de leur idée ou de leur start-up.

Par exemple, un porteur de projet peut commencer par une formation en ligne sur la création d'entreprise, puis, une fois son idée plus aboutie, réserver une séance avec un expert juridique pour rédiger ses statuts, et enfin faire appel à un prestataire pour développer une application. Tout cela, à travers une même plateforme, avec un accompagnement sur mesure à chaque étape.

- ***Nouveaux modèles :***

Euriway repose sur un modèle économique souple et accessible : les bénéficiaires paient uniquement pour les services qu'ils utilisent, ce qui rend l'accès aux ressources plus abordable et flexible. Cette approche facilite la gestion des coûts tout en garantissant l'accès à des services de haute qualité. Grâce à sa plateforme numérique, Euriway simplifie l'accès aux ressources et offre une expérience fluide, rapide et adaptée aux besoins de chacun. Cette flexibilité rend l'accompagnement plus efficace et plus proche des réalités du terrain algérien.

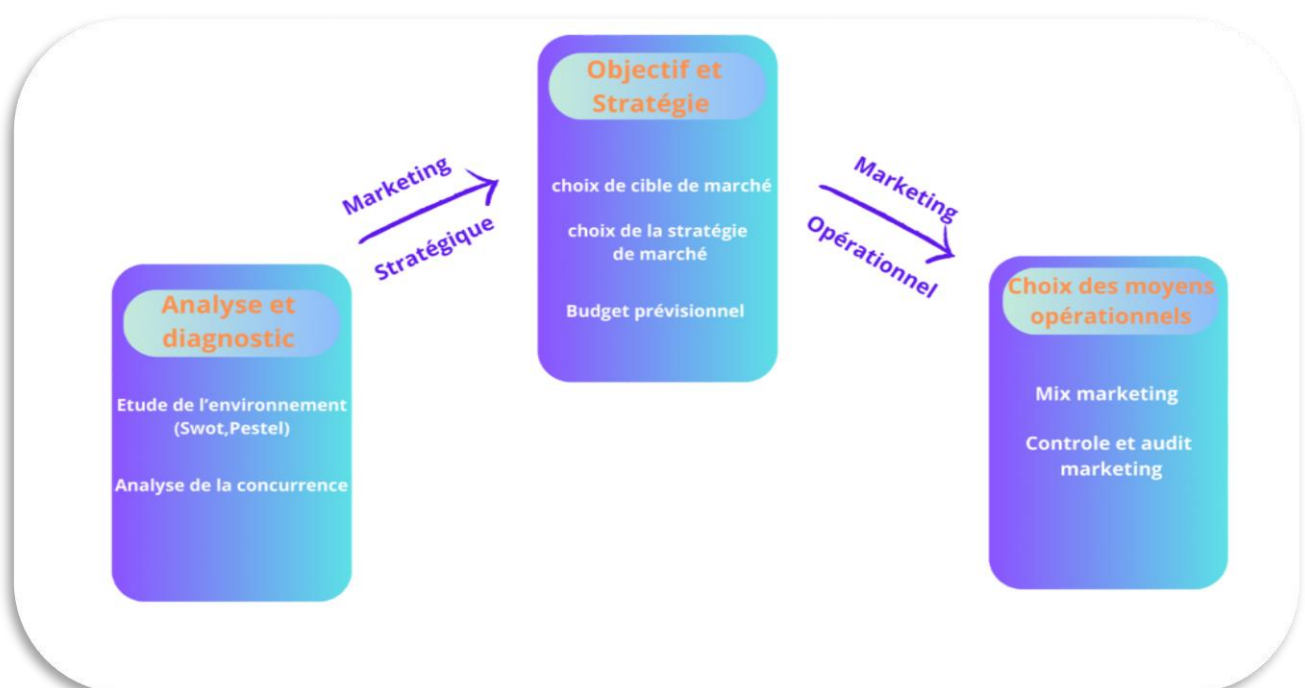
AXE 03 :
L'ANALYSE STRATÉGIQUE
DU MARCHÉ



Face à l'essor fulgurant du nombre d'entreprises en Algérie et à la pression constante d'un environnement de plus en plus concurrentiel, nous avons rapidement compris que disposer d'un bon produit ou service ne suffisait plus. Pour réussir à capter l'attention, bâtir une image forte et se faire une place durable sur le marché, une stratégie marketing solide, cohérente et bien pensée s'imposait comme une nécessité absolue.

Conscients de cet enjeu, nous avons engagé un travail rigoureux, étape par étape, pour concevoir une stratégie marketing à la fois pertinente et adaptée à notre projet. Ce processus s'est articulé autour de plusieurs phases essentielles, allant de l'analyse du marché à la définition claire de nos objectifs, jusqu'au choix des actions à mettre en œuvre. Cette démarche nous a permis non seulement de mieux comprendre notre environnement externe, mais aussi d'identifier les leviers sur lesquels agir pour faire rayonner notre projet avec efficacité. Voici comment nous avons procédé :

Figure n°09 : Le Plan marketing EURIWAY



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

1. Analyse et diagnostic de l'entreprise :

En préalable à toute action, il est important d'évaluer le contexte global dans lequel s'inscrit notre projet. Cette analyse repose sur deux axes fondamentaux : notre situation interne d'une part, et les facteurs externes qui peuvent influencer notre activité d'autre part.

1.1 Le diagnostic stratégique Externe: analyse PESTEL:

L'analyse PESTEL est un outil stratégique qui permet de comprendre l'impact des facteurs externes — politiques, économiques, sociaux, technologiques, environnementaux et légaux — sur un projet.²⁷ Dans un marché en évolution comme le nôtre, ces éléments peuvent prendre la forme de nouvelles lois, de tendances émergentes ou de l'arrivée de concurrents. Voici l'analyse PESTEL de notre projet euriway :

Figure n°10 : Le Plan marketing EURIWAY



²⁷ Abdeldjebbar.S, "Analyse stratégique du secteur du transport aérien par les modèles PESTEL et SWOT : Étude de cas portant sur un échantillon des compagnies aériennes", Al-Bashaer Economic Journal, Vol3,N°4, 2017, pp280-298.



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

1.2 Le diagnostic stratégique interne : analyse SWOT : Dans toute démarche marketing cohérente, il est essentiel de partir d'une vision claire des objectifs de l'entreprise et de les aligner avec la réalité du marché visé. La stratégie marketing, bien plus qu'un simple plan d'action, reflète les ambitions de l'entreprise et oriente ses choix pour se positionner efficacement face à la concurrence.

Pour appuyer cette réflexion, nous avons eu recours à l'analyse SWOT, un outil stratégique qui nous a permis de mieux cerner notre position. Grâce à cette méthode, nous avons pu identifier ce qui constitue nos points forts et les leviers internes sur lesquels nous pouvons nous appuyer, mais aussi prendre conscience de nos faiblesses pour mieux y remédier. En parallèle, elle nous a offert une lecture plus fine de notre environnement externe : les opportunités à saisir, ainsi que les menaces qui pourraient freiner notre progression.²⁸

Mehadi. S, & Kezzar.R, " Contribution à l'élaboration des stratégies de développement des entreprises : Application de l'analyse SWOT au cas de Hodna-lait", Journal des Études Économiques Contemporaines, vol6,N°2,2021, pp 625-642.

Ainsi, notre analyse SWOT a servi de base solide pour orienter nos décisions marketing, en mettant en lumière les axes de développement possibles tout en gardant un œil vigilant sur les risques à anticiper. Voici les résultats pour Euriway :

Figure n°11 : analyse swot EURIWAY

Analyse Swot	
Forces	Faiblesses
-Une solution complète répondant à un besoin réel: Notre application se distingue par sa capacité à répondre à un besoin concret des entrepreneurs : être accompagnés à chaque étape de leur projet. Le format tout-en-un simplifie considérablement le parcours de l'utilisateur, lui évitant de jongler entre plusieurs outils. C'est à la fois un gain de temps et une vraie valeur ajoutée en termes d'efficacité. -Accès à des experts / des formateurs et des prestataires de service de qualité : La mise en relation avec des experts, des formateurs et des prestataires de services, en particulier dans des domaines spécialisés comme le juridique économique, permet aux entrepreneurs d'obtenir des conseils pointus et de gagner du temps pour la gestion de leur projet. -Accessibilité et flexibilité (mobile/distance) : Le fait de pouvoir utiliser l'application à tout moment, depuis n'importe où, la rend parfaitement adaptée aux entrepreneurs modernes, souvent en déplacement ou en travail hybride. -Interface intuitive : Une interface simple et facile à utiliser est cruciale pour attirer des utilisateurs, en particulier pour les entrepreneurs qui ne sont pas forcément experts en technologie. La facilité de navigation et d'accès aux informations est un grand atout. -Évolution constante des formations : Les formations en ligne peuvent être régulièrement mises à jour pour suivre l'évolution des tendances et des exigences du marché, ce qui garantit que les utilisateurs bénéficient toujours des informations les plus récentes.	-Dépendance à la qualité des experts et prestataires : La qualité de l'application dépendra largement des experts, des formateurs et des prestataires référencés. Si ces professionnels ne répondent pas aux attentes des utilisateurs, cela pourrait nuire à la réputation de l'application. -Accessibilité technologique : En Algérie, l'accès à Internet et la pénétration des smartphones peuvent être limités dans certaines zones, ce qui pourrait restreindre la capacité des utilisateurs potentiels à accéder à l'application. -Manque de financement initial : Des ressources limitées peuvent freiner le développement et le lancement de la plateforme car cela nécessite d'énormes investissements dans le développement technologique.
Menaces	Opportunités
-Évolution des réglementations : Les changements fréquents dans les lois et réglementations, surtout dans le domaine juridique économique, pourraient nécessiter des ajustements coûteux et fréquents de la plateforme. -Changements technologiques rapides : L'évolution rapide des technologies pourrait rendre l'application obsolète si elle ne s'adapte pas rapidement aux nouvelles tendances (comme l'IA, la blockchain, etc.). -Frein culturel : Résistance au changement, scepticisme vis-à-vis du digital, préférence pour les contacts directs. -Risques de sécurité des données : Étant une plateforme en ligne, l'application est exposée aux risques de piratage et de fuites de données.	-Croissance du marché entrepreneurial en Algérie : Avec l'essor des start-ups et l'intérêt croissant des jeunes pour l'entrepreneuriat, la demande en services d'accompagnement, de formation et de mise en relation ne cesse d'augmenter à travers le pays. -Digitalisation accélérée : La pandémie a favorisé l'adoption d'outils numériques pour la formation, les consultations et la gestion d'entreprise. Les jeunes générations préfèrent les solutions numériques (e-learning, e-consulting, networking digital). -Demande croissante d'expertise juridique économique : Beaucoup de jeunes projets échouent par manque de conseil juridique et surtout juridique économique. -Pénurie d'accompagnement de qualité : Une plateforme spécialisée devient une référence incontournable dans un écosystème en construction.

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

1.3 Analyse de la concurrence :

La concurrence fait partie intégrante du paysage économique dans lequel évoluent toutes les entreprises. Elle se manifeste par la présence d'autres acteurs qui proposent des services ou produits similaires, ou capables de répondre aux mêmes besoins que ceux de notre cible. L'objectif de cette dynamique est clair : offrir davantage de choix aux consommateurs, souvent à des prix plus attractifs.

On distingue généralement deux types de concurrence :

- La **concurrence directe**, qui regroupe les entreprises offrant exactement les mêmes services ou produits que les nôtres.
- La **concurrence indirecte**, qui, elle, rassemble des acteurs proposant des alternatives pouvant répondre au même besoin, même si le service ou le produit est différent dans sa forme. Ces concurrents peuvent capter une part de notre marché sans pour autant proposer la même solution.

Figure n°12 : Les concurrents d'Euriway



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

a. Concurrents directs :

Ce sont des plateformes ou structures qui proposent des services similaires à Euriway : accompagnement des porteurs de projets, mise en relation avec des experts, formations, etc.

✓ *Moustachir.dz*

- **Nom** : Moustachir.dz
- **Siège** : Algérie (adresse précise non mentionnée sur le site)
- **Date de création** : Plateforme lancée en 2021
- **Fondateur(s)** : Inconnu (non communiqué publiquement)
- **Activité principale** : Plateforme algérienne d'accompagnement pour les porteurs de projets, proposant des services professionnels à distance et du soutien à la création d'entreprise.
- **Services proposés** :
 - Consultations à distance avec plus de 130 experts dans des domaines variés (juridique, fiscal, marketing, etc.).
 - Création d'entreprise par procuration (accompagnement administratif complet).
 - Domiciliation d'entreprises.
 - Programmes de formation spécialisés.
 - Espaces de coworking.
 - Moustachir COM : création de sites web, applications, branding et marketing digital.
- **Points faibles** : plusieurs services (domiciliation, les espaces de coworking et les formations) non opérationnels, absence de système communautaire d'évaluation, peu de dispositifs d'accompagnement une fois le projet est lancé ou après la sortie de l'incubateur.

✓ *IncubMe*

- **Nom** : IncubMe
- **Siège** : Hydra, Alger, incubateur panafricain
- **Date de création** : 2018

- **Fondateur(s)** : Mohamed Abderrahmane Boudia
- **Activité principale** : Incubateur privé pour startups, accompagnement des entrepreneurs à travers des programmes d'incubation et d'accélération.
- **Services proposés** :
 - Accompagnement sur mesure pour les startups (idéation, lancement, croissance).
 - Formations en entrepreneuriat, gestion de projet, pitch et levée de fonds.
 - Accès à un réseau de mentors et d'experts.
 - Espaces de coworking et environnement propice à la créativité.
 - Organisation d'événements et de concours de startups.
- **Limite** : nécessite l'intégration à un programme d'incubation.



- **Nom** : Incubateurs universitaires – DGRSDT
- **Site web** : <https://www.dgrsdt.dz/fr/incubateurs>
- **Siège** : Répartis dans les différentes universités algériennes à travers le territoire national.
- **Date de lancement** : À partir de 2020, dans le cadre de la stratégie nationale pour promouvoir l'innovation et l'entrepreneuriat étudiant.
- **Autorité de tutelle** : Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
- **Activité principale** : Favoriser la transformation des idées innovantes des étudiants, enseignants et chercheurs en startups concrètes.
- **Services proposés** :
 - Accompagnement des porteurs d'idées vers la création de startups.
 - Accès à des formations, coaching et mentorat.
 - Soutien dans la levée de fonds et l'obtention du label Start-up via Algeria Startup Fund.

- **Limite** : accès restreint au cadre universitaire, service dispersé, manque de personnalisation, peu de dispositifs d'accompagnement une fois le projet non c'est ou après la sortie de l'incubateur.

b. Concurrents indirects :

Ce sont des acteurs qui proposent des services complémentaires, mais non spécifiquement centrés sur la mise en relation ou le suivi entrepreneurial comme Euriway.

✓ **ANPT**

- **Nom** : ANPT – Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques
- **Site web** : <https://www.anpt.dz>
- **Siège** : Sidi Abdellah – Alger
- **Date de création** : Créée par décret exécutif en 2004
- **Autorité de tutelle** : Ministère de la Poste et des Télécommunications
- **Activité principale** : Soutien à l'innovation technologique et accompagnement des startups, porteurs de projets et entreprises TIC.
- **Services proposés** :
 - Incubation physique et virtuelle (Virtual Incubation Program) pour les startups technologiques.
 - Formations, séminaires et ateliers dans le domaine des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication).
 - Consultations et accompagnement dans la création d'entreprise.
 - Location d'espaces de coworking et bureaux au sein du cyberparc.
 - Support en prototypage, développement technologique et propriété intellectuelle.
 - Mise en réseau avec les partenaires industriels, académiques et financiers.

- **Limites** : accès réservé aux incubés, pas de système de vote, absence de consultations juridiques économiques directes, interface peu intuitive.

✓ *Freehali :*

- **Nom** : SARL Freehali
- **Siège** : Sidi M'Hamed, Alger (Place du 1er Mai)
- **Date de création** : Plateforme lancée le 1er novembre 2016 ; entreprise enregistrée en septembre 2017
- **Fondateurs** : Trois jeunes informaticiens algériens, dont Mohamed Walid Benblidia
- **Activité principale** : Plateforme de mise en relation entre freelances algériens et clients pour des services numériques tels que le développement web, le design graphique, la rédaction, la traduction. Ces services proposés couvrent plusieurs domaines :
 - Graphisme & Design : création de logos, identités visuelles, supports marketing.
 - Programmation & Informatique : développement web, applications, scripts.
 - Image & Vidéo : montage, animation, production audiovisuelle.
 - Rédaction & Traduction : contenus web, traductions multilingues.
 - Marketing & Réseaux Sociaux : gestion de campagnes, community management.
 - Les services sont disponibles à partir de 2 500 DA, avec des options de négociation directe entre clients et freelances.
- **Différence** : orientée vers la prestation libre, sans accompagnement ni volet juridique/formation.

✓ *Noteasy :*

- **Nom** : SARL Talaba Store Prime (opérant sous la marque Noteasy-dz)
- **Siège** : 96 Boulevard Colonel Krim Belkacem, Sidi M'Hamed, Alger
- **Date de création** : 2018
- **Fondateur** : Sami Aliouche

- **Activité principale :** Noteasy-dz est une agence digitale algérienne spécialisée dans la création de sites web, le développement d'applications mobiles, le marketing digital, et l'accompagnement à la création d'entreprises. Elle propose également des solutions sur mesure pour les entreprises, telles que des applications SaaS (solution logicielle accessible via Internet, sans que l'utilisateur ait besoin d'installer quoi que ce soit sur son ordinateur) et des services de community management. Ils proposent également des solutions comme la messagerie professionnelle, le stockage en ligne, la gestion des livraisons, et la gestion des files d'attente, en plus d'accompagner la création d'entreprise en Algérie.
- **Différence :** offre technique orientée vers les entreprises existantes, pas vers les porteurs de projets.

✓ *Nesda :*

La NESDA (Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat) est un organisme gouvernemental spécial, placé sous la tutelle du Ministère de l'Economie de la Connaissance, des Startups et des Microentreprises .

L'agence est chargée de gérer un organisme à vocation économique, qui vise à accompagner les porteurs de projets dans la création et l'expansion de micro-entreprises dans le domaine de la production de services et de biens, dans le but de créer de la richesse et des emplois²⁹. Elle est une agence publique algérienne qui soutient l'entrepreneuriat depuis 1996. Initialement centrée sur l'emploi des jeunes, elle a évolué en 2020 pour mieux répondre aux besoins des créateurs d'entreprise, en leur offrant un accompagnement complet : de la formation à la concrétisation du projet.

- **Les formations proposées par la NESDA en Algérie :**

- Centres de développement entrepreneurial (CDE) :

Ces centres sont souvent installés dans les établissements de formation (universités,

²⁹ Nesda , [en ligne], disponible sur:< www.nesda.dz >, consulté le 23/04/2025.

instituts, écoles). Ils jouent un rôle clé dans l'initiation à l'entrepreneuriat, en organisant des ateliers, des formations pratiques et un accompagnement sur mesure pour les jeunes porteurs de projets.

- Maisons de l'entrepreneuriat :

Présentes dans certaines grandes écoles comme HEC Alger, ces structures collaborent avec la NESDA pour proposer des parcours spécialement conçus pour les étudiants et jeunes diplômés souhaitant lancer leur propre activité.

- Antennes locales et guichets NESDA :

Répartis sur le territoire national, ces points de contact permettent aux bénéficiaires d'accéder à un appui de proximité : information, formation, et accompagnement adapté à chaque étape du projet entrepreneurial.

- Structures partenaires (ex-ANSEJ, CNAC, ANGEM) :

Dans le cadre de coopérations avec des organismes publics, certaines formations peuvent être proposées via ces structures, souvent en lien avec les chambres de commerce ou autres acteurs du développement local.

- **Limite** : processus bureaucratique, moins orienté numérique, accès par étapes.

✓ **ANGEM :**

L'ANGEM, Le microcrédit a été développé dans les années 70 à l'initiative du professeur Muhammad Yunus, un économiste et entrepreneur, originaire du Bangladesh, qui a fondé la première institution de micro crédit, nommée la « Grameen Bank », ce qui l'a consacré Prix Nobel de la Paix en 2006. Il est surnommé le « banquier des pauvres ». Outil de lutte contre la précarité, le micro-crédit a permis à des démunis d'accéder à des conditions de vie améliorées en créant leur propre activité génératrice de revenus.³⁰

C'est une agence publique algérienne créée pour donner un vrai coup de pouce aux personnes qui souhaitent lancer un petit projet, mais qui manquent de moyens financiers. Elle agit comme un

³⁰ Angem , [en ligne],disponible sur: ,< www.angem.dz >, consulté le 23/04/2025 .

tremplin, en offrant des microcrédits — c'est-à-dire de petits prêts adaptés — pour aider des porteurs d'idées, souvent issus de milieux modestes, à démarrer une activité génératrice de revenus.

Mais ce n'est pas juste une question d'argent : l'ANGEM propose aussi un accompagnement complet, avec des formations, des conseils, et un suivi personnalisé, pour que chaque bénéficiaire ait toutes les chances de réussir son projet et de devenir autonome.

- **Différents types de formations proposées par l'ANGEM :**

- Formations qualifiantes en partenariat avec l'OIT (L'Organisation internationale du travail) :

Grâce à sa collaboration avec l'Organisation Internationale du Travail, l'ANGEM propose régulièrement des cycles de formation reconnus. Ces sessions, tenues environ tous les deux mois, ont pour objectif de former des encadreurs capables d'accompagner les porteurs de projets, notamment dans les régions éloignées, montagneuses ou frontalières.

- Séances de sensibilisation à l'entrepreneuriat :

L'ANGEM organise également des événements d'initiation dans divers espaces publics comme les centres de formation, les bibliothèques ou les maisons de jeunes. Ces rencontres abordent des sujets clés liés à la création d'entreprise, la gestion d'activités génératrices de revenus et les mécanismes de financement disponibles.

- Le programme TAMKIN :

Mis en place à partir de juin 2024, TAMKIN est un dispositif national visant à encourager l'esprit d'initiative. Il fournit un accompagnement personnalisé aux porteurs de microprojets, avec des formations ciblées pour développer leurs compétences en matière de gestion, planification et développement d'activités économiques. Il repose surtout sur des séances de formation en présentiel et du suivi physique par des encadreurs.

- **Différence** : se concentre sur le financement de petits projets, dans une approche sociale et un accompagnement digital non complet.

c. Ce qui distingue Euriway :

- Une véritable solution **tout-en-un**.
- Plateforme **ouverte à tous**, sans condition d'incubation.
- **Consultations juridiques économiques accessibles**.
- **Mise en relation directe** avec des formateurs, développeurs, et experts fiables et compétents.
- **Système de vote communautaire** pour évaluer les experts/prestataires/ formateurs.
- Elle propose également des articles clairs et gratuits sur des sujets essentiels comme les statuts juridiques, les différences entre start-ups et PME, ou encore les démarches administratives, afin d'informer et d'orienter efficacement les bénéficiaires.
- L'application Euriway est conçue pour être **intuitive** et **facile à utiliser**, afin de permettre à tout utilisateur, quel que soit son niveau, d'y accéder sans difficulté.
- Objectif : **soutenir les jeunes entrepreneurs, les startups et les porteurs d'idées** à concrétiser leurs projets

2. Objectifs et Stratégies

L'objectif d'Euriway est de soutenir les bénéficiaires en leur fournissant des consultations avec des experts, des formations pratiques, des articles gratuits, et un accès simplifié à des prestataires de services, le tout via une plateforme numérique intégrée.

2.1 Segment de marché :

- **Marché Potentiel :**

Pour la plateforme Euriway, nous avons mené une analyse approfondie du marché potentiel afin de mieux cerner les opportunités de croissance pour notre solution d’accompagnement entrepreneurial.

Notre application cible un marché entrepreneurial en pleine croissance en Algérie, structuré autour de deux grandes catégories : une cible principale, constituant le cœur de notre clientèle, et une cible secondaire, représentant des relais de valeur essentiels à notre modèle économique.

Voici une estimation actualisée de la **taille du marché potentiel** pour Euriway en Algérie, basée sur les données disponibles jusqu'à fin 2024 :

Tableau n°03 : Taille du marché potentiel d’Euriway en Algérie (2024)

<i>Segment</i>	<i>Catégorie</i>	<i>Estimation / Chiffre</i>	<i>Source / Observation</i>
Cible principale			
Startups actives	Entreprises innovantes	Plus de 7 800 startups enregistrées sur la plateforme Startup.dz, dont 2 300 labellisées	APS.dz
Entrepreneurs	Auto-entrepreneurs, novices	≈ 14000	awras.net
Porteurs d’idées de projet	Étudiants, diplômés, autres	≈ 1 800 000 étudiants universitaires	MESRS (Ministère de l’Enseignement Supérieur, 2024)
Cible secondaire			
Experts & consultants	Juridiques économiques	Estimation non centralisée (en forte hausse)	Basé sur la demande croissante
Formateurs	Formateurs indépendants ou non	Estimation croissante	Croissance des plateformes e-learning

			& formations entrepreneuriales
Prestataires de services	Développeurs, designers, etc.	entre 42 000 et 52 000 prestataires numériques en 2024.	Estimation croisée (state-of-algeria.dev sortlist.com)

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Le marché potentiel d'Euriway en Algérie en 2024 s'annonce prometteur, avec une base brute estimée à plus de **1,8 million d'acteurs** susceptibles d'être intéressés, répartis entre porteurs de projets, startups, entrepreneurs, experts, formateurs et prestataires numériques. Après qualification selon les taux d'adoption réalistes, le marché adressable s'établit entre **60 000 et 63 000 utilisateurs ou partenaires actifs potentiels**. Ces chiffres confirment la pertinence du positionnement d'Euriway et justifient le déploiement d'une stratégie de développement ciblée et progressive, axée sur la qualité de l'accompagnement, la fiabilité des intervenants et l'accessibilité des services. Le potentiel est particulièrement fort dans les segments des jeunes porteurs d'idées, des prestataires numériques et des startups en quête de structuration.

- **Marché Cible :**

Nous avons déterminé notre marché cible de façon stratégique, en distinguant deux grandes catégories de clientèle : une cible principale constituée des futurs utilisateurs au cœur du besoin d'accompagnement entrepreneurial, et une cible secondaire composée des acteurs de l'écosystème qui apportent leur expertise et leurs services.

- **Cible principale :**

Notre cœur de cible se compose de **startups, entrepreneurs** (novices, auto-entrepreneurs, etc.), et de **porteurs d'idées de projet**. Ce sont eux qui bénéficient le plus directement de l'offre Euriway. Ils cherchent à structurer, formaliser ou lancer une activité, mais rencontrent souvent des obstacles liés au manque de ressources, de compétences spécifiques, ou de

réseau. L'application leur propose une solution intégrée et intuitive, qui réunit accompagnement, formations, consultations juridiques économiques, et mise en réseau.

Ces profils sont en forte croissance, notamment avec la montée de l'esprit entrepreneurial chez les jeunes, les diplômés sans emploi ou les salariés en reconversion. En leur offrant une plateforme qui centralise l'essentiel pour démarrer, nous répondons à un besoin clair et massif.

– **Cible secondaire :**

En parallèle, nous visons une clientèle complémentaire constituée d'**experts**, de **formateurs** et de **prestataires de services spécialisés** (agences, développeurs, designers, etc.). Ces professionnels constituent l'offre de valeur ajoutée de la plateforme. Leur présence est essentielle pour offrir des services de qualité aux bénéficiaires. Ils recherchent de la visibilité, des opportunités de missions, et la possibilité de valoriser leur expertise dans un environnement digital et structuré.

En intégrant ces deux cibles dans une seule plateforme, Euriway devient à la fois un accélérateur de projets et un marché de compétences à haute valeur ajoutée.

2.2 Motivations des Clients à Choisir Euriway :

- *Pour les bénéficiaires :*

- Bénéficier d'un accompagnement juridique économique structuré, clair et accessible
- Rejoindre une communauté de formateurs certifiés, prêts à les guider
- Gagner du temps en accédant rapidement à des prestataires fiables et recommandés
- Bénéficiez également d'articles clairs et gratuits sur des sujets essentiels tels que le statut juridique, les différences entre startups et PME, ou encore les démarches administratives, afin d'informer et d'orienter efficacement les bénéficiaires.

- *Pour les experts et consultants :*

- Mettre en valeur leur expertise auprès d'un public qualifié

- Accroître leur visibilité, leur crédibilité et leur impact professionnel
- Générer des revenus supplémentaires grâce à des missions ciblées et un cadre sécurisé

- *Pour les formateurs :*

- Diffuser des contenus pédagogiques à forte valeur ajoutée
- Atteindre une audience active et en demande de formation concrète
- Créer des revenus durables via des modules de formation réutilisables et évolutifs

- *Pour les prestataires de services :*

- Accéder à des demandes qualifiées provenant de porteurs de projets sérieux
- Intégrer un écosystème dynamique propice aux collaborations durables
- Proposer leurs services dans un cadre professionnel, fluide et valorisant

2.3 Opportunités de Partenariats Stratégiques

➤ **Partenaires Institutionnels et Publics :**

a. Ministère de l'Économie de la Connaissance, des Startups et des Microentreprises

- *Objectif:* Obtenir un appui institutionnel, une labellisation officielle et un accès aux programmes publics.
- *Avantage:* Renforcement de la légitimité du projet et facilitation de l'accès aux porteurs de projets labellisés.

b. Structures de soutien à l'entrepreneuriat (NESDA, CNAC, ANGEM, etc.)

- *Objectif:* Intégrer Euriway comme plateforme complémentaire aux dispositifs publics d'aide.
- *Avantage:* Orientation des bénéficiaires vers Euriway pour un accompagnement opérationnel et spécialisé.

c. Universités et grandes écoles

- *Objectif*: Promouvoir l'entrepreneuriat auprès des étudiants via les clubs universitaires.
- *Avantage*: Acquisition d'utilisateurs jeunes à fort potentiel dès les premières phases de leurs projets.

➤ Partenaires Privés et Opérationnels

a. Cabinets juridiques et comptables

- *Objectif*: Proposer des services de conseil spécialisés (juridique économique, fiscal, administratif).
- *Avantage*: Réponse directe aux besoins réglementaires des startups, valorisation des cabinets partenaires.

b. Formateurs certifiés & organismes de formation

- *Objectif*: Alimenter la plateforme avec des contenus pédagogiques (MOOC, ateliers, modules e-learning).
- *Avantage*: Renforcement de l'offre éducative et diversification des formats de formation.

c. Prestataires techniques (dev, design, études, marketing, etc.)

- *Objectif*: Offrir des prestations concrètes aux porteurs de projets (sites web, identité visuelle, études de marché, etc.).
- *Avantage*: Activation d'une marketplace fiable, génératrice de valeur pour les utilisateurs et les prestataires.

➤ Partenaires Technologiques

a. Fournisseurs de solutions SaaS (CRM, gestion de projet, paiement en ligne, etc.)

- *Objectif*: Intégrer des outils digitaux professionnels directement sur la plateforme.
- *Avantage*: Amélioration de l'expérience utilisateur et hausse de la valeur perçue.

b. Startups B2B innovantes

- *Objectif*: Créer des synergies autour de services complémentaires pour les entrepreneurs.
 - *Avantage*: Construction d'un écosystème collaboratif et stimulant l'innovation locale.
- Exemple de collaboration :Startup B2B partenaire :
- une startup algérienne qui propose une plateforme de **facturation, comptabilité et gestion des devis** pour les petites entreprises.
 - **Public cible** : Freelances, TPE, auto-entrepreneurs.
- Euriway intègre l'outil de cette startup dans sa plateforme, ou oriente ses utilisateurs vers cette solution.
- Un porteur de projet qui crée son business sur Euriway peut **gérer ses factures** directement sans chercher un autre outil.

Euriway collabore avec des startups locales qui offrent des outils utiles aux entrepreneurs (comme la comptabilité, le marketing, la gestion d'équipe, etc.).

Ensemble, ils forment un écosystème où chaque acteur complète les autres.

2.4 Choix de la stratégie Marketing

Conscients des ressources limitées en phase de lancement, nous avons conçu une stratégie marketing rentable, ciblée et progressive. Notre objectif est de maximiser notre portée, tout en garantissant un retour sur investissement élevé. Cette approche repose sur une stratégie hybride alliant inbound marketing (attirer naturellement les utilisateurs) et outbound marketing (aller chercher notre public cible via des actions ciblées).

Figure n°13 : choix des stratégies marketing EURIWAY



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

❖ Stratégie : Création de partenariats locaux et institutionnels

Nous souhaitons renforcer notre visibilité et notre crédibilité en nouant des partenariats avec des structures proches de nos cibles.

- Nouer des partenariats avec :
 - **Universités, clubs étudiants** : accès direct aux porteurs d'idées.
 - **Structures publiques (CNRC, DGI, CNAC, etc.)** : pour recommandation mutuelle et intégration dans leur parcours.
 - **Experts, formateurs, prestataires** : étoffer l'offre sur l'application.
 - **Entreprises locales et associations** : en tant que relais locaux (co-animation d'ateliers, évènements, etc.).
- Objectif : Générer des projets qualifiés et augmenter la base d'experts/partenaires actifs.

❖ Stratégie : SEO & SEM ciblés sur l'entrepreneuriat et les services B2B

- SEO : rédaction d'articles, guides, FAQ autour des sujets entrepreneuriaux recherchés par les cibles (fiscalité, création de startup, erreurs juridiques...).
- SEM : campagnes Google Ads sur des mots-clés comme :
 - "accompagnement startup Algérie"
 - "juriste freelance projet"
 - "plateforme entrepreneur algérien"
- Objectif : Attirer un trafic qualifié pour augmenter les inscriptions à l'application.

❖ **Stratégie : Participation à des événements, concours et salons**

- Présence dans des salons entrepreneuriaux, concours de pitch, forums étudiants.
- Organisation de webinaires, ou ateliers.
- Distribution de flyers intelligents avec QR code lors d'événements ciblés.
- Collaborer avec des influenceurs ou experts reconnus pour attirer l'attention sur nos événements.
- Objectif : Accroître la notoriété, générer de la confiance et des leads qualifiés.

❖ **Stratégie : Création de contenu personnalisé par segment**

Chaque cible aura un contenu adapté :

- Porteurs d'idées : vidéos simples "Comment structurer ton idée ?".
- Startups : guides pratiques (juridique économique, fiscal, RH, levée de fonds).
- Experts : interviews valorisantes, cas clients.
- Formateurs : espace e-learning et valorisation des intervenants.
- Prestataires : témoignages clients et histoires de réussite.
- Objectif : devenir un référent de contenu entrepreneurial en Algérie.

❖ **Stratégie : Optimisation de notre e-réputation via les réseaux sociaux**

- Stratégie de publication régulière sur Facebook, LinkedIn, Instagram & TikTok (LinkedIn = professionnel / TikTok = inspiration & coulisses).
- Valorisation de témoignages utilisateurs, cas pratiques, coulisses du projet.

- Lancement de mini-séries vidéo “Startup Stories” pour humaniser la marque.
- Campagnes d’UGC (**User Generated Content**) : inciter les utilisateurs à parler d’Euriway.
- Mettre en place un système de parrainage ou challenge communautaire pour faire grandir votre communauté via les utilisateurs existants.
- Objectif : construire une communauté engagée, faire de nos utilisateurs les ambassadeurs d’Euriway.

2.5 Les objectifs marketing :

- ✚ Créer une base de données solide de 50 experts, formateurs et prestataires de services (juridiques, techniques, études de marché...) à travers plusieurs wilayas : Tlemcen, Alger, Oran, dans un délai de 2 à 3 mois, tout en les incitant à rejoindre la plateforme via des campagnes ciblées.
- ✚ Augmenter de 50 % le nombre d’utilisateurs (porteurs de projets, startups, entrepreneurs) d’ici 3 ans, en optimisant la visibilité de la plateforme à travers des stratégies de contenu, de partenariats et de publicité digitale.
- ✚ Renforcer la notoriété de la marque Euriway en mettant en avant la qualité de l’accompagnement, la fiabilité des experts et la simplicité d’utilisation, afin d’instaurer une image de confiance et de professionnalisme.
- ✚ Élargir notre marché cible en intégrant de nouveaux segments comme les PME innovantes ou les porteurs de projets dans des zones rurales, représentant au minimum 15 % des nouveaux inscrits.
- ✚ Mettre en place un programme ambassadeur : Identifier des utilisateurs satisfaits (experts, porteurs de projets, formateurs) pour en faire des ambassadeurs de la marque. Objectif : créer un effet de réseau et renforcer la notoriété de manière organique.
- ✚ Atteindre un taux de rétention de 75 à 80 % sur les 12 premiers mois, grâce à une expérience utilisateur fluide, un accompagnement proactif, des programmes de fidélité et un support technique réactif. En parallèle, nous développerons une stratégie CRM et d’automatisation marketing, avec la mise en place de campagnes email segmentées (promotion de services, témoignages) afin d’améliorer la conversion et la fidélisation, tout en optimisant les ressources humaines.

- ✚ Créer une communauté active autour de la plateforme : Animer un groupe (sur Facebook, LinkedIn ou Discord) pour permettre aux utilisateurs d'échanger, poser des questions, partager des ressources. Cela peut améliorer l'engagement et favoriser la fidélisation.
- ✚ Mener une étude de satisfaction et d'expérience utilisateur continue : recueillir régulièrement les retours des utilisateurs afin d'identifier les points de friction et prioriser les améliorations à apporter à la plateforme.
- ✚ Cibler les diasporas algériennes à l'étranger : Certaines personnes issues de la diaspora peuvent être intéressées à investir, accompagner ou co-développer des projets dans leur pays d'origine. Ce segment peut être mobilisé via des campagnes spécifiques.

2.6 Budget Prévisionnel – EURIWAY

Actuellement, nous avons alloué un budget marketing prévisionnel de **125000,00 da** par mois pour soutenir nos actions de communication, d'acquisition client et de notoriété.

Cependant, dans une logique de croissance maîtrisée et d'optimisation continue, Euriway adoptera progressivement une approche budgétaire « bottom-up », basée sur une évaluation précise des besoins opérationnels liés à chaque composante du mix marketing (4P) et du mix média.

Cette méthode dite « bottom-up » repose sur une analyse détaillée de nos besoins et de nos objectifs spécifiques pour chacun des leviers du mix marketing : produit, prix, promotion, et distribution. Elle consiste à identifier les ressources nécessaires pour chaque composante et à définir un budget adapté à chacune.

Nous prendrons également en compte les différents canaux de communication envisagés tels que la publicité traditionnelle, le marketing digital ou encore les relations publiques en allouant les ressources selon leur pertinence et leur efficacité dans l'atteinte de nos objectifs.

Grâce à cette approche ascendante, nous serons en mesure de planifier rigoureusement nos actions, de mieux maîtriser nos dépenses marketing et d'optimiser l'utilisation du budget alloué afin d'assurer les meilleurs résultats possibles dans chaque aspect de notre stratégie marketing.

3. Choix des moyens opérationnels :

3.1 Le mix Marketing :

Le marketing opérationnel représente la mise en œuvre concrète de la stratégie marketing. Il repose sur un ensemble d'actions coordonnées autour du marketing mix, un concept structuré autour de quatre axes fondamentaux connus sous le nom de 4P : le Produit, le Prix, la Promotion (communication) et la Place (distribution). Ces leviers permettent d'adapter l'offre aux besoins du marché de manière efficace. Dans certains cas, notamment dans le domaine des services, on parle aussi d'un marketing mix étendu à 7P, en intégrant des aspects comme les personnes, les processus et l'environnement physique.³¹

Figure n°14 : Le mix Marketing



Source : <https://lemon.co.id/articles/7p-marketing-mix/>

Voici une description plus détaillée du mix marketing de notre projet :

✓ **Produit** : Nos principaux services

a. Accompagnement juridique économique et accès à l'expertise :

Euriway propose un service centralisé d'accompagnement stratégique qui combine :

- Des consultations spécialisées dans les domaines juridique économique.

³¹ Benlacheheb.H, " Impacte du mix marketing de service sur la fidélisation client : Étude réalisée sur l'établissement financier BADR", Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les Études, vol13, N°1,2024,pp 880-899.

- Une mise en relation directe avec un réseau d'experts qualifiés dans des secteurs clés (juridique, financier, marketing, technologie, etc.).

Les utilisateurs peuvent accéder à une base de données d'experts, prendre rendez-vous en ligne, poser leurs questions, ou participer à des séances de coaching en visioconférence. Ce système vise à fluidifier l'accès à l'expertise et à offrir un accompagnement pratique, personnalisé et sécurisé pour chaque étape de développement de projet.

Objectif :

- Offrir un cadre fiable et accessible à tous les bénéficiaires pour valider leurs idées.
- Anticiper les risques réglementaires.
- Bénéficier de conseils concrets délivrés par des professionnels qualifiés, favorisant ainsi la réussite et la pérennité des projets.

b. **Formations en ligne et ateliers pratiques :** La plateforme propose un catalogue de formations et d'ateliers interactifs conçus pour développer les compétences entrepreneuriales.

- Exemples de contenus : Élaboration de business plan, gestion des finances, BMC, stratégie marketing, levée de fonds, et aspects juridiques fondamentaux...
- Objectif : Permettre aux utilisateurs d'acquérir des compétences clés à leur rythme et de se préparer efficacement aux défis de l'entrepreneuriat.

c. **Mise en relation avec prestataires de services :**

La plateforme permet également de mettre en relation avec des prestataires de services spécialisés (développement d'applications, études de marché, design, etc.).

- Objectif : Optimiser la concrétisation des idées grâce à des partenariats fiables et opérationnels, garantissant une mise en œuvre professionnelle de chaque projet.

Cette approche produit centrée sur l'accompagnement complet, allant de la formation à la réalisation concrète, positionne **Euriway** comme une solution tout-en-un pour bénéficiaires, garantissant la qualité et l'efficacité de ses services pour chaque étape du développement des projets.

d. Des articles clairs et gratuits :

La disponibilité des articles gratuits sur des sujets essentiels comme les statuts juridiques, les différences entre start-ups et PME, ou encore les démarches administratives.

- Objectif : informer et orienter efficacement les bénéficiaires.

✓ **Prix :**

- Tarification adaptée et accessible :** Nous avons opté pour une tarification compétitive, basée sur nos coûts, la concurrence et la valeur offerte, avec des tarifs accessibles spécialement pensés pour les jeunes entrepreneurs, afin de ne pas freiner leurs ambitions.
- Offres promotionnelles :** Lancement gratuit sur certains services comme des articles sur des sujets essentiels et réductions pour les utilisateurs fidèles.

✓ **Promotion :**

- Siège social actif :** Point central d'information, notre équipe sur place accueille, oriente et informe les clients potentiels sur les offres et avantages d'Euriway.
- Communication multicanale :** Utilisation des réseaux sociaux, et des événements pour faire connaître nos services (Publication d'un carrousel sur Instagram + participation à un salon de l'entrepreneuriat).
- Stratégie de contenu :** Création de contenus éducatifs et inspirants pour bâtir une communauté engagée autour de la plateforme (Vidéo TikTok : « Comment protéger votre idée de projet ? » + article de blog associé).
- Newsletter Euriway :** Envoi régulier d'astuces, d'actualités et de ressources aux abonnés pour garder un lien constant avec la communauté (Un email mensuel avec une astuce juridique, un témoignage utilisateur et les prochains webinaires.).

- e. **Programme d’ambassadeurs** : Recruter des utilisateurs fidèles ou des influenceurs dans l’écosystème entrepreneurial pour représenter la marque et en parler à leur communauté (Un jeune entrepreneur partage son expérience Euriway sur LinkedIn et recommande la plateforme à ses abonnés).
- f. **Webinaires et ateliers gratuits** : Organisation d’événements en ligne ou en présentiel sur des thématiques juridiques, marketing ou business pour attirer et fidéliser les utilisateurs (Atelier en ligne gratuit : « Les bases du marketing digital pour débiter son projet ». 100 participants connectés).

✓ *Distribution*

Euriway s’appuie sur une stratégie de distribution **multicanal** afin d’assurer une accessibilité optimale de ses services pour tous ses utilisateurs (bénéficiaires, experts, formateurs, prestataires). Les canaux choisis permettent de toucher efficacement les différentes cibles, aussi bien en ligne que sur le terrain.

a. **Application mobile** : *Euriway est avant tout une **plateforme numérique** où les utilisateurs peuvent :*

- Créer un compte selon leur profil (porteur de projet, startup, entrepreneurs expert, formateur, prestataire).
- Accéder aux services proposés (formations, consultations, annuaire de prestataires, et articles gratuits).
- Réserver des sessions avec des experts, s’inscrire à des ateliers ou acheter des prestations.
- Gagner également d'articles clairs et gratuits sur des sujets essentiels comme les statuts juridiques, les différences entre start-ups et PME, ou encore les démarches administratives, afin d’informer et d’orienter efficacement les bénéficiaires. C’est le **canal principal de distribution** de l’ensemble de notre offre.

b. Réseaux sociaux et marketing digital : *Les réseaux comme LinkedIn, Facebook, Instagram et TikTok sont utilisés pour :*

- Diffuser nos contenus (témoignages, astuces, formations gratuites).
- Attirer de nouveaux utilisateurs vers la plateforme.
- Créer une communauté engagée autour de l'entrepreneuriat.

Ces canaux soutiennent la notoriété, le recrutement de nouveaux utilisateurs et l'animation de la communauté.

c. Événements et terrain : *Euriway sera présent dans :*

- Salons entrepreneuriaux, forums étudiants, concours de projets.
- Ateliers en présentiel, organisés dans les universités.

Objectif : créer un **contact humain direct**, renforcer la marque et convertir les curieux en utilisateurs actifs.

d. Partenariats stratégiques : Nous distribuons nos services également à travers :

- Les universités, les écoles supérieures ou les institutions publiques (NESDA, CNAC...).
- Les experts partenaires, qui peuvent recommander la plateforme à leurs clients.

Ces partenaires deviennent des canaux de diffusion indirects mais puissants, grâce à leur réseau.

e. Recommandation et bouche-à-oreille : La satisfaction utilisateur est au cœur de notre stratégie. Un service de qualité incite naturellement nos clients à recommander Euriway à d'autres bénéficiaires. Nous misons sur un effet viral progressif, renforcé par les avis et notations sur la plateforme.

En complément des 4 P, nous prendrons également en considération les éléments suivants :

✓ *Le personnel en contact*

Chez Euriway, nous considérons que nos collaborateurs, modérateurs et intervenants externes (experts, formateurs, prestataires) sont les premiers ambassadeurs de notre marque.

C'est pourquoi nous veillons à ce qu'ils soient :

- Formés aux outils et à l'éthique de la plateforme.
- Motivés à accompagner les utilisateurs avec bienveillance.
- Engagés dans une logique de qualité et d'accompagnement personnalisé.
- Objectif : garantir une expérience utilisateur humaine et fiable, basée sur l'expertise, l'écoute et la réactivité.

✓ *Le processus*

Nous mettons en place des processus fluides, structurés et évolutifs pour garantir :

- Une prise en charge rapide des demandes (consultation, formation, mise en relation).
- Un système de réservation et de paiement sécurisé.
- Une suivi qualité basé sur les retours utilisateurs et les notations.
- Une gestion automatisée des notifications, rappels, et relances.
- Objectif : offrir une expérience fluide, sans friction, avec un pilotage constant de la performance.

✓ *L'environnement physique (ou digital)*

Même si Euriway est une plateforme 100% numérique, nous attachons une attention particulière à l'environnement dans lequel l'utilisateur évolue, notamment :

- Une interface intuitive, sobre et ergonomique (UX/UI).
- Une navigation claire et rapide.
- Une identité visuelle professionnelle, rassurante et cohérente.
- Des espaces de travail (dashboard) personnalisés pour chaque profil.

- Objectif : créer un, stimulant la confiance, la productivité et la fidélité.

3.2 Contrôle et audit marketing : Pour que notre stratégie marketing reste efficace et cohérente avec nos ambitions, il est essentiel d'en assurer un bon suivi. Cela passe d'abord par la définition d'indicateurs de performance clairs (KPI), qui servent de repères pour évaluer l'impact de nos actions. Ces indicateurs nous permettent non seulement de mesurer ce qui fonctionne, mais aussi de détecter rapidement les axes à améliorer.

Nous avons donc choisi d'adopter une démarche de pilotage continue, basée sur l'analyse régulière des données collectées. Cela nous aide à prendre du recul, à comprendre les tendances, et surtout à réagir de manière agile si les résultats s'éloignent de nos objectifs. Grâce à ce système de suivi, chaque action marketing est évaluée, et chaque ajustement est fondé sur des données concrètes.

En gardant un œil constant sur nos performances, nous maximisons nos chances de succès tout en construisant une stratégie évolutive, capable de s'adapter aux besoins du marché et de notre communauté. Voici les KPI que nous avons choisi pour mesurer les résultats de chaque objectif marketing :

Tableau n°04 : objectifs Marketing et KPI

<i>Objectifs</i>	<i>KPI</i>
Créer une base de données solide de 50 experts, formateurs et prestataires de services (juridiques, techniques, études de marché...) à travers plusieurs wilayas : Tlemcen, Alger, Oran, dans un délai de 2 à 3 mois, tout en les incitant à rejoindre la plateforme via des campagnes ciblées.	Nous suivrons trois indicateurs clés : • le nombre d'experts identifiés par ville, • le nombre d'inscriptions sur la plateforme, • le taux de conversion des experts contactés. (Ces KPI nous permettront d'évaluer l'efficacité de notre prospection et d'ajuster

	nos actions en temps réel. Un suivi régulier nous aidera à optimiser nos campagnes et à renforcer notre réseau de partenaires.)
Augmenter de 50 % le nombre d'utilisateurs (porteurs de projets, startups) d'ici 3 ans, en optimisant la visibilité de la plateforme à travers des stratégies de contenu, de partenariats et de publicité digitale.	• Nombre total d'inscriptions mensuelles/annuelles sur la plateforme. • Taux de croissance mensuel des utilisateurs actifs. • Taux d'engagement sur les contenus diffusés (likes, partages, commentaires). • Nombre de partenariats noués avec des structures d'accompagnement, incubateurs ou universités. • Retour sur investissement (ROI) des campagnes de publicité digitale.
Renforcer la notoriété de la marque Euriway en mettant en avant la qualité de l'accompagnement, la fiabilité des experts et la simplicité d'utilisation, afin d'instaurer une image de confiance et de professionnalisme.	• Taux d'engagement sur les réseaux sociaux Euriway (likes, partages, commentaires). • nombre d'avis positifs laissés par les utilisateurs sur la plateforme. • Nombre de fois où la marque Euriway est mentionnée sur des pages partenaires ou médias.

Élargir notre marché cible en intégrant de nouveaux segments comme les PME innovantes ou les porteurs de projets dans des zones rurales, représentant au minimum 15 % des nouveaux inscrits.	● Pourcentage de nouveaux inscrits issus des PME innovantes et zones rurales (objectif $\geq$ 15 %). ● Taux d'inscription après campagne ciblée dédiée à ces segments.
Mettre en place un programme ambassadeur : Identifier des utilisateurs satisfaits (experts, porteurs de projets, formateurs) pour en faire des ambassadeurs de la marque. Objectif : créer un effet de réseau et renforcer la notoriété de manière organique.	● Nombre d'ambassadeurs recrutés ● Nombre de contenus partagés par les ambassadeurs (posts, stories, témoignages...) ● Nombre de nouveaux utilisateurs générés par les ambassadeurs (avec code parrainage ou lien traqué) ● Engagement moyen par publication ambassadeur (likes, partages, commentaires) ● Taux de rétention des utilisateurs référés par les ambassadeurs
Atteindre un taux de rétention de 75 à 80 % sur les 12 premiers mois, grâce à une expérience utilisateur fluide, un accompagnement proactif, des programmes de fidélité et un support technique réactif. En parallèle, nous développerons une stratégie CRM et d'automatisation marketing, avec la mise en place de campagnes email segmentées (onboarding, réengagement, promotion de services, témoignages) afin d'améliorer la	● Taux de rétention à 1, 3, 6 et 12 mois ● Taux d'ouverture et de clic des emails (onboarding, réengagement...) ● Taux de conversion après réception d'un email ou d'un rappel automatisé ● Nombre d'utilisateurs réengagés via campagnes CRM ● Temps moyen passé sur la plateforme (indicateur d'engagement)

conversion et la fidélisation, tout en optimisant les ressources humaines.	• Taux de satisfaction utilisateur (post-interaction avec le support)
Créer une communauté active autour de la plateforme : Animer un groupe (sur Facebook, LinkedIn ou Discord) pour permettre aux utilisateurs d'échanger, poser des questions, partager des ressources. Cela peut améliorer l'engagement et favoriser la fidélisation.	• Nombre de membres dans le groupe communautaire • Taux de participation (posts/commentaires par semaine) • Nombre de ressources ou questions partagées par les membres • Taux de clic ou trafic redirigé vers Euriway depuis le groupe • Nombre de feedbacks ou insights remontés via la communauté
Mener une étude de satisfaction et d'expérience utilisateur continue : recueillir régulièrement les retours des utilisateurs afin d'identifier les points de friction et prioriser les améliorations à apporter à la plateforme.	• Taux de réponse aux enquêtes ou questionnaires • Score de satisfaction globale (CSAT) ou Net Promoter Score (NPS) • Nombre de points de friction identifiés par période • Délai moyen de traitement ou correction des problèmes détectés • Taux de satisfaction post-amélioration (avant/après)

Cibler les diasporas algériennes à l'étranger : Certaines personnes issues de la diaspora peuvent être intéressées à investir, accompagner ou co-développer des projets dans leur pays d'origine. Ce segment peut être mobilisé via des campagnes spécifiques.	● Nombre d'utilisateurs inscrits vivant à l'étranger (par pays) ● Taux de participation à des campagnes ciblées (email, pub, événement...) ● Nombre d'investissements, accompagnements ou projets lancés via la diaspora ● Taux de conversion des diasporas suite à une campagne (clics, inscriptions, actions) ● Nombre d'interactions/engagements sur les contenus dédiés diaspora
--	--

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

AXE 04 :
LE PROCESSUS DE
SERVUCTION



1. **La servuction** : Un service est une prestation proposée par une partie à une autre. Malgré que le processus puisse être éventuellement en liaison avec un bien physique, le service est transitoire, la plupart du temps immatériel de par sa nature, et n'est pas le résultat de la détention d'un moyen de production.

Eiglier et Langeard (1999) proposent le terme servuction comme rappel du terme production. Ils affirment ce qui suit : « ... néologisme qui est au service ce que la production est au produit ». Le produit est le résultat d'une production et le service est le résultat d'une servuction. Ces auteurs proposent une définition à la servuction qui est la suivante : « la servuction est l'organisation harmonieuse et systématique de l'ensemble des composants physiques et humains de la relation client – entreprise et utile à l'exécution du service ou les critères commerciaux et le degré de qualité sont prédéfinis »³²

Cette création est issue du mélange des termes service et production, elle précise l'utilité de considérer la production du service avec un cheminement semblable à celui de la production de bien.

Selon Langlois et Maurette (2003) « le service est une expérience temporelle vécue par le client lors de l'interaction de celui-ci avec le personnel de l'entreprise ou un support matériel ou technique ».

³³En d'autres termes, l'entreprise pour satisfaire ses clients, cherche à se positionner à un niveau de prix donné, et sur un ou des segments donnés. Donc la prestation de service est la jonction entre trois intrants importants : le client coproducteur du service, le matériel nécessaire (le support physique) et dernièrement, le personnel en contact avec le client.

Voici notre propre application comment ça marche :

Recherche d'Experts, de Formateurs et de Prestataires de Services : Les utilisateurs d'Euriway peuvent rechercher :

- ✓ Des experts pour obtenir des conseils stratégiques sur la création, la gestion ou le développement de leur projet.
- ✓ Des formateurs pour accéder à des programmes de formation en ligne adaptés à leurs besoins en compétences.

³² Eiglier.P, & Langeard. E, "Servuction : Le marketing des services," Paris : McGraw-Hill, 199, p 13.

³³ Langlois.C, & Maurette. P, "Le management des services : Une approche globale", Paris : Economica, 2003, p 5.

- ✓ Des prestataires de services spécialisés pour réaliser des tâches opérationnelles (marketing, comptabilité, développement web, etc.).
- ✓ des articles clairs et gratuits sur des sujets essentiels .

Le moteur de recherche intelligent d'Euriway permet de filtrer les profils selon les domaines d'expertise, les tarifs et les avis clients.

- **Sélection et Prise de Contact** : Après avoir identifié le bon expert, formateur ou prestataire, les utilisateurs peuvent consulter leur profil détaillé (description des compétences, tarifs, expériences, évaluations) et envoyer une demande de collaboration directement via la plateforme.
- **Planification et Réalisation du Service** : Une fois la collaboration confirmée, les parties peuvent organiser des sessions de formation, des rendez-vous en ligne de conseil ou le lancement d'une prestation de service. Un calendrier intégré facilite la coordination et la gestion des missions.
- **Feedback et Amélioration Continue** : À la fin de chaque mission, les utilisateurs sont invités à évaluer la qualité du service reçu. Les retours permettent à Euriway d'améliorer ses recommandations et d'assurer une qualité de service optimale pour les futurs utilisateurs.

Après avoir défini les étapes du service, la conception visuelle, notamment le choix du logo et des couleurs, a été abordée pour construire l'identité d'Euriway.

Le concept de marque regroupe les éléments clés qui définissent l'identité d'une entreprise : sa vision, ses objectifs, et l'image qu'elle renvoie au public. C'est ce que les gens retiennent spontanément d'elle, et ce sur quoi repose toute sa stratégie de communication et de positionnement.

Euriway se compose de trois mots :

- **Eureka** : symbole de découverte et d'innovation, est un mot d'origine grecque signifiant "J'ai trouvé !". Il est attribué au savant Archimède, qui l'aurait crié après avoir découvert le principe de la poussée dans l'eau. Elle est utilisée pour marquer un moment de découverte ou de révélation soudaine, souvent après une longue recherche ou réflexion.

- **Right** : qui signifie : La justesse → le bon chemin (ce qui est correct, adapté, pertinent)

La fiabilité → un choix sûr (ce sur quoi on peut compter, digne de confiance).

- **Way** : représentant la direction, le chemin à suivre. Et donc le mot complet signifie : j'ai trouvé le bon chemin.

Euriway, pour les bénéficiaires, les experts, les formateurs et les prestataires de services, symbolise une véritable voie vers la réussite collective.

Pour les bénéficiaires, l'application représente un chemin guidé, où ils peuvent trouver les ressources nécessaires – qu'il s'agisse de conseils techniques, de formations adaptées ou de prestataires spécialisés pour concrétiser leurs idées. Pour les experts et formateurs, Euriway offre une plateforme d'opportunités, un espace où leur expertise peut être mise en valeur et où ils peuvent établir des liens directs avec ceux qui en ont besoin. De même, les prestataires de services y trouvent une voie claire pour offrir leurs compétences spécifiques, telles que les études de marché ou le développement d'applications...

Ainsi, Euriway incarne une plateforme où chaque acteur trouve sa place, contribuant ensemble à l'épanouissement des projets et à la réussite des bénéficiaires.

Le logo d'Euriway symbolise l'esprit d'innovation, de progression et de connexion, des valeurs fondamentales de notre projet. Le "e" stylisé, ancré dans un carré légèrement tourné, symbolise l'idée qui prend forme : une idée entrepreneuriale qui, grâce au soutien d'experts, peut s'orienter vers le succès. Le carré incliné, tel une boussole vers la droite représente l'élan vers l'avant, la stabilité et l'orientation claire que nous offrons aux bénéficiaires. Il est divisé en deux couleurs (bleu et violet), symbolise l'équilibre entre structure et créativité :

Le bleu évoque la fiabilité, l'expertise et la rigueur, il représente notre réseau d'experts qui sécurisent les projets, notamment sur le plan juridique économique.

Le violet traduit l'innovation, la vision et l'audace, il représente les formateurs et les prestataires qui aident les bénéficiaires à développer et à concrétiser leurs idées.

La diagonale qui sépare ces deux couleurs rappelle le chemin que chaque bénéficiaire trace : un passage fluide entre le conseil, l'apprentissage et l'action concrète. Le "Y" final, ample et fluide, connecté par trois points, représente les trois piliers de l'application :

- Les experts, qui offrent leur savoir-faire et des conseils précis ;
- Les formateurs, qui transmettent les compétences indispensables pour évoluer ;
- Les prestataires de services, qui concrétisent les projets sur le terrain (études de marché, création d'applications, etc.).

Les points reliés traduisent visuellement la mise en réseau, l'évolution et la synergie entre toutes ces ressources indispensables pour faire avancer un projet. En design, chaque couleur reflète à un attribut ou à une émotion précise.

Nous avons imaginé notre identité visuelle du logo jusqu'à l'interface de notre application, en nous appuyant sur une palette de couleurs vivante, mêlant harmonieusement des nuances de bleu, d'orange et violet. Ce choix reflète à la fois la confiance, la créativité et l'énergie que nous souhaitons transmettre à travers notre marque.

- **Bleu foncé** : représente la confiance, la sécurité et le sérieux. C'est parfait pour rassurer les entrepreneurs quand ils cherchent des conseils juridiques ou des accompagnements stratégiques.
- **Violet** : symbolise la créativité, l'innovation et une certaine ambition intellectuelle. Ça colle super bien avec l'idée de formations en ligne et de développement de compétences.
- **Orange** : incarne l'énergie, la motivation et l'action. C'est idéal pour tout ce qui touche à la concrétisation de projets (comme les études de marché, la création d'applications, etc.).

En résumé : Le bleu inspire la confiance, le violet stimule l'innovation, et l'orange pousse à l'action. Ensemble, ils traduisent parfaitement l'esprit de Euriway : accompagner, former et faire passer à l'action.

2. L'Approvisionnement pour l'application Euriway :

L'approvisionnement pour l'application **Euriway** est essentiel afin d'atteindre ses principaux objectifs : faciliter l'accès des bénéficiaires à des experts, formateurs et prestataires de services fiables et de qualité pour concrétiser et développer leurs idées entrepreneuriales.

2.1 Objectifs :

- Assurer un accès régulier à un large réseau d'experts juridiques économiques et techniques.
- Établir des partenariats solides avec des prestataires de services spécialisés (études de marché, développement d'applications, marketing, etc.).
- Garantir la qualité et la fiabilité des services proposés aux utilisateurs.
- Optimiser la disponibilité des experts et formateurs via un système de prise de rendez-vous en ligne fluide et rapide.

2.2 Stratégies d'Approvisionnement :

→ Identification des Partenaires :

Euriway cible les experts indépendants, cabinets de conseil, agences marketing et prestataires techniques qui répondent à des critères stricts de compétence, d'expérience et de réputation. La sélection favorise la diversité des profils pour couvrir différents besoins entrepreneuriaux.

→ Gestion de la Qualité :

Un processus de validation rigoureux est mis en place avant l'intégration d'un expert ou d'un prestataire sur la plateforme. Des évaluations continues via le système de vote communautaire garantissent un niveau de service élevé et fiable pour les utilisateurs.

→ Optimisation de la Logistique de Prise de Rendez-vous en ligne :

Euriway propose une solution numérique intuitive pour réserver facilement des consultations, suivre les disponibilités en temps réel, et recevoir des rappels automatisés, assurant ainsi une expérience fluide et efficace pour les porteurs de projets.

3. La Main d'œuvre :

Figure n°14 : planification de la main d'oeuvre



Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

- **Chef Gérant**

Le Chef Gérant est le responsable principal de la direction stratégique et opérationnelle d'Euriway. Il supervise l'ensemble des activités du projet, coordonne les efforts des différentes équipes (développement, marketing, administratif) et veille à la réalisation des objectifs de croissance. Il prend en charge la gestion financière, et assure la prise de décisions stratégiques majeures. Grâce à sa vision d'ensemble, il guide le projet vers une évolution pérenne et rentable, tout en maintenant un haut niveau de qualité et d'innovation.

- **Développeur d'applications**

Le Développeur d'applications est en charge de la conception, du développement et de la maintenance technique de l'application mobile Euriway. Il s'assure d'intégrer les principales fonctionnalités de la plateforme : mise en relation, consultations juridiques, formations en ligne, système de vote communautaire, etc. Il veille également à garantir une expérience utilisateur fluide, performante et sécurisée. Il est responsable de l'optimisation régulière de l'application ainsi que du déploiement des mises à jour nécessaires pour accompagner l'évolution des besoins.

- **Responsable Marketing**

Le Responsable Marketing est chargé de développer la visibilité et la notoriété de l'application Euriway auprès de ses cibles principales. Il conçoit et met en œuvre des campagnes marketing sur les réseaux sociaux, en publicité digitale et via d'autres canaux stratégiques. Il travaille à la création d'une image de marque forte, développe des actions de fidélisation et mesure régulièrement les performances pour ajuster les stratégies promotionnelles. Son rôle est déterminant pour accroître le nombre d'utilisateurs actifs et assurer la croissance continue de la plateforme.

- **Administratif** : joue un rôle essentiel dans le soutien quotidien du projet Euriway. Il est chargé de la gestion des tâches administratives telles que la rédaction de documents officiels, le traitement des abonnements, le suivi des contrats avec les prestataires et les utilisateurs. Il gère également les relations administratives avec les partenaires institutionnels comme la Direction du Commerce ou le CNRC.
- **Chargé de relations partenaires** : Responsable de la prospection et de la gestion des relations avec les experts, formateurs et prestataires de services, assurant un réseau fiable et actif sur la plateforme.
- **Directeur Juridique (CLO)** : Assure la conformité légale des activités de l'application, rédige et valide les contrats avec les prestataires et utilisateurs, conseille sur les questions juridiques et gère les risques légaux.
- **Responsable Formation et e-learning** : Supervise l'organisation des formations en ligne, élabore les contenus pédagogiques proposés aux porteurs de projets, étudiants et utilisateurs.
- **Responsable qualité (à long terme)** : Veille à l'amélioration continue des services, collecte les retours utilisateurs et supervise la mise en œuvre des normes de qualité de service.

4. Les partenaires :

Pour assurer le bon déploiement du projet Euriway, nous nous appuyons sur des partenaires clés qui interviennent à différents niveaux. Leur expertise et leur

engagement sont déterminants pour garantir un accompagnement de qualité aux porteurs de projets.

Tableau n°05 : Partenaires EURIWAY

<i>Partenaire</i>	<i>Description du rôle</i>
Benkaida Ziane	La collaboration avec le Directeur du Ministère de l'Industrie à Tlemcen, Monsieur Benkaida Ziane, permet à l'application Euriway de bénéficier d'un soutien institutionnel précieux, notamment à travers : -L'accès à des informations précises et actualisées sur le secteur industriel local, ce qui nous permet d'adapter nos services aux besoins réels du tissu économique local. -Orientation des projets émergents vers les opportunités industrielles locales : Grâce à l'accompagnement constant du monsieur Benkaida, nous pouvons relier les entrepreneurs aux opportunités industrielles et commerciales qui pourraient leur être encore inconnues. -L'orientation des porteurs de projets industriels vers la plateforme, ce qui augmente sa visibilité et sa légitimité.
Taibi Abderrahmane	Ce prestataire apporte une valeur ajoutée essentielle à Euriway en mettant à disposition des porteurs de projet des services hautement qualifiés pour transformer leurs idées en projets clairs, solides et visuellement percutants grâce à : • La création de présentations, business plans et prototypes professionnels. • La modélisation 3D, le design graphique, et la production de contenus visuels (logos, vidéos, réseaux sociaux). • L'analyse de données, les études de marché et la modélisation financière. • La conception de Business Model Canvas (BMC) sur mesure et d'autres services ... Il renforce l'image de qualité de la plateforme et aide les utilisateurs à structurer, visualiser et valoriser leurs projets de manière professionnelle.

Benabou Soundouss	est la fondatrice de l'entreprise Infomaxis, spécialisée dans le développement et la programmation de systèmes informatiques. Grâce à son expertise technique et sa vision entrepreneuriale, elle a su positionner son entreprise comme un acteur clé dans la conception de solutions numériques innovantes, adaptées aux besoins des entreprises et institutions. Infomaxis se distingue par sa capacité à développer des systèmes performants, sécurisés et sur mesure, contribuant ainsi à la transformation digitale de ses clients. Grâce à la collaboration avec Benabou Soundouss et son entreprise Infomaxis, notre plateforme offrira aux bénéficiaires la possibilité de transformer rapidement leurs idées en applications mobiles et sites web fonctionnels, adaptés à leurs besoins spécifiques. Cette synergie permettra d'accélérer le processus de développement, tout en garantissant des solutions numériques fiables, évolutives et personnalisées.
Drh de la direction des impôts Tlemcen: Djamel lazaar	Grâce à cette collaboration, Euriway a pu bénéficier de données fiables et précises sur les aspects économiques, fiscaux et administratifs qui concernent les porteurs de projet en Algérie. Ces informations constituent une base essentielle pour concevoir un accompagnement pertinent. Cet échange direct avec un responsable du secteur public permet à Euriway de mieux comprendre les exigences réelles du terrain, d'anticiper les obstacles réglementaires, et d'adapter ses outils aux besoins concrets des entrepreneurs. Ce type de collaboration, renforce la dimension pratique et ancrée localement d'Euriway, tout en ouvrant la voie à d'autres échanges avec des institutions publiques dans une démarche de transparence et de proximité.
Zeddoune ABdelwahid : expert immobilier	Collaborer avec un expert immobilier offre une valeur ajoutée significative aux clients d'Euriway, notamment les porteurs de projets. Grâce à leur connaissance approfondie du marché local, ces experts peuvent identifier les opportunités

	immobilières adaptées aux besoins spécifiques des entrepreneurs. Ils offrent également un accompagnement personnalisé, facilitant la recherche de biens, la négociation des prix et la gestion des démarches administratives. Cette collaboration permet aux clients d'Euriway de sécuriser leurs investissements, d'optimiser leurs choix immobiliers et de gagner un temps précieux dans la réalisation de leurs projets.
Sali Houria : notaire	Collaborer avec un notaire représente un atout stratégique pour les clients d'Euriway, en particulier les porteurs de projets. Les notaires apportent une expertise juridique pointue, garantissant la conformité des démarches administratives et contractuelles, et assurant ainsi la sécurité juridique des transactions. Ils accompagnent les entrepreneurs dans la création de leur entreprise, le choix de la forme juridique appropriée, la rédaction des statuts, et la gestion des aspects fiscaux et patrimoniaux. Cette collaboration permet aux clients d'Euriway de bénéficier d'un cadre juridique solide, de prévenir les risques juridiques et de sécuriser leurs investissements, contribuant ainsi à la réussite et à la pérennité de leurs projets.
Dr.Soufyane Bezzar :	Dans le cadre du développement de notre application Euriway, nous avons eu l'honneur d'établir une collaboration avec dr.Soufyane Bezzar disposant de 12 années d'expertise dans le domaine bancaire. En tant que formateur au sein de notre plateforme, il interviendra pour animer des sessions de formation et partager son savoir-faire avec nos utilisateurs, notamment sur les thématiques liées au financement, à la relation bancaire et à la gestion financière. Cette collaboration renforce la crédibilité de notre projet et témoigne de notre engagement à offrir un accompagnement de qualité aux porteurs de projets.
Nouara ghitri : Conseiller juridique en registre commerce	Dans le cadre du renforcement de notre réseau d'experts au sein de l'application <i>Euriway</i> , la collaboration avec Madame Nouara Ghitri , experte consultante et conseillère juridique en registre de commerce, a un grand impact. Son rôle consistera à accompagner les porteurs de projets sur les volets juridiques liés à la création et à la formalisation d'entreprise, à travers des consultations ciblées et des interventions

	pédagogiques. Sa présence renforce la dimension juridique de notre offre d'accompagnement, essentielle pour sécuriser les projets dès leur lancement.
--	--

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

AXE 05 : **LE PLAN** **FINANCIER**



1. Les Coûts et charges :

Dans le cadre de l'élaboration de notre étude financière pour le projet Euriway, nous avons procédé à l'identification des différents postes de dépenses et charges liés à la mise en œuvre et au fonctionnement de la plateforme. Cette estimation rigoureuse des coûts est cruciale pour évaluer la viabilité économique du projet et assurer sa pérennité. Ci-dessous figurent les principaux éléments budgétaires que nous avons recensés :

a. Locaux (bureaux/salles)

Ce poste couvre les dépenses liées à l'acquisition des espaces physiques nécessaires au bon fonctionnement du projet : une salle de réception et une salle de travail. Ces lieux serviront à accueillir les clients, organiser des réunions ou encore coordonner les activités internes de l'équipe.

Tableau n°06 : Terrain et constructions

Mètres carrés		Prix / UN	Total
salle de réception	12	15 000,00	180 000,00
Autre salle	12	15 000,00	180 000,00
Total	24	30 000,00	360 000,00

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

b. Équipements informatiques

Il regroupe l'ensemble du matériel technologique indispensable pour faire fonctionner l'activité : ordinateurs, imprimantes, casques, accessoires(clavier,souris,tapis de souris, casque audio, clé USB, multiprise, rallonge, câble HDMI). Ces outils permettent aux collaborateurs de développer et gérer la plateforme, traiter les données, concevoir les contenus, etc.

Tableau n°07 : Matériels informatiques

Ordinateurs	400 000,00
Imprimante/scanner	30 000,00
Accessoires informatiques	10 000,00
Totale	440 000,00

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

c. Mobilier de bureau

Ce poste inclut l'achat de chaises, bureaux, armoires, téléphones fixes, etc. Ces éléments assurent un environnement de travail confortable, fonctionnel et professionnel, essentiel à la productivité des membres de l'équipe.

Tableau n°08 : Outils de bureau

Téléphone fixe /fax	7 000,00
Bureaux	50 000,00
Chaises	30 000,00
Armoire	40 000,00
totale	127 000,00

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

d. Frais de personnel/salaires des travailleurs :

Ce poste rassemble les rémunérations annuelles des principaux membres de l'équipe : directeur général, responsable marketing, développeur. Il reflète l'investissement humain et les compétences mobilisées pour faire avancer le projet.

Tableau n°09 : Rémunération de l'équipe Euriway

	Nombre	Charges salariales mensuel en DA	Total	Rémunérations brutes annuel	Charges sociales	total des charges du personnel
Chef gérant	1	70 000,00	70 000,00	840 000,00	168 000,00	1 008 000,00
Développeur APP	1	-	-	-	-	250 000,00
Responsable marketing	1	60 000,00	60 000,00	720 000,00	144 000,00	864 000,00
Total	3	130 000,00	130 000,00	1 560 000,00	312 000,00	2 122 000,00

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

e. **Les charges sociales :**

Les charges sociales s'agit des contributions obligatoires versées par l'entreprise .Ces charges complètent les salaires et garantissent la couverture sociale des employés. Elles comprennent :

- La contribution pour les allocations familiales.
- La contribution à l'assurance chômage, qui finance les allocations de chômage.
- Les cotisations de sécurité sociale couvrant l'assurance maladie, la maternité, l'invalidité et le décès.
- La contribution de solidarité pour l'autonomie (CSA).
- La contribution aux accidents du travail.

Tableau n°10 : Les charges sociales

Services et autres consommations	25%
Charges du personnel/Agent/an en DA	20%
Taux d'IBS	19%
Autres charges d'exploitation (y compris la TAP) / CA HT	7%
Provisions pour impayés / CA HT	2%

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

2. Charges d'exploitation :

- ✓ *Hébergement et nom de domaine* : Ce poste concerne la réservation du nom de domaine de l'application (adresse web) et l'hébergement de la plateforme sur un serveur sécurisé. Il est essentiel pour que le site reste accessible 24h/24.
- ✓ *Fournitures et consommables* : Il regroupe les dépenses courantes comme le papier, les stylos, les cartouches d'encre, etc. Bien que modestes, ces frais sont indispensables au quotidien administratif et logistique.
- ✓ *Services généraux* : Ce poste comprend des charges variées comme l'entretien, l'électricité, la connexion internet ou d'éventuels abonnements logiciels. Il assure le bon fonctionnement opérationnel de l'entreprise.
- ✓ *Documents administratifs* : Ici sont regroupés tous les frais liés aux démarches officielles : enregistrement de l'entreprise, obtention de licences, dépôts juridiques, etc. Ces formalités sont essentielles pour le cadre légal du projet.

Tableau n°11 : Charges d'exploitation

Charge	Montant
Serveur , Hébergement ,Domaine	30 000,00
Fournitures de bureau	35 000,00
Services publics	200 000,00
Documents administratifs	100 000,00
Total	365 000,00

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Tableau n°12 : le bilan d'ouverture d'Euriway

<i>Actif</i>		<i>Passif</i>	
Immobilisation Incorporelles		Capitaux propres	1257000
Création d'application	280000	Capital	1257000
Immobilisation Corporelles			
Constructions	360000		

Installation techniques matériels et outillages	440000		
Matériels de bureau informatiques	127000		
Autre immobilisations corporelles	50000		
immobilisations financières	0		
Total Actif non courant	1257000	Total Passif non courant	1257000
Trésorerie	0		
Total ACTIF COURANT	0	Total Passif courant	0
Total Actif	1257000	Total Passif	1257000

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

3. Investissements requis et amortissements :

Enfin, le **budget d'investissement initial** du projet, incluant les infrastructures, les équipements, la création du site web (280 000 DA) et l'étude de projet (50 000 DA), est évalué à **1 257 000 DA**. Les amortissements annuels pour les immobilisations ont été estimés à **131 400 DA**.

Tableau n°13 : Investissements requis et amortissements

Investissements	<u>Montants</u>	<i>Taux</i>	Amortissement
Salle de réception	180 000,00	0,05	9 000,00
Autre salle	180 000,00	0,05	9 000,00
Equipements informatiques	440 000,00	0,2	88 000,00
Création de l'application	280 000,00	-	-
Outils de bureau	127 000,00	0,2	25 400,00
charge d'étude	50 000,00	-	-
Total	1 257 000,00		131 400,00

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

4 . Le chiffre d'affaires : Le chiffre d'affaires prévisionnel de l'application Euriway dépendra du montant des abonnements annuelles, commissions, services publicitaires et aux annonces payantes.

Pour réaliser une estimation réaliste du chiffre d'affaires, nous avons pris en compte le nombre prévisionnel d'utilisateurs actifs de notre plateforme Euriway, Nous avons établi une projection pour la première année, selon deux scénarios possibles (optimiste et pessimiste), afin d'anticiper l'évolution de notre activité et d'adapter nos ressources en conséquence.

Tableau n°14 : CA Euriway : Hypothèses Pessimistes à Optimistes

EVALUATION FINANCIERE DES PROJETS - Analyse de sensibilité et Scénarios								
TABLEAU DES HYPOTHESES/SCENARIOS								
Choix du scénario			3					
Paramètre ou critère	Unité	Valeur de simulation	Hypothèses					
			1	2	3	4	5	
			Pessimiste	Assez Pessimiste	Moyenne	Assez Optimiste	Optimiste	
1	Taux d'actualisation	%	7,00%	9,00%	8,00%	7,00%	6,00%	5,00%
2	Taux des autres consommations et service	%	25,00%	27,00%	26,00%	25,00%	24,00%	23,00%
3	les deividendes	%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4	Profit des services	DA	5 608 800	5 535 000	5 227 500	5 608 800	5 842 500	6 150 000
5	Nombre des clients	UN	18240	18000	17000	18240	19000	20000

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Tableaun° 15 : détail du chiffre d'affaires

<i>Le service</i>	<i>Clients/mois</i>	<i>Clients/an</i>	<i>Prix</i>	<i>pourcentage de commission</i>	<i>profit annuel</i>
<i>commission des experts,formateurs,et prestataires de services.</i>	<i>10</i>	<i>120</i>	<i>4 000,00</i>	<i>25%</i>	<i>120 000,00</i>
<i>Abonnement des clients SIMPLE</i>	<i>150</i>	<i>1800</i>	<i>1 500,00</i>		<i>2 700 000,00</i>
<i>Abonnement des clients étudiants</i>	<i>200</i>	<i>2400</i>	<i>1 000,00</i>		<i>2 400 000,00</i>
<i>Les Annonces</i>	<i>1160</i>	<i>13920</i>	<i>15,00</i>	-	<i>220 320,00</i>
<i>Les Publicités</i>	<i>5</i>	<i>60</i>	<i>3 000,00</i>	-	<i>208 800,00</i>

<i>Total</i>	<i>1520</i>	<i>18240</i>	<i>6 515,00</i>	<i>-</i>	5 608 800,00
--------------	-------------	--------------	-----------------	----------	---------------------

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

5. *Les comptes des résultats escomptés* : Prendre durée de vie moyenne du projet : 5 ans.

Tableau n°16 : Le TCR

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
CA HT	5 608 800	7 571 880	10 222 038	13 799 751	18 629 664
Achats consommés	365 000	365 000	365 000	365 000	365 000
Autres consommations et services	91250	91250	91250	91250	91250
Valeur Ajoutée d'exploitation	5 152 550	7 115 630	9 765 788	13 343 501	18 173 414
Taux de VA	91,87%	93,97%	95,54%	96,69%	97,55%
Charges du personnel	2 122 000	2 122 000	2 122 000	2 122 000	2 122 000
Autres charges d'exploitation	392 616	530 032	715 543	965 983	1 304 076
Marketing	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000
Charges financières	0	0	0	0	0
Amortissements	131 400	131 400	131 400	131 400	131 400
provision	112 176	151 438	204 441	275 995	372 593
Résultat ordinaire avant impôts	894 358	2 680 761	5 092 405	8 348 124	12 743 344
IBS	0	0	0	0	3 539 636
Résultat net	894 358	2 680 761	5 092 405	8 348 124	9 203 708
Cash-flow brut	1 025 758	2 812 161	5 223 805	8 479 524	9 335 108
Dividendes	0	0	0	0	0
Remboursement du principal	0	21 998	21 998	21 998	21 998
Cash-flow net	1 025 758	2 790 163	5 201 807	8 457 526	9 313 111
Cumul Cash-flow net	1 025 758	3 815 921	9 017 728	17 475 255	26 788 365

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

6. tableau des flux de trésorerie

Tableau n°17 : tableau des flux de trésorerie

Désignation	Exercice N
Flux de trésorerie des activités opérationnelles :	
+Résultat net de l'exercice	894 358
+amortissement	131 400
Flux de trésorerie générés par l'activité (A):	+1 025 758
Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissement :	
-acquisition d'immobilisation corporelles et incorporelles	1 257 000
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)	-1 257 000
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement :	
+Augmentation de capital	1 169 010
+ Nouveau d'emprunt	87 990
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)	1 257 000
Variation de trésorerie lié aux opérations de financement (A+B+C)	1 025 758

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Tableau n°18 : Valeur actuelle nette

Taux d'actualisation	7,00%
VAN	16 846 581
Ir	1340%
TIR	161,2%

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

L'analyse des principaux indicateurs financiers met en évidence la **forte rentabilité** du projet étudié. Avec un **taux d'actualisation** fixé à 7 %, la **Valeur Actuelle Nette (VAN)** atteint **16 846 581 da**, ce qui traduit une création significative de valeur pour les investisseurs.

L'**Indice de Rentabilité (IR)** s'élève à 1340%, indiquant que chaque dinar investi génère 13,4 da de valeur actualisée. Le **Taux Interne de Rentabilité (TIR)**, quant à lui, est de **161,2%**, ce qui dépasse largement le seuil de rentabilité habituel, confirmant le caractère hautement performant du projet.

Enfin, le **Retour sur Investissement (ROI)** est atteint dès la **première année**, ce qui reflète une **récupération rapide de l'investissement initial**.

En résumé, ces indicateurs démontrent que le projet présente un **profil financier particulièrement attractif**, conjuguant **rentabilité élevée** et **rapidité de retour sur fonds investis**, éléments clés pour séduire des partenaires financiers ou investisseurs potentiels.

AXE 06 :
PROTOTYPE DU
PROJET



1. La présentation du prototype :

- L'application s'ouvre sur une interface claire où sont présentées, le slogan, et les deux boutons : proposer un service, ou obtenir un accompagnement.



Qui êtes-vous?

Expert Formateur Prestataire

Name

Type

Email

Password

Confirm Password

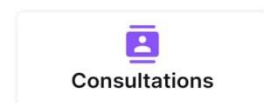
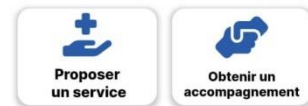
Prix

- Le bouton « proposer un service » est réservé aux personnes qui souhaitent proposer leurs services sur notre application. En appuyant dessus, on est dirigé vers la page d'inscription. En cliquant sur "create an account", le compte est créé. Qu'il s'agisse d'un formateur ou d'un prestataire de services, la procédure reste la même : en indiquant leur domaine d'activité.

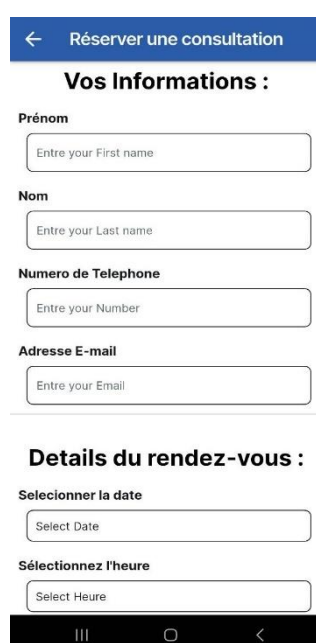
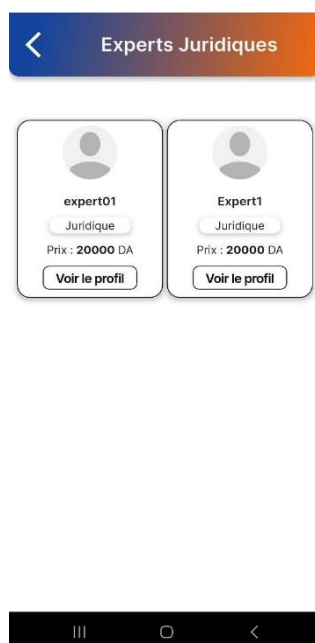
- Lorsque vous cliquez sur « Obtenir un accompagnement », La page de nos services s'ouvre: Comprenant les consultations, les formations et les prestations de services ..



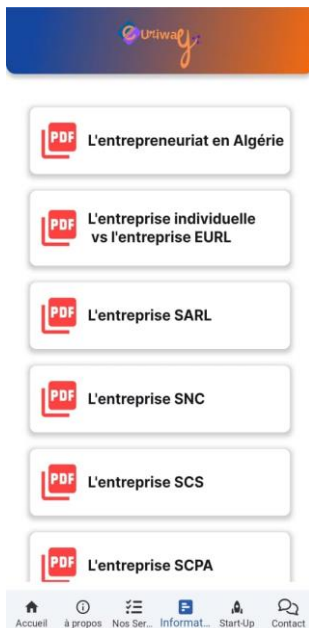
Le GPS Intelligent de l'entrepreneuriat



- Dans « Consultations », on trouve les types des experts. En cliquant sur le bouton « Experts juridiques », la liste de tous les experts disponibles s'affiche, ainsi que leurs tarifs. Et lorsqu'on clique sur « voir le profil » : Une image et le nom de l'expert apparaissent, accompagnés d'informations sur ses compétences et ses expériences, ainsi qu'un bouton pour réserver une consultation ou Une page s'affiche pour que le bénéficiaire saisis ses informations : ... Ensuite, il clique sur " passer au paiement " Pour compléter la réservation. Des notifications seront envoyées ultérieurement sur le compte du bénéficiaire.



- Le même procédé est suivi pour la réservation d'une formation et prestation de service.

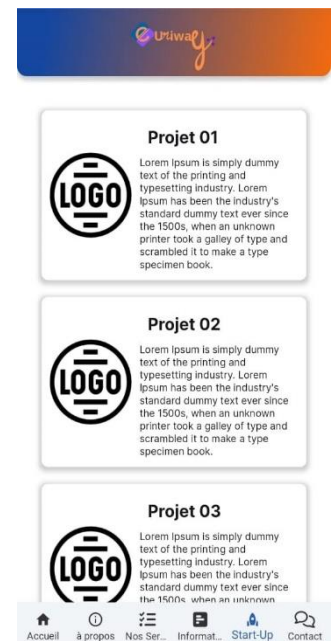


- Quant au bouton 'informations', il affichera quotidiennement des articles PDF sur l'entrepreneuriat et tout ce qui s'y rapporte ainsi que les statues juridiques en Algérie, afin que le bénéficiaire soit informé des évolutions et des éléments essentiels au bon fonctionnement de son activité.

- Le bouton Start-up/projet permettra de présenter l'ensemble des projets et start-ups ayant travaillé avec notre application "afin de leur offrir une meilleure visibilité et un appui concret de notre part.



- Il y a également un bouton » A propos « qui contient une présentation de notre application ainsi que tous nos réseaux sociaux .FC, Instagram et LinkedIn.





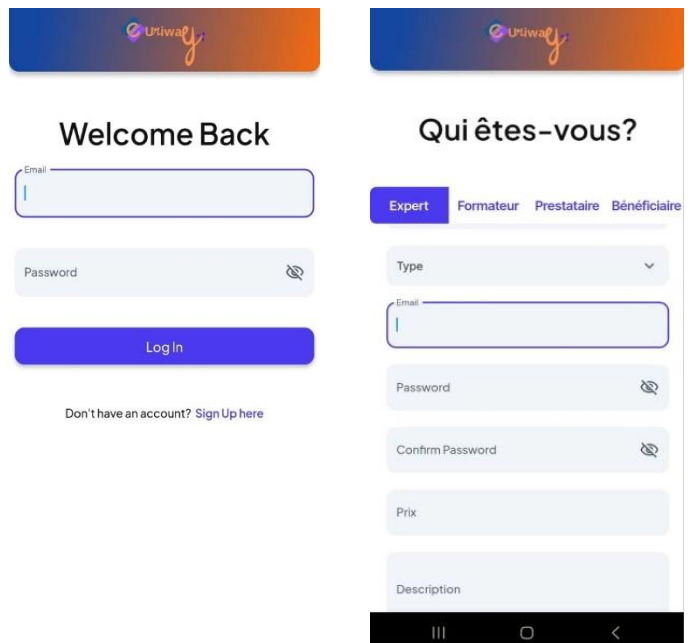
Contactez-nous
 Téléphone E-mail

Nom et prénom
 N° téléphone
 Choisissez votre statut
 Objet
 Envoyer le message

Accueil à propos Nos Ser... Informat... Start-Up Contact

- Les utilisateurs peuvent également nous contacter en remplissant leurs informations personnelles : nom prénom, numéro de téléphone ou email, le statut, et le message.

- La page d'accueil comprend un bouton d'inscription « connexion » qui permet aux utilisateurs déjà enregistrés d'accéder à leur compte." Les nouveaux utilisateurs peuvent, cliquer sur le bouton « sign up here» pour créer un compte. Quel que soit leur statut : qu'ils soient experts, formateur, prestataire de service ou bénéficiaire.



Welcome Back
 Email
 Password
 Log In
 Don't have an account? Sign Up here

Qui êtes-vous?
 Expert Formateur Prestataire Bénéficiaire
 Type
 Email
 Password
 Confirm Password
 Prix
 Description

2.Questionnaire :

A. Dans le cadre de l'analyse des besoins des futurs bénéficiaires de la plateforme Euriway, un questionnaire a été conçu pour mieux cerner leurs profils, leurs attentes et les difficultés rencontrées.

1/ Votre âge : moins de 20 ans, 20-30ans, 31-40ans, plus de 40ans ?

- ✓ *Justification* : Permet de segmenter les porteurs de projets selon leur maturité entrepreneuriale, car chaque tranche d'âge présente des besoins et des priorités spécifiques.

2/ Votre statut : Porteur d'idée, Entrepreneur, Start-up, Étudiant, Salarié avec un projet en parallèle, autre ?

- ✓ *Justification* : Sert à identifier le niveau d'avancement du projet (idée, début de start-up, entrepreneur confirmé) afin d'adapter les services proposés.

3/ Avez-vous déjà créé une entreprise ?

- ✓ *Justification* : Permet de différencier les débutants des expérimentés, afin de proposer un accompagnement adapté à leur niveau.

4/ Rencontrez-vous des difficultés juridiques dans votre projet / idée ?

- ✓ *Justification* : Mesure l'importance des besoins en accompagnement juridique, pilier central de l'offre Euriway.

5/ Quels aspects juridiques vous posent le plus de difficultés ?

- ✓ *Justification* : Identifie les aspects juridiques les plus problématiques pour cibler les contenus, outils et services à intégrer dans la plateforme.

6/Si vous êtes étudiant, les formations des incubateurs sont-elles été suffisantes et en avez-vous tiré profit ?

- ✓ *Justification* : Évalue l'efficacité des formations entrepreneuriales actuelles pour mieux ajuster les compléments proposés par Euriway.

7/Quels services auriez-vous besoin pour concrétiser votre projet ?

- ✓ *Justification* : Aide à prioriser les services essentiels à offrir selon les attentes réelles du terrain (mentorat, financement, marketing...).

8/ Seriez-vous intéressé par des consultations avec des experts en ligne ?

- ✓ *Justification* : Vérifie l'adhésion au modèle d'accompagnement à distance proposé par la plateforme.

9/ Si ces informations importantes étaient disponibles en ligne ,Et cela vous aide à progresser plus rapidement, seriez-vous prêt à payer un abonnement ou des frais pour y accéder ?

- ✓ *Justification* : Teste la faisabilité d'un modèle économique basé sur l'abonnement ou des services payants, en mesurant la valeur perçue des services proposés.

B. Ce questionnaire s'adresse aux experts juridiques et juridiques économiques, formateurs, ainsi qu'aux prestataires de services (développeurs d'applications, agences marketing, graphistes, rédacteurs, etc.) souhaitant contribuer à la plateforme.

1/ Quelle est votre profession / domaine ?

- ✓ *Justification* : Cette question permet d'identifier les types de compétences disponibles et d'anticiper les catégories de services à intégrer sur la plateforme (juridique, financier, marketing, design, etc.). Elle aide également à organiser l'offre par spécialité pour faciliter la recherche de prestataires par les utilisateurs.

2/ Quelle est votre structure actuelle ? (Indépendant, cabinet, agence, société, autre)

- ✓ *Justification* : Elle permet de comprendre le cadre professionnel des répondants, ce qui influe sur leur disponibilité, leur organisation interne et leur mode de fonctionnement (par exemple, un freelance n'a pas les mêmes attentes qu'un cabinet structuré). Cela aide aussi à adapter les conditions de collaboration sur la plateforme.

3/ Seriez-vous intéressé(e) par l'idée d'offrir vos services via une plateforme numérique (prise de rendez-vous en ligne, visibilité élargie) ?

- ✓ *Justification* : Question essentielle pour valider l'adhésion au modèle de fonctionnement de la plateforme. Elle permet d'évaluer l'intérêt réel pour les services numériques proposés par Euriway (gain de visibilité, automatisation des tâches, meilleure accessibilité).

5/ Quel serait, selon vous, le principal avantage d'une telle application ?

- ✓ *Justification* : Cette question ouverte permet de recueillir le point de vue des professionnels sur les bénéfices perçus d'Euriway, et d'identifier les arguments les plus convaincants pour les inciter à rejoindre la plateforme. Cela aide aussi à mettre en valeur les atouts majeurs lors du lancement commercial.

6/ Quel modèle de rémunération vous conviendrait le mieux pour proposer vos services via notre application ? (Commission, forfait, abonnement, autre)

- ✓ *Justification* : L'objectif est d'identifier les préférences économiques des prestataires pour construire un modèle de monétisation attractif et équitable. Cela permet d'éviter les blocages liés à la tarification et d'assurer une collaboration durable.

7/ Quel tarif seriez-vous prêt(e) à proposer pour un service destiné à un étudiant, tout en assurant la qualité de votre accompagnement ?

- ✓ *Justification* : Cette question vise à recueillir des tarifs accessibles pour les jeunes porteurs de projet, tout en maintenant un niveau de service professionnel. Elle permet de préparer des offres adaptées au budget étudiant, souvent limité, et de construire des packs tarifaires réalistes.

8/ Avez-vous des suggestions pour nous aider à construire une plateforme utile et attractive pour vous et vos futurs clients ?

- ✓ *Justification* : Il est essentiel d'impliquer les futurs prestataires dans la co-construction de la plateforme. Cette question permet de recueillir des idées concrètes d'amélioration, d'identifier des attentes spécifiques, et de s'assurer que la plateforme soit alignée avec leurs besoins professionnels.

Conclusion :

En somme, ce travail nous a permis de mettre en lumière l'importance croissante de l'innovation numérique dans le domaine de l'entrepreneuriat. À travers l'étude et le développement du projet Euriway, nous avons démontré qu'il est possible de créer une solution intelligente, inclusive et fonctionnelle, destinée à accompagner les porteurs d'idée, les entrepreneurs et les start-ups dans leur parcours entrepreneurial. Ce projet ne se limite pas à une simple application mobile, mais s'inscrit dans une démarche plus large de soutien, de formation et de mise en réseau des bénéficiaires, notamment dans des contextes où l'accès à l'information et aux ressources reste limité. La conception de cet outil a nécessité une réflexion stratégique, une analyse des besoins du public cible et une structuration rigoureuse des fonctionnalités proposées. Chaque fonctionnalité a été pensée pour répondre à des problématiques concrètes, avec pour objectif d'optimiser l'expérience de l'utilisateur.

Ainsi, Euriway ambitionne de devenir un acteur clé de l'écosystème entrepreneurial, en facilitant l'accès à des services adaptés, à des formations qualifiantes et à un accompagnement personnalisé. Cette initiative témoigne de notre volonté de contribuer activement au développement de solutions numériques au service de l'entrepreneuriat de demain. Nous aspirons également à stimuler l'économie nationale en soutenant l'émergence de nouveaux projets, en favorisant la création d'emplois et en contribuant ainsi activement au développement économique durable de l'Algérie.

Bibliographie :

➤ Les références en français :

1. Ouvrages et manuels

- Eiglier.P, & Langeard, E, "Servuction : Le marketing des services," Paris : McGraw-Hill, 1999 ,p 13.
- Langlois.C, & Maurette, P, "Le management des services : Une approche globale", Paris : Economica, 2003, p 5.

2. Articles scientifiques

- Bouras. L, "*Arrêté ministériel n°1257 : Création de valeurs*", Revue des Sciences Commerciales, Vol 22, N° 1, 2023, pp 172–191.
- Mancer, I., & Razibaouene, A. "*Entrepreneuriat et innovation en Algérie : Une analyse à partir du cas de la wilaya de Bouira*". Revue des Sciences Économiques, de Gestion et Sciences Commerciales, Vol 13, N°2, 2020, pp95–109.
- Yahiaoui. A, Ait Fella.Y, & Merlat, N. "*Comment l'innovation et l'entrepreneuriat à travers les projets startups influent le paysage économique en Algérie : Une étude qualitative d'un projet de création d'une startup à l'incubateur de l'université de Bouira*". El-Manhel Economy, Vol 7, N°2, 2024, pp1563–1574.
- ¹ Belkadi. W, "*L'innovation, un levier de l'économie circulaire*", Revue Maghrébine Management des Organisations, Vol8, N°1, 2023, pp1-6.
- Abdeldjebar. S , "*Analyse stratégique du secteur du transport aérien par les modèles PESTEL et SWOT : Étude de cas portant sur un échantillon des compagnies aériennes* ", Al-Bashaer Economic Journal, Vol3, N°4, 2017, pp280-298.
- Mehadi. S, & Kezzar, R. "*Contribution à l'élaboration des stratégies de développement des entreprises : Application de l'analyse SWOT au cas de Hodna-lait*", Journal des Études Économiques Contemporaines, vol6, N°2, 2021, pp 625-642.
- Benlacheheb.H, "Impacte du mix marketing de service sur la fidélisation client : Étude réalisée sur l'établissement financier BADR", Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les Études, vol13, N°1, 2024, pp 880-899.

3. Cours universitaires

- Dr. Brahimi Assia. Cours sur la Loi 04-08 adressés aux étudiants de quatrième année spécialité management financière, Département du second cycle, École Supérieure de Management Tlemcen, 2023-2024, p. 3.
- Dr. Brahimi Assia. Cours sur la Loi 04-08, op. cit., pp. 5-6.

4. Rapports et documents institutionnels

- GEM 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check, [Enligne], disponible sur :<<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=516>>, consulté le(13/03/2025) .
- Guide pour créer une entreprise, [en ligne],disponible sur : < <https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>>, Consulté le 23/05/2025.
- Guide pour créer une entreprise, [en ligne],disponible sur : < <https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>>, Consulté le 23/05/2025.
- Nesda , [en ligne], disponible sur:< www.nesda.dz >, consulté le 23/04/2025.
- Angem, [en ligne], disponible sur: ,< www.angem.dz >, ,consulté le 23/04/2025 .

5. Ressources web et outils méthodologiques

- Chef-de-projet , [Enligne],disponible sur:<[Triangle d'or en gestion de projet : optimiser qualité, coûts et délais - Chef-de-projet.fr](http://Triangle-d-or-en-gestion-de-projet-optimiser-qualite-couts-et-delaix-Chef-de-projet.fr)> , consulté le 17/04/2025.
- CNRC. Disponible sur <<https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche/recherche-nae>> consulté le 29/04/2025.

6. Législation et textes juridiques

- Loi n° 04-08 du 27 Djoumada Ethania 1425 correspondant au 14 août 2004, Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 18 août 2004, p. 4 à 9.
- Loi n° 04-08 du 27 Jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, op. cit., pp. 4-9.
- Décret exécutif n° 97-41 du 9 Ramadhan 1417 correspondant au 18 janvier 1997, Journal officiel de la République algérienne, n° 5, 19 janvier 1997, p. 10 à 15.
- Décret exécutif n° 15-111 du 14 Rajab 1436 correspondant au 3 mai 2015, Journal officiel de la République algérienne, n° 24, 13 mai 2015, pp. 4-8.

- Décret exécutif n° 15-249 du 15 Dhou el-Hidja 1436 correspondant au 29 septembre 2015, Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 30 septembre 2015, pp. 5-7.
- Décret exécutif n° 00-307 du 14/10/2000
- 6. Loi n° 18-05 du 10/05/2018 relative au commerce électronique

➤ **Les références en anglais :**

1. Books :

- Drucker. P. F. "*Innovation and entrepreneurship: Practice and principle*, New York: Harper & Row, 1985, p. 27.

2. Periodicals and Researches :

- Medkour. S, & Chenane. A, "*Contribution of the entrepreneurship ecosystem to the emergence and development of the entrepreneurship dynamic: Study applied to the Soummam Valley of Bejaia – Algeria*", Journal of Economic Integration, Vol 10, N°1, 2022, pp 345–361.
- Messahel.S, "*Challenges for developing social entrepreneurship in Algeria.*", Vol 9, N°02, 2023, pp 715-733.
- Zakaria.H, Almi. H, & Boucenna.W , "*Startup development in Algeria: Navigating challenges and seizing opportunities*", Journal of Economic Integration, Vol12, N°4, 2024, pp 240–259.
- Berreziga. A, Atoussi. M, & Bakdi. F, "The entrepreneurial support in Algeria: What realities? ", *Business Sciences Review*, 2021, pp 168–183.
- Hmioui A. & Bedraoui O. "The impact of innovation on firm performance: Literature review " *Human & Social Sciences Journal*, Vol 7, N°3, 2021, pp 451–466.
- Arabeche. Z, & Chemma. N, "Entrepreneurship and business performance: Case of Algeria " *Economic and Management Research Journal*, Vol 14, N°5, 2020, pp 63–78.

Annexes

Annexe 1 : le bilan d'ouverture d'Euriway

<i>Actif</i>		<i>Passif</i>	
Immobilisation Incorporelles		capitaux propres	1257000
Création d'application	280000	capital	1257000
Immobilisation Corporelles			
constructions	360000		
installation techniques matériels et outillages	440000		
matériels de bureau informatiques	127000		
autre immobilisations corporelles	50000		
immobilisations financières	0		
Total Actif non courant	1257000	Total Passif non courant	1257000
Trésorerie	0		
Total ACTIF COURANT	0	Total Passif courant	0
Total Actif	1257000	Total Passif	1257000

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Annexe 2 : Le TCR

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
CA HT	5 608 800	7 571 880	10 222 038	13 799 751	18 629 664
Achats consommés	365 000	365 000	365 000	365 000	365 000
Autres consommations et services	91250	91250	91250	91250	91250
Valeur Ajoutée d'exploitation	5 152 550	7 115 630	9 765 788	13 343 501	18 173 414
Taux de VA	91,87%	93,97%	95,54%	96,69%	97,55%
Charges du personnel	2 122 000	2 122 000	2 122 000	2 122 000	2 122 000
Autres charges d'exploitation	392 616	530 032	715 543	965 983	1 304 076
Marketing	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000
Charges financières	0	0	0	0	0
Amortissements	131 400	131 400	131 400	131 400	131 400
provision	112 176	151 438	204 441	275 995	372 593
Résultat ordinaire avant impôts	894 358	2 680 761	5 092 405	8 348 124	12 743 344
IBS	0	0	0	0	3 539 636
Résultat net	894 358	2 680 761	5 092 405	8 348 124	9 203 708
Cash-flow brut	1 025 758	2 812 161	5 223 805	8 479 524	9 335 108
Dividendes	0	0	0	0	0
Remboursement du principal	0	21 998	21 998	21 998	21 998
Cash-flow net	1 025 758	2 790 163	5 201 807	8 457 526	9 313 111
Cumul Cash-flow net	1 025 758	3 815 921	9 017 728	17 475 255	26 788 365

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Annexe 03 : : tableau des flux de trésorerie

Désignation	Exercice N
Flux de trésorerie des activités opérationnelles :	
+Résultat net de l'exercice	894 358
+amortissement	131 400
Flux de trésorerie générés par l'activité (A):	+1 025 758
Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissement :	
-acquisition d'immobilisation corporelles et incorporelles	1 257 000
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)	-1 257 000
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement :	
+Augmentation de capital	1 169 010
+ Nouveau d'emprunt	87 990
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)	1 257 000
Variation de trésorerie lié aux opérations de financement (A+B+C)	1 025 758

Source : Élaboré par l'équipe d'Euriway.

Annexe 4 : BMC d'Euriway



Source : élaboré par l'équipe d'Euriway

Annexe 5 : activité 607025

	Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations Centre National du Registre du Commerce	
<u>Nomenclature des Activités Economiques Soumises a Inscription au Registre du Commerce</u>		
<u>Code :</u> 607025		
<u>Libelle :</u> etablissement et exploitation de services de fourniture d'accès a internet (activite reglementee)		
<u>Contenu :</u> - Exploitation des services Internet; - services interactifs de consultation ou d'hébergement de pages multimédias : textes, graphiques, son ou vidéo; - Services d'échanges de message électronique entre utilisateurs; - Service d'accès en mode émulation terminal sur des ordinateurs distants; - Services de téléchargements de fichier en mode point à point. - Services permettant à un groupe d'utilisateurs, partageant un intérêt commun sur un thème particulier d'échanger des informations.		
<u>Accessoires :</u>		
Page 1 / 1		

Source : CNRC. Disponible sur <https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche/recherche-nae>

Annexe 6 : activité 607081

	République Algérienne Démocratique et Populaire Ministère du Commerce Intérieur et de la Régulation du Marché Centre National Du Registre Du Commerce	الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التجارة الداخلية و ضبط السوق الوطنية المركز الوطني للمجل التجاري	
<u>Nomenclature des Activités Economiques Soumises a l'Inscription au Registre du Commerce</u>			
Code:	607081		
Libelle:	incubateur -accélérateur		
Contenue:	-Location d'espace de travail au profit des tiers ; -Domiciliation des entreprises et services de secrétariat ; -Conception et dispense des programmes d'accompagnement pour les porteurs de projets innovants et startup, sur tout aspect technique, administratif et commercial, pour propre compte ou au profit des tiers; -Organisation des événements, des séminaires et des formations dans le domaine de l'innovation et de la technologie, Conseils dans le domaine de création des entreprises ; -Services de promotion de l'innovation pour les entreprises (open innovation, programs, bootcamps pour grands groupes, etc.) ; -Conseil et mise en relation pour l'investissement dans les startups ; -Services de prototypage technologique ; -Production et édition de contenus relatifs à l'entrepreneuriat et à l'innovation.		
Accessoires:			

Source : CNRC. Disponible sur <https://sidjilcom.cnrc.dz/recherche/recherche-nae>

Annexe 7 : L'enregistrement des startups

MINISTÈRE DU COMMERCE
Centre National du Registre du Commerce

المركز الوطني للسجل التجاري

Le Directeur Général

المندوب العام

2019/ 7-08 تاريخ

الجزائر - في

مفكرة إلى

السيدات والسادة مأموري
الفروع المعنية للمركز الوطني للسجل التجاري

الموضوع : قناني قيد المؤسسات الناشئة START UP في السجل التجاري.

تعملاً لرسالة المسندة عن السيد الأمين العام لوزارة التجارة تحت رقم 1742 المؤرخة في 2019/10/24 أودعكم علماً أن المؤسسات الناشئة START UP الناشئة في ميادين التقنيات الحديثة للإعلام و الاستثمار تندرج ألبا في المفهوم الشامل للمستثمر الأولي (primo-investisseur) وبالتالي فهي معفاة من تقديم التبرير المتعلق بحيازة السجل التجاري أثناء عملية القيد في السجل التجاري لأول مرة، طبقاً لأحكام المادة 21 من القانون رقم 08-04 المؤرخ في 2004/08/14 المعدل و المتمم بموجب أحكام المادة 07 من القانون رقم 06-13 المؤرخ في 2013/07/23، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، التي تقتضي بأن يعتد بمقر الإقامة بالنسبة للأشخاص الطبيعيين و بعنوان محافظ الحسابات، أو الخبير المحاسب أو المحام أو الموثق أو عنوان إقامة السجل القانوني للشركة، بالنسبة للأشخاص المعنويين.

هذه النشاطات تتعلق فيما يلي:

- مكتب الدراسات والاستشارة في الإعلام الآلي (كونسولتينج) (607.001).
- تركيب الشبكات ومعالجة المعلومات (607.002).
- مؤسسة الهندسة في الإعلام الآلي الصناعي والإنتاجي (607.019).
- إنشاء واستغلال خدمات توفير اللغات إلى الأنترنت (607.025).
- إنشاء واستغلال خدمات تحويل الصوت عبر الأنترنت (607.065).
- برمجة أنظمة الإعلام الآلي (607.069).
- تركيب، صيانة وتصلبج التجهيزات والبرامج المعلوماتية للترميز (613.233).

تجدر الإشارة أن النشاطات المنظمة تبقى دائماً مرهونة بتقديم الاعتماد أو الرخصة
سما بها.

أولي إهتمامنا بالغا، للتطبيق الصارم لهذه المذكرة.

المندوب العام

المركز الوطني للسجل التجاري

رقم 24 السيدو، المحمدية الجزائر - ص.ب 18 برج الكيفان - الرموز البريدية
El Mohammadia Alger, BP 18 Bordj El Kiffan, C.P 16031. Tél : 023 80.43.14 / 023 80.43.42 / 023 80.43.73 Fax : 023 80.43.05 / 023 80.43.06

Source : Centre National du Registre du Commerce

Table des matières

Introduction Générale	01
Axe 01 : présentation du projet 05	
1. L'idée du projet	06
2. Aspect juridique	11
2-1 les formes juridiques de création d'entreprise.....	11
2-2 procédure de création d'entreprise	14
3. Les valeurs proposées	21
4. L'équipe.....	24
5. Les objectifs.....	27
5-1 les objectifs à court terme	29
5-2 les objectifs à moyen terme	30
5-3 les objectifs à long terme	30
6. Planning	31
Axe 02: les aspects innovants	40
1. La nature de l'innovation	41
1-1 Définition de l'innovation	42
1-2 Matrice d'innovation	43
2. Les domaines d'innovation	44
Axe 03 : l'analyse stratégique du marché	47
1. Analyse et diagnostique de l'entreprise	49
1-1 ANalyse PESTEL	49
1-2 ANalyse SWOT.....	50
1-3 ANalyse la concurrence.....	52

2. Objectifs et stratégies	60
2-1 Segment de Marché.....	60
2-2 Motivation des clients.....	63
2-3 Opportunités des partenariats.....	64
2-4 Choix de stratégie marketing.....	66
2-5 Les objectifs marketing.....	69
2-6 Budget prévisionnel	70
3. Choix des moyens opérationnels.....	71
3-1 Le mix marketing.....	71
3-2 Contrôle et audit marketing.....	76
Axe 04: processus de servuction	82
1. La servuction	83
2. L'approvisionnement.....	86
2-1 Objectifs.....	71
2-2 Stratégie d'approvisionnement.....	71
3. La main d'œuvre	87
4. Partenaire	89
Axe 05: plan financier.....	94
1. Coûts et charges.....	95
2. charges d'exploitation.....	98
3. Investissement et amortissement	99
4. Chiffre d'affaire	100
5. les comptes des résultats escomptés	101
6. Le tableau des flux de trésorerie	102

Axe 06 : prototype	104
1. Présentation du prototype	105
2. Questionnaire cible	109
Conclusion	112
La liste des références.....	113
Les annexes.....	116

Résumé de projet

Euriway est une application numérique intelligente conçue pour soutenir les entrepreneurs et les débutants dans le domaine de l'entrepreneuriat, en facilitant l'accès à l'information, aux formations, aux experts et aux services essentiels au développement et à la réussite des projets. Sa valeur ajoutée réside dans sa capacité à regrouper toutes ces ressources au sein d'une seule plateforme, facile à utiliser et intégrée, ce qui contribue à réduire la dispersion, à gagner du temps et à améliorer l'expérience utilisateur. Cette complémentarité de services fait de **Euriway** un outil à impact double : il encourage la création d'entreprises et facilite l'investissement, ce qui se reflète positivement sur la croissance économique et la création d'emplois ; en parallèle, il renforce l'autonomisation des jeunes en réduisant les inégalités d'accès à la formation et à l'expertise, tout en promouvant une culture de l'innovation et de l'entrepreneuriat. S'inscrivant dans cette vision, notre application ambitionne de devenir une plateforme entrepreneuriale de référence, répondant aux aspirations d'une nouvelle génération de créateurs à l'échelle régionale, nationale et mondiale.

ملخص المشروع

Euriway هو تطبيق رقمي ذكي صُمم لدعم رواد الأعمال والمبتدئين في مجال الريادة، عبر تسهيل الوصول إلى المعلومات، التكوينات، الخبراء، والخدمات الأساسية لتطوير المشاريع وإنجاحها حيث تنبع قيمته المضافة من كونه يجمع كل هذه الموارد داخل منصة واحدة، سهلة الاستخدام ومتكاملة، مما يساهم في تقليل التشتت، وتوفير الوقت، وتحسين تجربة المستخدم. هذا التكامل في الخدمات يجعل من Euriway أداة مؤثرة تخلق أثرًا مزدوجًا فهو من جهة يُحفّز إنشاء المشاريع ويُسهّل الاستثمار، بما ينعكس إيجابيًا على النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل ومن جهة أخرى، يُعزّز التمكين الاجتماعي للشباب عبر تقليص الفوارق في الوصول إلى التكوين والخبرة، وترسيخ ثقافة الريادة والابتكار. وانطلاقًا من هذا التوجّه، يسعى تطبيقنا إلى أن يكون منصة ريادية فاعلة، تواكب طموحات جيل جديد من المبدعين على المستويات الإقليمية، الوطنية، والعالمية.

Project summary

Euriway is a smart digital application designed to support entrepreneurs and beginners in the field of entrepreneurship by facilitating access to information, training, experts, and essential services for project development and success. Its added value lies in its ability to bring together all these resources into one integrated and user-friendly platform, helping reduce fragmentation, save time, and enhance the user experience. This service complementarity makes **Euriway** a powerful tool with a dual impact: on one hand, it promotes business creation and facilitates investment, which positively affects economic growth and job creation; on the other hand, it strengthens youth empowerment by narrowing the gap in access to training and expertise, while fostering a culture of entrepreneurship and innovation. Aligned with this vision, our application aims to become a leading entrepreneurial platform that meets the ambitions of a new generation of innovators at the regional, national, and global levels.