

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
المدرسة العليا لإدارة الأعمال - تلمسان  
École Supérieure de Management Tlemcen  
قسم الطور الثاني  
Département du second cycle



## Projet de Fin d'Étude « Master »

Dans le cadre de l'arrêté ministériel n°008 modifiant et complétant l'arrêté n°1275 fixant les modalités d'élaboration d'un projet de fin d'études en vue de l'obtention d'un

« Diplôme universitaire - diplôme Startup »

Spécialité : Marketing & Management et Stratégie des Entreprises



**MACHINET**  
Where Businesses Connect

Présenté Par :

- MELAKHESSOU Oumaima
- BENKHOUEANE Rania Ines
- SAIDI Ikram

Date de soutenance :

21/06/2026

Devant le jury composé de :

| Nom et prénom    | Grade                | Etablissement   | Qualité                      |
|------------------|----------------------|-----------------|------------------------------|
| KHALDI Mohammed  | MCA                  | ESM Tlemcen     | Président                    |
| IZENASNI Ali     | Professeur           | ESM Tlemcen     | Examineur                    |
| BESSOUH Nadira   | Professeure          | ESM Tlemcen     | Encadrante                   |
| BRAHIMI Assia    | MCA                  | ESM Tlemcen     | Co-Encadrante                |
| HELLABI Zoubayda | MCB                  | ESM Tlemcen     | Représentant de l'incubateur |
| BERRADIA Aouicha | Chargée de Clientèle | BNA 527 Tlemcen | Partenaire socio-économique  |

Année universitaire : 2025/2026

## Carte d'informations :

À propos de l'équipe d'encadrement du groupe de travail

### 1- Équipe d'encadrement :

| Équipe d'encadrement :                               |                                   |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Encadrante principale :</b><br>Pr. BESSOUH Nadira | <b>Spécialité :</b><br>Marketing  |
| <b>Co-Encadrante:</b><br>Dr. BRAHIMI Assia           | <b>Spécialité :</b><br>Management |

### 2- Équipe de projet :

| Équipe de projet       | Faculté     | Spécialité                              |
|------------------------|-------------|-----------------------------------------|
| MELAKHESSOU Oumaima    | ESM Tlemcen | Marketing                               |
| BENKHOUEANE Rania Ines | ESM Tlemcen | Marketing                               |
| SAIDI Ikram            | ESM Tlemcen | Management et Stratégie des Entreprises |

## Remerciements

Nous remercions en premier lieu Allah, le Tout-Puissant, qui nous a accordé la santé, la patience et la volonté nécessaires pour mener ce travail à son terme. C'est par Sa grâce que nous avons pu surmonter les difficultés rencontrées et persévérer jusqu'à l'aboutissement de ce projet.

Nos plus sincères remerciements vont à notre encadrante, Madame **BESSOUH Nadira**, pour son encadrement rigoureux, ses orientations précieuses et son accompagnement constant tout au long de l'élaboration de ce mémoire. Sa disponibilité, son écoute et son exigence bienveillante ont été pour nous une source d'encouragement et de motivation permanente.

Nous exprimons également notre profonde gratitude à notre co-encadrante, Madame **BRAHIMI Assia**, pour son suivi, ses orientations pertinentes, son expertise scientifique et les encouragements qu'elle nous a apportés.

Nous remercions également l'ensemble du corps enseignant de l'École Supérieure de Management de Tlemcen, qui ont su, au fil de notre formation, éveiller en nous l'esprit d'initiative, la rigueur analytique et la passion pour l'entrepreneuriat et le management.

Nos remerciements vont aussi aux membres du jury qui nous font l'honneur d'examiner ce travail. Leurs remarques et leur regard critique constitueront pour nous un apport précieux.

C'est avec une immense gratitude que nous exprimons toute notre reconnaissance à nos familles respectives, pour leur amour sans condition, leurs sacrifices silencieux et leur soutien de chaque instant. Ils ont été notre force dans les moments les plus difficiles, et c'est grâce à eux que nous avons tenu jusqu'au bout. Aucun mot ne saurait exprimer à sa juste valeur tout ce que nous leur devons.

Nous remercions également nos amis et collègues de promotion pour les moments partagés, les échanges enrichissants et la solidarité qui a marqué ces années d'études communes.

Enfin, nous adressons nos remerciements à toutes les personnes qui ont accepté de nous accorder de leur temps dans le cadre de notre étude terrain, dont les témoignages ont été d'une grande valeur pour la réalisation de ce travail. Et à toute personne ayant contribué, de près ou de loin, à l'aboutissement de ce projet : chaque mot d'encouragement, chaque geste de soutien a compté.

## Dédicace

À mes très chers parents, piliers de ma vie et source inépuisable d'amour et de soutien, je vous remercie pour tous les sacrifices consentis et pour la confiance que vous avez toujours placée en moi. Vous avez été ma force dans les moments difficiles et les premiers à croire en mes rêves. Je vous dédie ce travail avec toute ma reconnaissance. Qu'Allah vous préserve et vous accorde une vie longue, heureuse et remplie de bénédictions.

À mes chers frères et sœurs, **Aya, Fouad, Maya, Roudaina et Minah**, qui ont été une source constante de joie, d'encouragement et d'affection, je vous exprime tout mon amour et ma gratitude.

À mes binômes et amies, **Rania et Ikram**, avec qui j'ai partagé cette belle aventure. Merci pour votre soutien, votre patience et tous les efforts fournis tout au long de ce travail.

À mes amies de la résidence universitaire, **Maïssa, Kamer, Wissal, Khadidja et Aya**, avec qui j'ai partagé des moments simples mais inoubliables, faits de rires, de soutien et de solidarité, qui ont rendu la distance avec ma famille plus facile à vivre.

À ma famille, à mes amis et à toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à mon parcours et à la personne que je suis aujourd'hui, je dédie ce travail avec toute ma reconnaissance et mon affection.

**MELAKHESSOU Oumaima**

## Dédicace

À **moi-même**, d'abord et avant tout, pour chaque nuit sans sommeil, chaque doute traversé et chaque fois où j'ai choisi de continuer malgré tout. Pour les moments où j'ai cru ne pas être assez forte, assez capable ou assez courageuse, mais où je me suis relevée malgré la fatigue et les difficultés. Ce travail est la preuve que j'en étais capable, et le témoignage d'un chemin parcouru avec persévérance.

À ma très chère **maman**, toi qui as toujours été à mes côtés avec ta douceur et ton amour sans condition. Tu as porté mes peines comme les tiennes, sans jamais te plaindre, et tu as cru en moi même lorsque je doutais de moi-même. Merci pour ton soutien, tes sacrifices silencieux et toutes les prières que tu as faites pour moi. Aucun mot ne sera jamais assez grand pour exprimer ce que tu représentes pour moi.

À mon très cher **papa**, mon pilier et mon modèle, celui qui m'a appris la valeur du travail, de la dignité et de la persévérance. Merci pour tous les efforts et les sacrifices que tu as consentis pour me permettre d'avancer et de réaliser mes rêves. Grâce à vous deux, j'ai pu gravir toutes ces marches. Ce diplôme est votre victoire avant d'être la mienne.

À mes chers frères **Ishak, Abdou et Mahdi**, mes premiers supporters et mes protecteurs fidèles. Merci d'avoir toujours cru en moi, de m'avoir encouragée dans les moments difficiles et d'avoir été présents dans les instants qui comptaient le plus.

À mon amie **Fatima**, L'amie rare que la vie m'a offerte comme un cadeau précieux. Merci pour ton amitié sincère, ton écoute et ton soutien. Tu es de celles qui restent malgré le temps et les épreuves, et cela, je ne l'oublierai jamais.

À **Aya, Khadija et Maïssa**, mes sœurs de cœur avec qui j'ai partagé des souvenirs, des rires et des moments qui resteront gravés en moi pour toujours. Vous avez rendu ces années universitaires infiniment plus belles et plus légères.

À mes binômes et amies **Ikram et Oumaima**, avec qui j'ai partagé bien plus qu'un projet. Nous avons vécu ensemble les nuits de travail, les remises en question, les défis et les moments de fierté. **MachiNet** est notre œuvre commune, le fruit de nos efforts et de notre détermination, et je suis fière de l'avoir bâtie avec vous deux.

À toute ma famille et à chacun de mes proches qui ont contribué, d'une manière ou d'une autre, à faire de moi la personne que je suis aujourd'hui,

**Alhamdoulillah, pour chaque épreuve, chaque leçon et chaque réussite.**

**BENKHOANE Rania Ines**

## Dédicace

Avant toute chose, je rends grâce à **Allah**, Le Tout-Puissant, pour Sa miséricorde, Sa protection et les innombrables bénédictions qu'Il a placées sur mon chemin. C'est grâce à Lui que j'ai trouvé la force, la patience et la persévérance nécessaires pour accomplir ce travail et atteindre cette étape importante de ma vie.

Je dédie ce mémoire à mes très chers **parents**, qui ont toujours été mon plus grand soutien et ma plus grande source d'inspiration. Merci pour votre amour inconditionnel, vos sacrifices silencieux, votre confiance et toutes les prières qui m'ont accompagnée tout au long de mon parcours. Aucun mot ne saurait exprimer pleinement ma gratitude envers vous. Ce travail est le fruit de vos efforts autant que des miens.

À mes **frères**, merci pour votre affection, vos encouragements et tous les moments de joie que nous avons partagés. Votre présence a toujours été une source de réconfort et de motivation.

À mes binômes et amies, **Oumaima** et **Rania**, avec qui j'ai partagé cette aventure entrepreneuriale et académique. Merci pour votre engagement, votre patience, votre esprit d'équipe et les nombreuses heures de travail que nous avons consacrées ensemble à la réalisation de MachiNet. Au-delà d'un projet, nous avons construit une expérience humaine riche en apprentissages, en défis et en souvenirs qui resteront gravés dans ma mémoire.

À mes amies et compagnes de parcours, **Khadidja**, **Maïssa**, **Aya** et toutes celles qui ont rendu ces années universitaires plus belles. Merci pour votre présence, votre soutien, vos encouragements et les moments de complicité qui ont allégé les périodes les plus difficiles.

À tous mes enseignants, mentors et aux personnes qui ont cru en moi, m'ont guidée et encouragée à donner le meilleur de moi-même, je témoigne ma profonde reconnaissance.

Enfin, je dédie ce travail à moi-même, pour avoir persévéré malgré les doutes, les difficultés et les moments de fatigue. Cette réussite représente l'aboutissement d'années d'efforts, de sacrifices et de détermination. Elle me rappelle que chaque défi peut être surmonté lorsque l'on avance avec foi, patience et conviction.

À tous ceux qui ont contribué, de près ou de loin, à mon parcours et à cette réalisation, je dédie ce travail avec toute ma gratitude et mon affection.

**SAIDI Ikram**

# Sommaire

|                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------|------------|
| Remerciements.....                                                  | I          |
| Dédicace .....                                                      | II         |
| Sommaire .....                                                      | V          |
| Liste des figures .....                                             | VI         |
| Liste des tableaux .....                                            | VII        |
| Liste des abréviations .....                                        | VIII       |
| Introduction générale .....                                         | I          |
| <b>1 CHAPITRE 1 : Présentation du projet .....</b>                  | <b>4</b>   |
| 1.1 L'idée du projet .....                                          | 5          |
| 1.2 Les valeurs proposées .....                                     | 7          |
| 1.3 Les membres de l'équipe .....                                   | 13         |
| 1.4 Objectifs du projet .....                                       | 22         |
| 1.5 Chronogramme du projet .....                                    | 23         |
| 1.6 Aspect juridique.....                                           | 27         |
| Personnes physiques .....                                           | 34         |
| Personnes morales : .....                                           | 34         |
| <b>2 CHAPITRE 2 : Les aspects innovants .....</b>                   | <b>36</b>  |
| 2.1 La nature de l'innovation .....                                 | 37         |
| 2.2 Domaines de l'innovation .....                                  | 40         |
| 2.3 Impact de l'innovation sur le marché B2B des machines .....     | 50         |
| <b>3 CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché .....</b>         | <b>52</b>  |
| 3.1 Business Model Canvas (BMC).....                                | 53         |
| 3.2 Analyse PESTEL .....                                            | 62         |
| 3.3 L'analyse SWOT .....                                            | 66         |
| 3.4 Analyse des 5 + 1 forces de Porter.....                         | 71         |
| 3.5 L'étude de marché et l'analyse concurrentielle.....             | 74         |
| 3.6 La stratégie marketing adéquate : .....                         | 88         |
| <b>4 CHAPITRE 4 : Plan de développement et d'organisation .....</b> | <b>107</b> |
| 4.1 Processus de servuction .....                                   | 108        |
| 4.2 L'Approvisionnement .....                                       | 108        |
| 4.3 La Main-d'œuvre .....                                           | 109        |
| 4.4 Les Partenaires.....                                            | 109        |
| <b>5 CHAPITRE 5 : Plan Financier.....</b>                           | <b>111</b> |
| 5.1 Les hypothèses & la tarification : .....                        | 113        |
| 5.2 Le chiffre d'affaires prévisionnel : .....                      | 114        |
| 5.3 Les coûts et les charges : .....                                | 115        |
| 5.4 Les comptes de résultats escomptés (TCR) : .....                | 118        |
| 5.5 Le bilan prévisionnel .....                                     | 119        |
| <b>6 CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental .....</b>               | <b>122</b> |
| 6.1 Page d'accueil : .....                                          | 122        |
| 6.2 Les trois profils d'accès : .....                               | 123        |
| 6.3 Tarifs vendeurs : .....                                         | 123        |
| 6.4 Catalogue machines et comparateur : .....                       | 124        |
| 6.5 MachiBot IA industrielle intégrée : .....                       | 125        |
| 6.6 Services experts : .....                                        | 126        |
| 6.7 Marché des machines industrielles (prix réels) : .....          | 127        |
| 6.8 Dashboard vendeur : .....                                       | 128        |
| 6.10 Dashboard expert : .....                                       | 129        |
| Conclusion générale.....                                            | 130        |
| Annexes .....                                                       | 132        |
| Bibliographie .....                                                 | 144        |
| Résumé .....                                                        | 146        |

## Liste des figures

|                                                                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Figure 1:</b> Cercle d'or de Simon Sinek .....                                                                                         | 6   |
| <b>Figure 2:</b> Value Proposition Canvas .....                                                                                           | 8   |
| <b>Figure 3:</b> Diagramme de Gantt de MachiNet .....                                                                                     | 24  |
| <b>Figure 4:</b> Schéma représentant la nature des innovations .....                                                                      | 37  |
| <b>Figure 5:</b> Innovation technologique au cœur de MachiNet .....                                                                       | 41  |
| <b>Figure 6:</b> Décomposition du nom du projet MachiNet .....                                                                            | 42  |
| <b>Figure 7:</b> Acrostiche des valeurs et domaines de MachiNet .....                                                                     | 43  |
| <b>Figure 8:</b> Le logo et slogan de MachiNet .....                                                                                      | 44  |
| <b>Figure 9:</b> Le logo de MachiNet .....                                                                                                | 45  |
| <b>Figure 10:</b> La matrice SWOT de MachiNet .....                                                                                       | 67  |
| <b>Figure 11:</b> Analyse des 5 + 1 forces de Porter appliquée à MachiNet .....                                                           | 71  |
| <b>Figure 12:</b> Niveau de difficulté à trouver des machines industrielles adaptées aux besoins des acheteurs .....                      | 76  |
| <b>Figure 13:</b> Difficultés rencontrées par les acheteurs dans le processus de recherche de machines industrielles .....                | 77  |
| <b>Figure 14:</b> Fonctionnalités les plus recherchées par les acheteurs des machines industrielles dans une plateforme spécialisée ..... | 78  |
| <b>Figure 15:</b> Disposition des acheteurs à adopter la plateforme MachiNet .....                                                        | 79  |
| <b>Figure 16:</b> Intention d'utilisation d'une plateforme permettant de générer davantage de clients .....                               | 80  |
| <b>Figure 17:</b> Fonctionnalités les plus recherchées par les fournisseurs de machines industrielles .....                               | 81  |
| <b>Figure 18:</b> Avantages attendus d'une plateforme spécialisée par les fournisseurs .....                                              | 81  |
| <b>Figure 19:</b> Évaluation de l'idée de la plateforme MachiNet par les fournisseurs .....                                               | 82  |
| <b>Figure 20:</b> Schéma récapitulatif DAS MachiNet .....                                                                                 | 93  |
| <b>Figure 21:</b> Parcours du service client de MachiNet .....                                                                            | 99  |
| <b>Figure 22:</b> Page d'accueil .....                                                                                                    | 122 |
| <b>Figure 23:</b> Modèle des profils d'accès utilisateurs .....                                                                           | 123 |
| <b>Figure 24:</b> Structure tarifaire des comptes vendeurs .....                                                                          | 124 |
| <b>Figure 25:</b> Interface du catalogue et de comparaison des machines .....                                                             | 125 |
| <b>Figure 26:</b> Interface de l'assistant industriel MachiBot .....                                                                      | 126 |
| <b>Figure 27:</b> Interface des prestataires de services experts .....                                                                    | 127 |
| <b>Figure 28:</b> Visualisation des tendances du marché des machines industrielles .....                                                  | 128 |
| <b>Figure 29:</b> Tableau de bord du vendeur .....                                                                                        | 128 |
| <b>Figure 30:</b> Tableau de bord de l'expert .....                                                                                       | 129 |

## Liste des tableaux

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tableau 1:</b> Chronogramme du projet.....                                                               | 24  |
| <b>Tableau 2:</b> Impact de MachiNet sur le marché B2B des machines industrielles en Algérie .....          | 51  |
| <b>Tableau 3:</b> Analyse des concurrents directs .....                                                     | 84  |
| <b>Tableau 4:</b> Analyse des concurrents indirects .....                                                   | 86  |
| <b>Tableau 5:</b> Hypothèses de tarification et de commission MachiNet .....                                | 113 |
| <b>Tableau 6:</b> Scénarios de volume Nombre de clients actifs par mois sur 3 ans.....                      | 114 |
| <b>Tableau 7:</b> Chiffre d'affaires prévisionnel sur 3 ans (Scénarios Pessimiste et Optimiste) .....       | 115 |
| <b>Tableau 8:</b> Détail des charges annuelles de MachiNet .....                                            | 116 |
| <b>Tableau 9:</b> Tableau des Comptes de Résultats (TCR) sur 3 ans (Scénarios Pessimiste & Optimiste) ..... | 118 |
| <b>Tableau 10:</b> Bilan prévisionnel de MachiNet sur 3 ans (2025–2027) .....                               | 119 |

## Liste des abréviations

| Abréviation | Signification complète                                                                                          |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AI          | Artificial Intelligence (Intelligence Artificielle)                                                             |
| ANADE       | Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat                                               |
| ANGEM       | Agence Nationale de Gestion du Microcrédit                                                                      |
| ARPCE       | Autorité de Régulation de la Poste et des Communications Électroniques                                          |
| ASF         | Agence de Soutien et de Financement                                                                             |
| B2B         | Business to Business (Commerce interentreprises)                                                                |
| BATIMATEC   | Salon International du Bâtiment, des Matériaux de Construction et des Travaux Publics (Alger)                   |
| BMC         | Business Model Canvas                                                                                           |
| BTP         | Bâtiment et Travaux Publics                                                                                     |
| CEO         | Chief Executive Officer (Directeur Général)                                                                     |
| CGU         | Conditions Générales d'Utilisation                                                                              |
| CNAC        | Caisse Nationale d'Assurance Chômage                                                                            |
| CRM         | Customer Relationship Management (Gestion de la Relation Client)                                                |
| CTIAA       | Centre Technique des Industries Agro-Alimentaires                                                               |
| DAS         | Domaine d'Activité Stratégique                                                                                  |
| IAA         | Industries Agro-Alimentaires                                                                                    |
| MVP         | Minimum Viable Product (Produit Minimum Viable)                                                                 |
| NESDA       | Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat                                               |
| OCDE        | Organisation de Coopération et de Développement Économiques                                                     |
| ONS         | Office National des Statistiques                                                                                |
| PESTEL      | Politique, Économique, Socioculturel, Technologique, Écologique, Légal (outil d'analyse macro-environnementale) |
| PME         | Petites et Moyennes Entreprises                                                                                 |
| PRFU        | Programme de Recherche en Formation Universitaire                                                               |
| RH          | Ressources Humaines                                                                                             |

|        |                                                                                                        |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SaaS   | Software as a Service (Logiciel en tant que Service)                                                   |
| SAFEX  | Société Algérienne des Foires et Exportations                                                          |
| SAV    | Service Après-Vente                                                                                    |
| SCP    | Segmentation – Ciblage – Positionnement                                                                |
| SEO    | Search Engine Optimization (Référencement naturel)                                                     |
| SIAG   | Salon International de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Génie Rural (Algérie)              |
| SIM    | Salon International du Meuble et de la Menuiserie (SIM Expo, Algérie)                                  |
| SMART  | Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporellement défini (objectifs)                        |
| SONCAS | Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie (méthode de vente et négociation commerciale) |
| SWOT   | Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)              |
| TCR    | Tableau des Comptes de Résultats                                                                       |
| TPE    | Très Petites Entreprises                                                                               |
| UI     | User Interface (Interface Utilisateur)                                                                 |
| USD    | United States Dollar (Dollar américain)                                                                |
| UX     | User Experience (Expérience Utilisateur)                                                               |

# Introduction générale

---

## Introduction générale

De nos jours, l'industrie manufacturière mondiale traverse une phase de transformation profonde, portée à la fois par la quatrième révolution industrielle, la relocalisation partielle des chaînes de production et une demande soutenue en équipements de production<sup>1</sup>.

En effet, le secteur des machines industrielles, qui regroupe l'ensemble des équipements destinés à la fabrication, à la transformation et au conditionnement des biens, constitue aujourd'hui l'un des piliers les plus dynamiques de l'économie mondiale. Les estimations les plus récentes confirment cette dynamique.

D'ailleurs, *le cabinet Mordor Intelligence*<sup>2</sup> souligne que, le marché mondial de la machinerie industrielle est évalué à environ 0.81 trillion de dollar en 2025, avec une projection à 1.31 trillion de dollars à l'horizon 2031, soit un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 8.34 % sur la période 2026-2031.

Cette croissance est principalement tirée par l'automatisation, la robotisation des chaînes de production et l'intégration des technologies de l'industrie 4.0 (capteurs intelligents, maintenance prédictive, contrôle assisté par intelligence artificielle).

Toutefois, *le Global Market Insights Inc*<sup>3</sup>, estime le marché mondial à 745.6 milliards de dollars en 2025 avec une projection de 1.23 trillion de dollars en 2035, tandis que *Research Nester*<sup>4</sup> évalue ce marché à 684.44 milliards de dollars en 2025 et confirme que l'automatisation influence désormais près de 71 % des décisions d'investissement industriel.

Cette croissance soutenue traduit un changement structurel dans la nature même de la demande de machines. Les entreprises ne cherchent plus uniquement des équipements de production au sens classique, mais des solutions modulaires, connectées et évolutives, capables de s'intégrer dans des environnements numériques.

Ce basculement génère, en parallèle, une demande accrue d'information fiable, actualisée et structurée sur les fournisseurs, les fabricants et les distributeurs de tous types d'équipements. Néanmoins, les canaux classiques de prospection commerciale (foires industrielles, supports papier et réseaux intermédiaires) montrent aujourd'hui leurs limites pour répondre efficacement aux besoins des entreprises.

---

<sup>1</sup> Minyu Ma (2025). Impacts and Responses of Global Industrial Chain Restructuring: Changing Roles Developed and Developing Countries. Highlights in Business, Economics and Management. Vol59. Page 52-57.

<sup>2</sup>Mordor intelligence, "Industrial Machinery Market Size, Share Analysis & Growth Forecasts Report" 2026-2031

<sup>3</sup> Global Market Insight Inc. (GMI), "Industrial Machinery Market Size, Share report", 2026-2035

<sup>4</sup>Research Nester, "Industrial Machinery Market Size, Share & Forecast Report", 2026-2035.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

C'est dans ce contexte que se sont développées, à l'échelle mondiale, des plateformes numériques de référencement industriel (annuaires B2B, places de marché spécialisées, bases de données fournisseurs) destinées à fluidifier la rencontre entre l'offre et demande de machines. Des acteurs comme Kompass<sup>5</sup> ou les portails B2B sectorielles illustrent cette tendance à la centralisation numérique de l'information industrielle, devenue un avantage concurrentiel déterminant pour les économies émergentes en quête de modernisation de leur appareil productif.

L'Algérie s'inscrit pleinement dans cette dynamique mondiale de demande croissante en équipements industriels, mais selon des modalités propres à son contexte économique<sup>6</sup>. Le pays, dont l'économie reste fortement dépendante des hydrocarbures, a engagé depuis plusieurs années une politique de diversification productive qui se traduit, concrètement, par une hausse continue des importations de biens d'équipement et de machines destinées à l'industrie. Les données de l'Office National des Statistiques (ONS)<sup>7</sup> confirment cette tendance.

Au premier semestre 2025, les importations algériennes ont atteint 3767 milliards de dinars, contre 3018 milliards à la même période de 2024, soit une progression de 24.8%, principalement due à la hausse des achats de biens d'équipement et des machines industrielles, dont la demande reste soutenue sur le marché national.

En valeur absolue, les importations algériennes de biens sont passées de 41.34 milliards de dollars en 2022 à 47.4 milliards en 2023 puis 49.1 milliards de dollars en 2024<sup>8</sup>, confirmant le poids structurel des biens d'équipement et des machines dans la facture d'importation du pays. Cependant, cette dynamique croissante des échanges met en évidence un constat majeur : l'absence en Algérie, d'une base de données fiable, centralisée et régulièrement actualisée permettant d'inventorier, de manière structurée et numérisée, les importateurs, distributeurs et fournisseurs de machines industrielles par secteur d'activité. Alors que les marchés développés s'appuient sur des plateformes B2B performantes permettant de centraliser l'information sectorielle et d'optimiser le rapprochement entre l'offre et la demande, l'environnement algérien reste confronté à une faible structuration de l'information. Les acteurs économiques doivent encore composer avec des sources dispersées, des bases de données incomplètes ou obsolètes, et des modes de prospection reposant principalement sur les relations personnelles, les

---

<sup>5</sup> <http://fr.Kompass.SolutionKompass-Data> Services.

<sup>6</sup> Observ'Algérie, « Algérie : exportations en baisse, importations en forte hausse au 1<sup>er</sup> semestre 2025 ». Données ONS, novembre 2025.

<sup>7</sup> Office Nationale des Statistiques (ONS), « Commerce Extérieur de l'Algérie 2024 », rapporté par Echos Plus et la Nouvelle République Algérie, Avril 2025.

<sup>8</sup> Algeria Invest, « Importations et exportations en 224 : l'ONS dévoile ses chiffres », Avril 2025.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

événements professionnels et les réseaux d'intermédiation informels (les pages Facebook, Instagram, TikTok).

De ce fait, cette fragmentation de l'information constitue un frein réel à la modernisation du tissu productif national. Les petites et moyennes entreprises (PME) Industrielles, qui représentent l'essentiel du secteur manufacturier algérien, peinent à identifier les équipements et les machines adaptés à leurs besoins, à comparer les offres disponibles ou à localiser des fournisseurs crédibles par secteurs (agroalimentaire, textile, métallurgie, plasturgie, bâtiment, etc). Ce déficit informationnel ralentit les décisions d'investissement et freine la compétitivité d'un secteur industriel pourtant identifié comme prioritaire dans les politiques de diversification économique du pays.

C'est de ce paradoxe et de ce besoin réel de structuration de l'information industrielle, qu'est née l'idée du présent site, conçu comme une solution digitale innovante. Il s'agit d'une plateforme unique en Algérie visant à répertorier et regrouper les machines industrielles disponibles en Algérie et à l'étranger, afin de connecter efficacement industriels, fournisseurs et porteurs de projets.

Les opérateurs économiques accordent une importance croissante aux solutions digitales qui simplifient leurs démarches productives en soulevant la question :

**Quelle solution digitale permettrait de regrouper, classer par secteur et maintenir à jour les informations sur les machines industrielles ?**

# **CHAPITRE 1 : Présentation du projet**

---

## **1 CHAPITRE 1 : Présentation du projet**

Comme toute initiative ambitieuse, notre projet a commencé par une simple étincelle : une idée lumineuse, guidée par l'envie d'apporter une vraie valeur ajoutée. C'est dans cette voie que nous allons commencer notre premier chapitre et par la suite nous aborderons les principaux piliers et fondations de cette entreprise à savoir les valeurs, les objectifs et les membres de l'équipe. Nous finaliserons ce premier axe par le calendrier de réalisation du projet qui présente la feuille de route de ce dernier.

- 1. L'idée de projet**
- 2. Les valeurs proposées**
- 3. Les membres de l'équipes**
- 4. Objectifs de projet (SMART)**
- 5. Chronogramme du projet**

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

## 1.1 L'idée du projet

L'idée de MachiNet est née d'un constat de terrain répété : en Algérie, l'écosystème industriel souffre d'une opacité chronique sur les machines et équipements. Lors de visites effectuées dans les zones industrielles de Batna, des entreprises d'Alger et de la zone industrielle de Tlemcen, plus de quatre-vingt-dix de ses entreprises industriels ont exprimé la même frustration : il leur faut entre deux semaines et trois mois pour identifier le bon fournisseur d'une machine donnée, comparer des prix qui ne sont pas publics, valider la qualité d'un équipement importé et obtenir un service après-vente fiable. Pendant ce temps, leurs lignes de production sont à l'arrêt ou tournent en sous-régime, leurs investisseurs s'impatientent, et leurs concurrents prennent de l'avance. Cette friction structurelle représente une perte de productivité estimée par la Banque Mondiale (Doing Business Algeria, 2024) à plusieurs centaines de millions de dollars par an pour le tissu industriel algérien.

MachiNet répond à ce constat en transposant, dans un contexte vertical et local, des principes éprouvés à l'échelle internationale par des plateformes telles qu'Alibaba (B2B Chine), Amazon Business (Amérique du Nord et Europe), IndiaMART (Inde) ou Trade Korea (Corée du Sud). À la différence de ces géants généralistes, MachiNet adopte un parti pris vertical : elle se concentre exclusivement sur les machines et équipements industriels, ce qui lui permet de pousser la spécialisation jusqu'au moindre détail des fiches techniques, SAV... et d'atteindre un niveau de pertinence qu'une plateforme horizontale ne peut structurellement pas offrir. Cette stratégie de niche, théorisée par Michael Porter (Competitive Advantage, 1985) sous le nom de focus différenciation, est précisément celle qui permet à de jeunes entreprises de s'imposer face à des acteurs établis.

Le choix du marché algérien s'explique par cinq facteurs convergents :

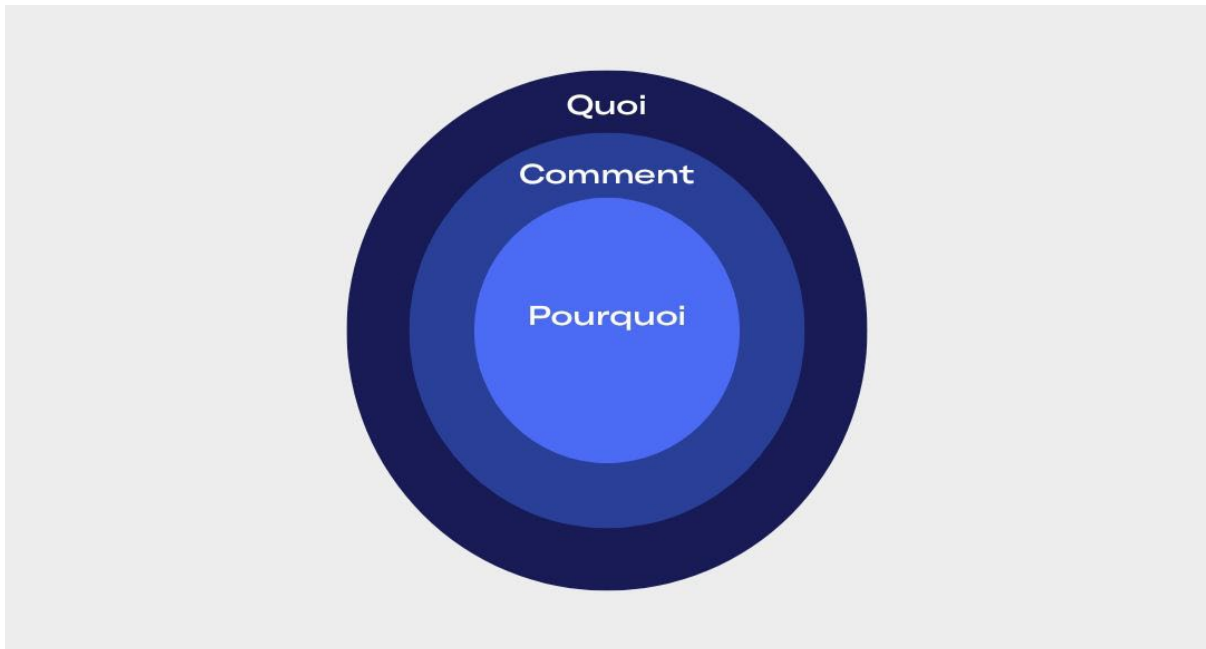
- 1- La taille du tissu industriel :** plus de 31 000 entreprises agroalimentaires et près de 200 000 PME inscrites au Centre National du Registre du Commerce
- 2- La croissance soutenue du BTP :** (+12% par an depuis 2021, source : ONS) qui dope la demande en machines de chantier
- 3- Le volontarisme institutionnel :** autour de la substitution aux importations et de la réindustrialisation, porté par la Loi 22-18 sur l'investissement et le Plan d'action du gouvernement 2024-2026
- 4- La maturité numérique du pays :** (75% de pénétration internet selon l'ARPCCE 2024, 90% de couverture 4G) qui rend possible l'adoption d'une plateforme SaaS

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

- 5- **La jeunesse de la population** : (70% de moins de 35 ans) et son appétence pour les outils digitaux, qui garantit un terrain favorable à l'innovation

## 1.1.1 Le Golden Circle de Simon Sinek

Figure 1: Cercle d'or de Simon Sinek



Source : Schoolab, « Cercle d'or de Simon Sinek : 3 étapes clés pour inspirer l'action » [en ligne], disponible sur : <https://www.theschoolab.com/faq/methodologie/cercle-dor-de-simon-sinek/> , consulté le 15/04/2026

Le modèle du Golden Circle, développé par Simon Sinek dans son ouvrage Start With Why (2009, Penguin), propose une grille de lecture stratégique partant du **POURQUOI (raison d'être)**, passant par le **COMMENT (méthodes différenciantes)** et aboutissant au **QUOI (offre concrète)**. Appliqué à MachiNet :

### **WHY : Pourquoi existons-nous ?**

Parce que les industriels, entrepreneurs et investisseurs algériens méritent un accès transparent, intelligent et immédiat à l'information sur les machines et équipements, sans intermédiaires opaques, sans perte de temps et sans risque de mauvais choix.

Notre mission : **démocratiser l'accès aux machines** en Algérie et **accélérer l'industrialisation** du pays grâce à la technologie.

### **HOW : Comment le faisons-nous ?**

- En construisant **une plateforme B2B verticale**, nativement alimentée par **l'intelligence artificielle**.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- En combinant **marketplace de mise en relation**, **intelligence de prix** en temps réel et **conseils** experts indépendants.
- En automatisant les processus de **sourcing**, de **comparaison** et de **décision** pour nos utilisateurs.
- En créant **un effet réseau puissant** : plus le nombre d'acteurs croît, plus la plateforme devient incontournable.
- En monétisant la donnée et les services à valeur ajoutée (conseil, SAV...).

## WHAT : Que faisons-nous ?

MachiNet est une plateforme B2B intelligente dédiée aux machines et équipements en Algérie. Elle propose :

- Une marketplace mettant en relation **acheteurs** et **vendeurs** de machines **neuves, d'occasion**.
- Un moteur IA de **pricing en temps réel** basé sur les données du marché algérien.
- Propose **tous les services** qui gravitent autour de la machine, de l'idée jusqu'à la mise en route.
- Des **outils SaaS** pour les fournisseurs (CRM léger, AI boot, gestion de catalogue, analytics).
- Une **intelligence** de marché sectorielle (rapports, alertes, tendances).

## 1.2 Les valeurs proposées

MachiNet est rattaché à plusieurs valeurs qui répondent aux besoins de nos clients, pour cela on s'engage à offrir bien plus qu'un simple service de mise en relation.

Notre démarche repose sur des valeurs solides qui guident chacune de nos actions :

- Première plateforme B2B en Algérie dédiée aux machines industrielles, couvrant **plusieurs secteurs** : IAA (agroalimentaire), BTP, agricole, pharmaceutique, bois, textile, mines et énergie.
- MachiNet permet à nos clients de gagner du **temps** et de **l'argent** en évitant de chercher désespérément des fournisseurs fiables ou de se déplacer vers d'autres wilayas, voire à l'international, pour trouver la machine qu'il leur faut.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

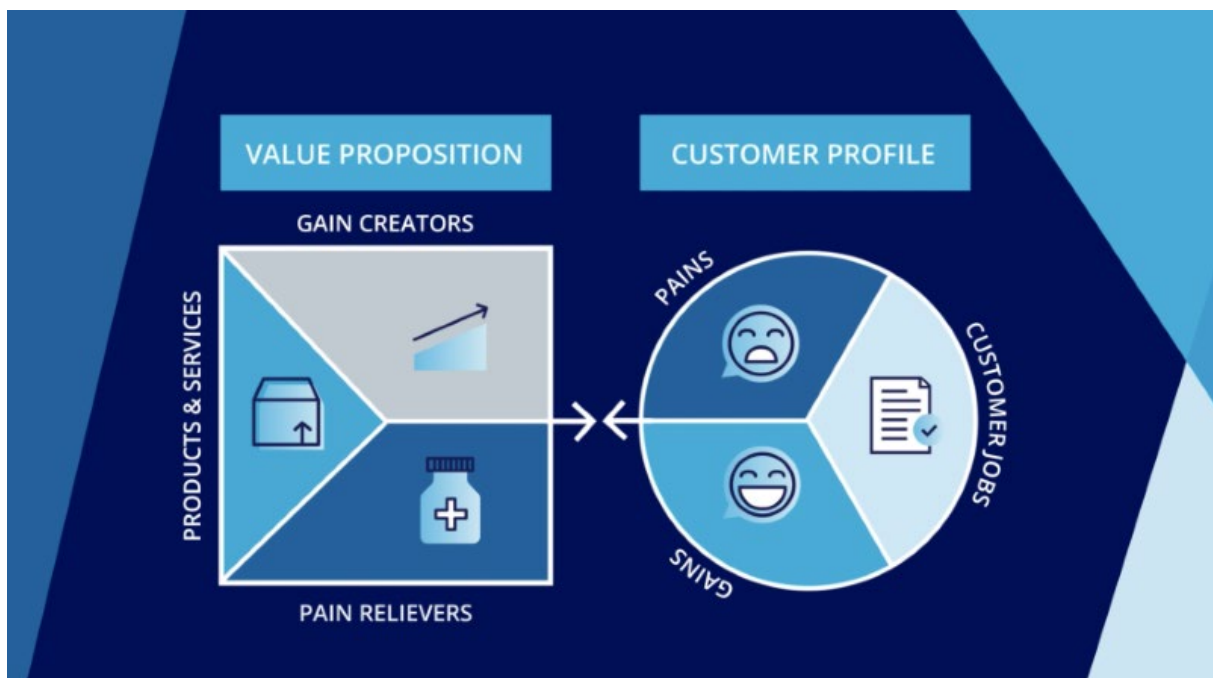
- **Visibilité** accrue pour les fournisseurs et distributeurs peu connus sur le marché, ce qui leur permet d'élargir leur clientèle et d'accroître leurs ventes à travers les 69 wilayas.
- Plateforme **simple et intuitive à utiliser**, que ce soit pour les fournisseurs qui souhaitent proposer leurs machines, ou pour les acheteurs qui souhaitent consulter, comparer et acheter les articles disponibles.
- **Transparence des prix** grâce à notre observatoire du marché qui affiche les fourchettes de prix réelles et leurs tendances par type de machine.
- **Conseil intelligent** avec notre IA Advisor qui aide les acheteurs à choisir la machine la mieux adaptée à leur budget et à leurs besoins spécifiques.

## 1.2.1 Value Proposition Canvas (Théorique)

Le Value Proposition Canvas permet d'aligner précisément l'offre d'une entreprise avec les besoins, douleurs (pains) et bénéfices recherchés (gains) de ses clients.

Nous appliquons aux deux faces de notre marketplace : **ACHETEURS** et **VENDEURS**.

Figure 2: Value Proposition Canvas



**Source:** B2B International, « What is the Value Proposition Canvas? » [En ligne], disponible sur : <https://www.b2binternational.com/experience/methods/faq/what-is-the-value-proposition-canvas/> , consulté le 15/04/2026

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

## 1.2.2 Value Proposition Canvas appliquée sur MachiNet

Le Value Proposition Canvas est un outil stratégique développé par Strategyzer, conçu pour aligner précisément l'offre de valeur d'une entreprise avec les attentes, besoins et frustrations de ses clients cibles. Il se compose de deux parties complémentaires :

- Le Profil Client (Customer Profile)
- La Carte de Valeur (Value Map)

### 1.2.2.1 Profil Client de MachiNet (Customers Profiles)

#### A- Profil 1 : Les Acheteurs (PME, TPE, usines, entrepreneurs...)

Ce sont les industriels, exploitants agricoles, entrepreneurs BTP, gérants d'usines IAA, pharmaceutiques, textiles, miniers ou énergétiques qui cherchent à acquérir des machines.

##### a) Les Jobs (Tâches à accomplir)

Ce que les acheteurs essaient de faire ou de réussir dans leur activité professionnelle :

- **Trouver rapidement** la machine industrielle adaptée à leur besoin (IAA, BTP, agricole, pharma, etc.)
- **Comparer les prix et les caractéristiques techniques** entre plusieurs fournisseurs.
- Acheter du matériel **neuf** ou **d'occasion** en toute sécurité.
- Obtenir **des conseils** d'experts pour bien dimensionner leur investissement.
- **Suivre les tendances** du marché pour acheter au bon moment.

##### b) Les Pains (Freins, risques et frustrations)

Les obstacles ou problèmes que les acheteurs rencontrent :

- **Manque de visibilité** sur l'offre de machines disponibles en Algérie.
- Dépendance aux **méthodes traditionnelles** : bouche-à-oreille, foires, intermédiaires.
- **Prix opaques** et grande variabilité d'un vendeur à l'autre.
- **Service après-vente** inexistant.
- **Manque d'expertise technique** pour choisir la bonne machine selon leur budget.
- Processus d'achat long, **peu digitalisé** et **peu sécurisé**.

##### c) Les Gains (Résultats et bénéfices recherchés)

Les attentes et bénéfices que les acheteurs veulent obtenir :

- **Une plateforme centralisée** qui **regroupe** les machines de tous les secteurs industriels.

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- **Gain de temps** grâce à une recherche par secteur, wilaya, prix et état (neuf/occasion).
- Accès à un **réseau de fournisseurs** national.
- **Prix transparents** avec un observatoire du marché et des tendances claires.
- **Conseil expert** via l'IA Advisor pour choisir la machine adaptée au budget.
- **Sécurisation** du processus d'achat et accompagnement personnalisé.
- Couverture nationale sur les **69 wilayas**.

### B- Profil 2 : Les Fournisseurs / Vendeurs (importateurs, distributeurs, fabricants, re-vendeurs d'occasion)

Ce sont les entreprises et professionnels qui souhaitent vendre des machines industrielles : importateurs spécialisés, distributeurs régionaux, fabricants locaux, ou revendeurs de matériel d'occasion.

#### a) Les Jobs (Tâches à accomplir)

Ce que les fournisseurs essaient de faire ou de réussir dans leur activité professionnelle :

- Trouver rapidement de **nouveaux clients qualifiés** à travers toute l'Algérie.
- Présenter leur **catalogue** de machines de manière professionnelle et attractive.
- **Élargir leur zone de couverture** commerciale au-delà de leur wilaya.
- **Recevoir des leads ciblés** correspondant à leurs spécialités (BTP, IAA, agricole...).
- Construire une **réputation de fiabilité** et de sérieux sur le marché.
- **Optimiser leur taux de conversion** entre demandes de devis et ventes effectives.
- **Développer leur visibilité** sans investir massivement en publicité traditionnelle.

#### b) Les Pains (Freins, risques et frustrations)

Les obstacles ou problèmes que les fournisseurs rencontrent :

- **Manque de visibilité** face à la concurrence des grands acteurs du marché.
- **Difficultés à atteindre des acheteurs** hors de leur wilaya.
- Concurrence de l'**informel** et du marché **parallèle non régulé**.
- **Méconnaissance des outils digitaux** pour promouvoir leurs annonces.
- **Demandes peu qualifiées** qui font perdre du temps aux commerciaux.
- Faible accès à des outils de **suivi des prix** et tendances du marché.

#### c) Les Gains (Résultats et bénéfices recherchés)

Les attentes et bénéfices que les fournisseurs veulent obtenir :

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- Une vitrine professionnelle accessible à **tous les acheteurs B2B** en Algérie.
- **Génération de leads qualifiés** directement intéressés par leur catalogue.
- **Visibilité accrue**, notamment pour les fournisseurs peu connus du marché.
- **Accompagnement** dans la digitalisation de leur activité commerciale.
- Possibilité de présenter leur marque et leur expertise à l'échelle **nationale**.

### C- Profil 3 : Les Consultants & Experts

Ce sont les professionnels qui apportent leur expertise technique aux acheteurs et fournisseurs tout au long du cycle de vie d'une machine industrielle de l'idée jusqu'à la mise en route et au-delà.

#### a) Les Jobs (Tâches à accomplir)

- **Conseiller** les acheteurs sur le choix technique des machines.
- Proposer leurs services à **des clients industriels qualifiés**.
- Bâtir **une présence professionnelle** reconnue dans leur domaine d'expertise.
- **Collaborer** avec fournisseurs et acheteurs pour des projets complexes.

#### b) Les Pains (Freins, risques et frustrations)

- Difficultés à **trouver des clients industriels sérieux et solvables**.
- Manque de plateforme dédiée pour **valoriser leur expertise sectorielle**.
- Concurrence des **intermédiaires non qualifiés** et "consultants improvisés".
- Faible **digitalisation** de leur activité et de leur portefeuille clients.

#### c) Les Gains (Résultats et bénéfices recherchés)

- Accès à un flux régulier de **clients industriels** via la plateforme.
- Un espace dédié pour mettre en avant **leur expertise et leurs services**.
- Données de marché à jour : prix, tendances, fournisseurs, secteurs.
- Possibilité de proposer des **packages de consulting** structurés et **tarifés**.
- Reconnaissance comme **expert vérifié** et recommandé par MachiNet.

### 1.2.2.2 Carte de Valeur : Ce que MachiNet apporte aux acheteurs

La Value Map décrit comment MachiNet répond directement aux éléments du profil client, en détaillant les produits/services offerts, les solutions aux frustrations et les bénéfices générés.

#### a) Produits et services proposés

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- Plateforme **digitale B2B** spécialisée dans les machines industrielles, couvrant **+8 secteurs** (IAA, BTP, agricole, pharmaceutique, bois, textile, mines, énergie).
- **Catalogue interactif** avec recherche avancée par secteur, wilaya, état (neuf/occasion) et fourchette de prix.
- L'accès à la plateforme est totalement **gratuit**. L'inscription, la création du profil et les premières annonces ne coûtent rien.
- Les packs d'abonnement (Starter / Bronze / Silver / Gold) sont optionnels, ils débloquent des **fonctionnalités supplémentaires** pour les fournisseurs qui veulent plus de visibilité, plus de leads et plus d'outils de gestion.
- Système de **filtrage, comparateur** de machines et **observatoire des prix** du marché.
- **IA Advisor** : assistant intelligent qui recommande la machine adaptée au budget et au besoin.
- L'acheteur qui le souhaite peut faire appel à **un expert industriel** directement depuis MachiNet pour être accompagné dans son projet du choix de la machine jusqu'à sa mise en service.
- Couverture nationale sur les **69 wilayas** avec système de mise en relation directe.
- Outils marketing pour fournisseurs : **page vitrine, mise en avant, statistiques de vues...**
- **Messagerie interne** et **CRM intégré** pour la gestion des leads et négociations.
- **Blog, guides d'achat** et **actualités** sectorielles.
- Système de **feedback** et témoignages clients pour renforcer la confiance.

### b) Pain Relievers (Réducteurs de frustrations)

- Réduction de **la dépendance aux méthodes traditionnelles** (foires, bouche-à-oreille, intermédiaires) grâce à une plateforme centralisée et accessible 24h/24.
- **Digitalisation** simplifiée pour les PME et TPE via une interface intuitive, sans compétences techniques requises.
- **Transparence des prix** grâce à l'observatoire du marché qui affiche les fourchettes réelles et leurs tendances.
- Mise à disposition de l'**IA Advisor** pour aider les acheteurs à éviter les erreurs de choix techniques coûteuses.
- Centralisation des informations sectorielles au même endroit.

### c) Gain Creators (Créateurs de gains)

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- Mise en **relation rapide** entre acheteurs et fournisseurs de confiance, en quelques clics.
- **Gain de temps** et d'efficacité dans les appels d'offres et la prospection commerciale.
- **Meilleure visibilité** pour les fournisseurs sur le marché national.
- Développement des ventes des fournisseurs locaux grâce aux outils de mise en avant dédiés.
- Accès à **un réseau professionnel** élargi couvrant l'ensemble du territoire algérien.
- Aide à **la prise de décision** basée sur des données de marché fiables et actualisées.
- **Renforcement de la compétitivité** des PME industrielles algériennes grâce à un meilleur accès au matériel adapté.
- **Création d'opportunités d'affaires** pour les consultants et experts via la mise en relation avec des clients qualifiés.
- Contribution à **la digitalisation** et à **la modernisation** du tissu industriel algérien.

### 1.3 Les membres de l'équipe

Notre équipe de projet comprend 05 personnes :

La constitution de notre groupe MachiNet s'est faite selon une logique de complémentarité des compétences, engagement professionnel et d'alignement stratégique avec les exigences du secteur Industriel. Chaque membre a été choisi pour ses forces spécifiques et sa capacité à contribuer de manière significative au développement du projet.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

**MELAKHESSOU Oumaima :**



Étudiante en Master Marketing à l'École Supérieure de Management de Tlemcen (ESMT), je suis passionnée par le marketing, l'entrepreneuriat et tout ce qui permet de créer un impact positif à travers les idées, les projets et les relations humaines. Curieuse de nature et toujours en quête d'apprentissage, j'aime sortir de ma zone de confort, découvrir de nouvelles cultures, rencontrer de nouvelles personnes et transformer chaque expérience en opportunité de croissance.

Mon parcours académique m'a permis d'acquérir de solides connaissances en stratégie marketing, marketing digital, comportement du consommateur, communication et gestion de projet. Cependant, c'est à travers mes expériences professionnelles, associatives et personnelles que j'ai véritablement développé ma vision du marketing : un outil capable de connecter les personnes, raconter des histoires et créer de la valeur durable.

En tant que Responsable Marketing chez une entreprise à Dubaï, j'ai eu l'opportunité de travailler au sein d'une équipe internationale et de piloter des projets de création de contenu, de branding et de communication digitale destinés à différents marchés. Cette expérience m'a permis de développer des compétences en stratégie de contenu, gestion d'équipe, intelligence artificielle appliquée au marketing, production audiovisuelle et développement de l'image de marque.

Parallèlement, mon engagement au sein d'une organisation internationale et de plusieurs initiatives associatives a profondément marqué mon parcours. En occupant des rôles de leadership et en participant à des projets sociaux, environnementaux et éducatifs, j'ai appris à travailler avec des personnes aux parcours variés, à coordonner des équipes, à prendre des décisions et à créer des expériences porteuses de sens. Ces expériences ont renforcé ma conviction que le leadership consiste avant tout à inspirer, accompagner et faire grandir les autres.

Créative, organisée et dotée d'une grande capacité d'adaptation, j'aime transformer les idées en projets concrets. Je maîtrise les outils de création graphique, de montage vidéo, de marketing digital et les technologies d'intelligence artificielle appliquées à la communication. Je possède également plusieurs certifications en marketing digital, SEO, réseaux sociaux et création de contenu.

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

Au-delà de mes compétences professionnelles, je suis une personne optimiste qui croit profondément que chaque rencontre, chaque défi et chaque opportunité contribuent à construire une version meilleure de soi-même. J'aime inspirer les autres à croire en leurs rêves, tout comme je poursuis les miens avec ambition, persévérance et gratitude.

Ma vision est de contribuer à un marketing plus humain, éthique et innovant, capable de créer des connexions authentiques entre les marques et les personnes. Ma mission est de mettre ma créativité, mon esprit stratégique et mon sens du leadership au service de projets qui génèrent un impact réel et durable.

À long terme, mon ambition est de devenir une professionnelle reconnue dans le domaine du marketing et du branding, tout en utilisant mes compétences pour accompagner des initiatives qui créent de la valeur économique, sociale et humaine. Je souhaite laisser une empreinte positive à travers mon travail, inspirer les autres à croire en leur potentiel et démontrer que la réussite peut s'allier aux valeurs, à l'authenticité et à l'engagement.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

**BENKHOUE Rania Ines :**



Étudiante en Master 2 spécialité Marketing à l'École Supérieure de Management de Tlemcen (ESMT). Mon parcours académique m'a permis de développer de solides compétences en marketing stratégique, marketing digital, comportement du consommateur, management de projet, politique produit et politique des prix autant de fondements qui ont directement nourri ma contribution au projet MACHINET.

Curieuse et engagée, j'ai enrichi ma formation par un parcours professionnel dense et varié. J'ai occupé le rôle de Responsable Marketing au sein du start up label innovant TRUE RATE, où j'ai piloté la stratégie marketing du projet et participé au développement de son identité de marque et de sa communication externe. J'ai également exercé en tant que Community Manager, gérant une présence active sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook), et en tant que Représentante Service Client chez Mr. Sabri Stores, où j'ai développé une vraie sensibilité aux attentes des clients et à la dynamique de vente. Parallèlement, j'ai aussi effectué un stage en finance chez Naftal et un stage en ressources humaines à la Clinique El Kounouz, ce qui m'a offert une vision transversale du fonctionnement des organisations.

Au-delà du monde professionnel, mon engagement associatif a profondément façonné mon sens du leadership. En tant que HR Manager puis Membre Relations Extérieures chez AIESEC Algérie, j'ai piloté des activités RH internes, géré des partenariats externes et contribué au renforcement de la cohésion d'équipe. Ma participation au Future Entrepreneur Club de Tlemcen a par ailleurs affûté ma vision entrepreneuriale et ma capacité à transformer des idées en projets concrets.

Je maîtrise des compétences transversales telles que le copywriting, l'email writing, la gestion des relations publiques, la planification d'événements, le montage vidéo et photo, ainsi que les outils du marketing digital autant d'atouts certifiés par plusieurs formations (Coursera Marketing Digital, Naftal, Clinique El Kounouz). Je m'exprime couramment en arabe, en français et en anglais.

Au sein du projet MachiNet, j'ai joué un rôle central à trois niveaux : j'ai participé à la conception de l'idée initiale, en contribuant à la définition de la vision, du positionnement et de la proposition de valeur de la plateforme. J'ai conduit l'analyse des besoins du marché industriel

## **CHAPITRE 1 : Présentation du projet**

---

algérien, en étudiant les comportements d'achat, les frustrations des acheteurs et les attentes des fournisseurs. Enfin, j'ai contribué à l'élaboration du plan financier du projet, en travaillant sur les projections de revenus, la structure des coûts et la viabilité économique de MachiNet.

Ma vision est de mettre la stratégie marketing au service de projets industriels concrets, en créant de la valeur à la fois pour les entreprises et pour l'écosystème économique algérien. Ma mission au sein de ce projet a été de connecter la rigueur analytique à la créativité, pour faire de MachiNet non seulement une plateforme innovante, mais aussi une réponse réelle aux défis du tissu industriel national.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

**SAIDI Ikram :**



Étudiante en Master 2 Management et Stratégie d'Entreprise à l'École Supérieure de Management de Tlemcen (ESMT), je suis passionnée par l'entrepreneuriat, l'innovation et le développement de projets à fort impact économique. Mon parcours académique m'a permis d'acquérir des compétences solides en management stratégique, entrepreneuriat, analyse de marché, gestion de projet, business development et création de modèles économiques innovants.

Au-delà de ma formation académique, j'ai enrichi mon parcours à travers plusieurs expériences associatives et de leadership qui ont renforcé mes capacités organisationnelles, mon esprit d'initiative et mon aptitude à travailler dans des environnements dynamiques. Ces expériences m'ont permis de développer des compétences en gestion d'équipe, planification stratégique, communication professionnelle, négociation et résolution de problèmes.

Mon intérêt pour l'écosystème entrepreneurial m'a également conduit à participer à différents projets et programmes de développement des compétences, notamment dans les domaines de l'innovation, de la gestion de projets, du marketing et de la transformation digitale. Ces expériences ont renforcé ma conviction que les technologies numériques constituent aujourd'hui un levier essentiel pour améliorer la compétitivité des entreprises et accompagner leur croissance.

Dans le cadre du projet MACHINET, j'ai contribué à l'identification du problème, à l'étude du marché, à l'analyse des besoins des différentes parties prenantes ainsi qu'à la conception du modèle économique de la plateforme. J'ai également participé à l'élaboration des analyses stratégiques du projet (Business Model Canvas, SWOT, PESTEL, analyse concurrentielle et étude de marché) afin d'évaluer sa faisabilité et son potentiel de développement dans le contexte algérien.

Rigoureuse, organisée et dotée d'un fort esprit analytique, j'accorde une importance particulière à la prise de décision fondée sur les données, à la recherche de solutions innovantes et à la création de valeur durable. Je maîtrise les outils numériques de gestion, de collaboration et d'analyse nécessaires au développement de projets entrepreneuriaux.

Ma vision est de contribuer au développement d'un écosystème entrepreneurial plus innovant, performant et durable en Algérie. À travers MACHINET, je souhaite participer à la

## **CHAPITRE 1 : Présentation du projet**

---

modernisation des échanges industriels en facilitant l'accès aux équipements, à l'information et aux services d'accompagnement spécialisés.

À long terme, mon ambition est d'évoluer dans le domaine du conseil en stratégie et du développement d'entreprises, tout en poursuivant la création et l'accompagnement de projets innovants capables de générer un impact économique et social durable.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

## **Pr. BESSOUH Nadira :**

BESSOUH Nadira, née le 20 juillet 1977 à Tlemcen, et actuellement professeure en sciences économiques à l'École Supérieure de Management de Tlemcen (ex-EPSECG). Titulaire d'un doctorat en sciences de gestion, obtenu en 2012, mes travaux de recherche ont porté sur l'expérience d'achat impulsif des consommateurs algériens, sous la direction du Professeur Benhabib Abderrazek.

Depuis ma nomination en tant que professeure en 2018, je me suis engagée activement dans le domaine de la recherche scientifique, en publiant plusieurs articles dans des revues internationales reconnues. Mes travaux récents portent notamment sur l'intelligence artificielle appliquée à l'exportation des PME algériennes, le rôle des réseaux sociaux dans la gestion de la notoriété des entreprises, l'entrepreneuriat féminin et les stratégies de performance à l'export dans le secteur agroalimentaire.

J'ai également participé à de nombreux colloques internationaux, en Algérie, en Tunisie et en Turquie, où j'ai présenté des communications sur des thématiques d'actualité telles que le marketing digital, la gestion de l'e-réputation, ou encore la sécurité alimentaire et l'export des PME.

En parallèle de mon activité d'enseignement et de publication, je suis chef de projet PRFU depuis 2022 sur un projet portant sur les obstacles structurels à l'exportation des PME algériennes, en utilisant la méthode des équations structurelles comme outil de validation.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

## **Dr. BRAHIMI Assia :**

BRAHIMI Assia est Maître de conférences classe A à l'École Supérieure de Management de Tlemcen, spécialisée en Management des Organisations. Elle a obtenu son habilitation universitaire en juin 2022 et exerce en tant qu'enseignante-chercheuse au sein de l'établissement.

Ses travaux de recherche s'inscrivent principalement dans les domaines du management, du marketing, de la qualité des services, du comportement du consommateur, de l'enseignement supérieur, ainsi que des transformations numériques des organisations. Elle s'intéresse également aux problématiques liées à la satisfaction client, au climat organisationnel, à l'innovation, au marketing digital et à l'entrepreneuriat.

Au cours de sa carrière académique, elle a publié de nombreux articles scientifiques dans des revues nationales et internationales reconnues. Ses recherches ont notamment porté sur la qualité des services dans l'enseignement supérieur, le modèle SERVQUAL, le management de la qualité, le climat organisationnel et son impact sur la performance et la fidélité des employés, le marketing digital, le comportement du consommateur électronique, la gestion des connaissances, ainsi que les effets des réseaux sociaux sur les pratiques commerciales et touristiques.

Parmi ses contributions scientifiques récentes figurent plusieurs publications internationales portant sur la relation entre qualité perçue, satisfaction et fidélité des clients, l'impact de la publicité électronique sur le comportement d'achat, le rôle du marketing interne dans l'amélioration de la qualité des services, ainsi que les effets de la confiance et de la sécurité électroniques sur le consommateur algérien.

En parallèle de ses activités d'enseignement et de recherche, elle participe régulièrement à l'encadrement de travaux universitaires et contribue au développement de la recherche scientifique dans les domaines du management et du marketing. Ses travaux visent principalement à accompagner les organisations dans l'amélioration de leur performance, de leur qualité de service et de leur adaptation aux mutations économiques et technologiques contemporaines.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

## 1.4 Objectifs du projet

Notre mission est d'aider les PME, auto-entrepreneurs, TPE, usines et exploitations agricoles... opérant dans les secteurs industriels en Algérie (IAA, BTP, agricole, pharmaceutique, bois, textile, mines, énergie), en leur fournissant un accès simplifié à un réseau de fournisseurs de machines, d'équipements. Tout en restant dans un contexte 100% professionnel où le B2B est au cœur de notre démarche.

- Mettre en place **un système simple, transparent et sans frais d'inscription** pour la mise en relation entre acheteurs et fournisseurs dès les premiers appels d'offres.
- Contribuer à la digitalisation du marché industriel des machines en Algérie et à la modernisation des processus.

### 1.4.1 Objectifs à court terme

- Commencer par **conquérir et couvrir une seule wilaya pilote**, avec une présence forte dans les zones industrielles.
- Identifier les premiers **secteurs prioritaires** (IAA, BTP, agricole) et y concentrer l'effort d'acquisition.
- Organiser **des webinaires et des formations** pour aider les entreprises à tirer parti de la plateforme et de ses outils digitaux.
- Proposer un système de **messagerie interne sécurisé** entre acheteurs et fournisseurs pour faciliter les négociations.
- Fournir des outils de **veille de marché** : observatoire des prix, comparateurs et analyses détaillées des tendances pour aider les entreprises à optimiser leurs stratégies d'achat et d'investissement.
- Créer une offre premium pour les fournisseurs : **visibilité boostée**, badge "fournisseur vérifié", mise en avant dans les résultats de recherche.
- Lancer le service **IA Advisor** pour orienter les acheteurs dans le choix de la machine adaptée à leur budget.

### 1.4.2 Objectif à moyen terme

- **Élargissement** vers d'autres wilayas stratégiques telles qu'Alger, Oran, Constantine, Sétif, Annaba...
- **Augmentation des revenus** de la plateforme grâce aux **abonnements des fournisseurs**, aux services premium pour les fournisseurs (référencement prioritaire, mise en avant, statistiques avancées, etc.).

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- **Couverture progressive** de l'ensemble des **secteurs industriels** (pharma, textile, bois, mines, énergie) en plus des secteurs prioritaires de départ.
- Lancement du service **Consulting MachiNet** : packages d'accompagnement experts pour les acheteurs souhaitant un audit de besoins ou une étude de rentabilité.
- **Développement de partenariats** avec les chambres de commerce, salons professionnels et institutions industrielles.

### 1.4.3 Objectif à long terme

- **Enrichir** la base de données de fournisseurs, de machines et **de prix de plus en plus**, pour devenir **la référence B2B** des machines industrielles en Algérie.
- Effectuer une mise en relation complète couvrant l'ensemble des **69 wilayas** et tous les secteurs industriels du pays.
- **Diversification des secteurs** couverts au-delà de l'industrie classique (logistique, énergies renouvelables, recyclage, etc.).
- Diversifier les sources de revenus à travers des services à valeur ajoutée : **consulting**, formations, certifications, outils analytiques, services logistiques....
- Développer **un moteur de recommandation intelligent (IA)** : suggestion automatique de fournisseurs, machines ou partenaires basés sur les comportements, préférences et historiques d'achat.
- Intégrer le **CRM dans l'IA** : développer un assistant IA intégré à la plateforme qui accompagne les utilisateurs dans leurs choix d'approvisionnement, en fonction de leurs objectifs et historiques.
- Positionner MachiNet comme plateforme de référence pour la digitalisation des achats B2B industriels en Algérie.

### 1.5 Chronogramme du projet

La planification temporelle est une étape essentielle dans la gestion de tout projet innovant. Le chronogramme permet de structurer les différentes phases du développement de MachiNet de manière claire, progressive et réaliste. Il offre une vision globale de l'avancement, tout en assurant une bonne coordination entre les activités, les ressources mobilisées et les objectifs visés.

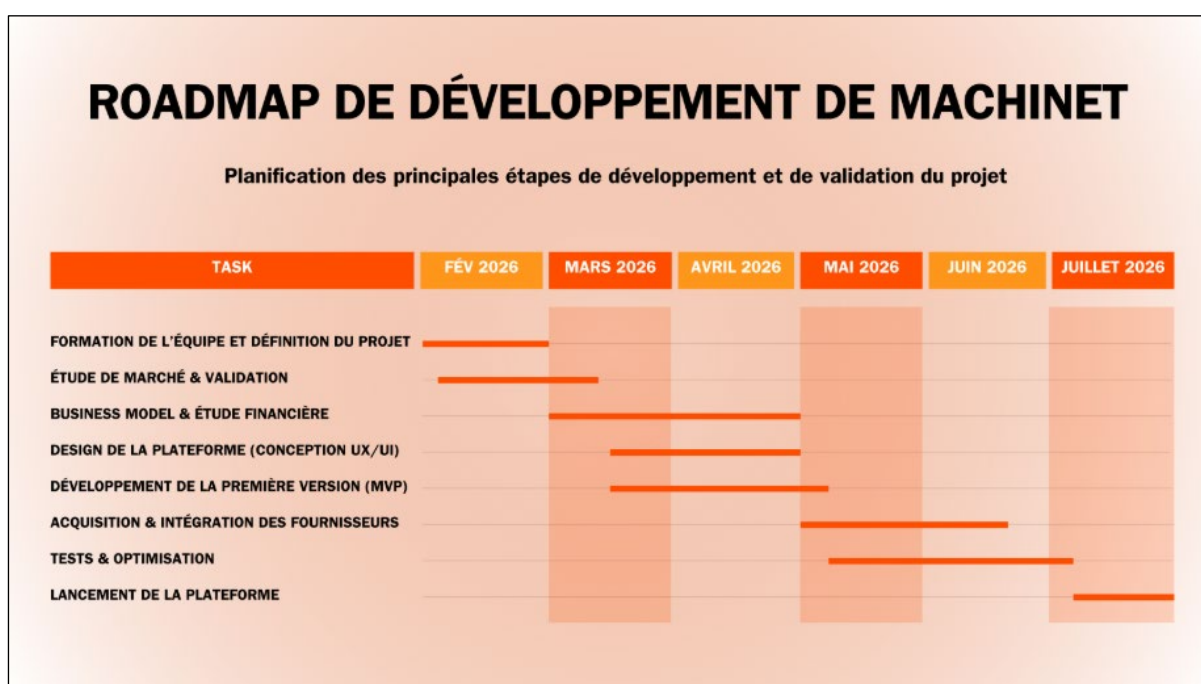
Dans le cadre de MachiNet, le chronogramme a été établi en tenant compte de la complexité du marché des machines industrielles en Algérie, qui couvre plusieurs secteurs (IAA, BTP, agricole, pharmaceutique, bois, textile, mines, énergie), des contraintes techniques liées

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

au développement d'une plateforme B2B multi-secteurs, des périodes d'expérimentation, ainsi que de la nécessité d'une amélioration continue basée sur les retours utilisateurs (acheteurs, fournisseurs, expert). Il s'appuie sur une approche par étapes, débutant par la recherche et l'analyse du marché, suivie par le développement de la plateforme, son lancement pilote dans une wilaya stratégique, sa communication, puis son déploiement national et international.

Cette planification rigoureuse vise à minimiser les risques, optimiser les ressources et garantir le respect des délais, tout en laissant place à l'adaptabilité et aux ajustements en fonction des réalités du terrain industriel algérien

Figure 3: Diagramme de Gantt de MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

Tableau 1: Chronogramme du projet

|   | Phase                                         | Période (Mois)      |
|---|-----------------------------------------------|---------------------|
| 1 | Formation de l'équipe et définition du projet | Février 2026        |
| 2 | Étude de marché & validation                  | Février – Mars 2026 |
| 3 | Business model & étude financière             | Mars – Avril 2026   |

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

|   |                                                       |                     |
|---|-------------------------------------------------------|---------------------|
| 4 | <b>Design</b> de la plateforme (UX/UI)                | Avril – Mai 2026    |
| 5 | Développement de <b>la première version</b> (MVP)     | Avril – Mai 2026    |
| 6 | <b>Acquisition &amp; intégration</b> des fournisseurs | Mai – Juin 2026     |
| 7 | <b>Tests &amp; optimisation</b>                       | Juin – Juillet 2026 |
| 8 | <b>Lancement de la plateforme</b>                     | Juillet 2026        |

Source : Équipe de MachiNet

### Description détaillée des phases :

#### Phase 1 : Formation de l'équipe et définition du projet :

- Constitution de l'équipe projet : développeuse web, responsable commerciale, expert sectoriel...
- Définition claire de la vision, des objectifs et du périmètre de MachiNet
- Répartition des rôles et des responsabilités entre les membres
- Établissement du planning général et des jalons clés du projet
- Identification des ressources techniques et financières nécessaires
- Mise en place des outils de collaboration et de gestion de projet

#### Phase 2 : Étude de marché & validation :

- Analyse des besoins en machines industrielles par secteur : IAA, BTP, agricole, pharma, énergie, textile
- Cartographie des acheteurs potentiels : PME, usines, exploitants, importateurs
- Identification des wilayas prioritaires selon la densité industrielle
- Étude des plateformes concurrentes : Alibaba, Europages, acteurs locaux
- Enquêtes terrain auprès de fournisseurs et acheteurs réels en Algérie
- Validation de l'adéquation produit-marché avant tout développement

#### Phase 3 : Business model & étude financière :

- Finalisation du modèle économique : packs vendeurs, commission 15% experts, crédits
- Définition des tarifs des plans Starter, Bronze, Silver et Gold
- Projection des revenus sur 12 et 24 mois selon les scénarios d'adoption
- Estimation des coûts : développement, hébergement, marketing, équipe

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- Calcul du seuil de rentabilité et du retour sur investissement
- Identification des sources de financement et des partenaires potentiels

## **Phase 4 : Design de la plateforme (conception UX/UI) :**

- Conception des wireframes et maquettes pour les trois profils : acheteur, vendeur, expert
- Design du catalogue, du comparateur, du marché des prix et du MachiBot
- Conception des dashboards vendeur et expert avec toutes leurs fonctionnalités
- Tests d'ergonomie sur les maquettes avec des utilisateurs cibles
- Validation finale des interfaces avant le démarrage du développement

## **Phase 5 : Développement de la première version (MVP) :**

- Développement front-end avec Next.js : toutes les pages et interfaces validées
- Développement back-end : base de données, API, gestion des utilisateurs et des annonces
- Intégration du MachiBot IA et du moteur de recommandation
- Mise en place du système de vérification des fournisseurs et du badge vérifié
- Développement du système de crédits, des packs d'abonnement et de la facturation
- Déploiement sur environnement de staging pour les tests internes

## **Phase 6 : Acquisition & intégration des fournisseurs :**

- Démarchage des premiers fournisseurs prioritaires : IAA, BTP, agricole dans les wilayas pilotes
- Vérification et validation de chaque fournisseur : documents légaux, activité réelle
- Accompagnement à la création de leur profil et à la publication de leurs annonces
- Intégration des données de prix du marché pour alimenter l'observatoire
- Recrutement des premiers experts consultants et vérification de leurs qualifications
- Constitution d'un catalogue suffisant pour offrir une valeur réelle aux acheteurs dès le lancement

## **Phase 7 : Tests & optimisation :**

- Tests fonctionnels : catalogue, recherche, comparateur, MachiBot, dashboards
- Collecte des retours utilisateurs via questionnaires et entretiens directs
- Correction des bugs identifiés et optimisation des performances
- Ajustement des offres, des tarifs et de l'expérience selon les retours terrain

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- Validation finale de la sécurité, des paiements et de la conformité des données

## Phase 8 : Lancement de la plateforme :

- Mise en production de la version finale et ouverture au public
- Lancement de la campagne marketing : LinkedIn, Facebook, Google Ads, presse spécialisée
- Organisation de l'événement de lancement officiel avec partenaires et fournisseurs clés
- Signature des partenariats avec les chambres de commerce et fédérations sectorielles
- Déploiement progressif vers les nouvelles wilayas : Oran, Constantine, Sétif, Annaba
- Mise en place du suivi des KPI : inscriptions, leads, taux de conversion, chiffre d'affaires

## 1.6 Aspect juridique

L'environnement juridique constitue la pierre angulaire de tout projet entrepreneurial réussi, car il garantit la protection des droits des fondateurs et définit leurs obligations envers les autorités officielles. Une compréhension rigoureuse de ces aspects est la première étape pour transformer des idées d'investissement en entités concrètes et stables, dont la toute première phase commence par le choix de la forme juridique optimale pour l'entreprise.

### 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, notamment<sup>9</sup> :

### 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.

### Personne morale :

---

<sup>9</sup> Guide pour créer une entreprise, disponible au (<https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>), date de visite (29/05/2026).

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- **Entreprise individuelle et société à responsabilité limitée**

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.

- **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.

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

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.

### **Procédure de création d'entreprise**

La création d'une organisation nécessite les actions suivantes<sup>10</sup> :

---

<sup>10</sup> Guide pour créer une entreprise, disponible au (<https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>), date de visite (29/05/2026).

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

## 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 jomada II 1425 correspondants 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.<sup>11</sup>

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**<sup>12</sup> :

- 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 établissement publics étrangers exerçant une activité sur le territoire national.
- 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 siège 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.

---

<sup>11</sup> 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, Algérie, p. 4 à 9.

<sup>12</sup> 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.

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

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.<sup>13</sup>

- 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 soumis<sup>14</sup> :

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

- Une demande signée, 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
- 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.

---

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> 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.

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- 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.<sup>15</sup>

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).<sup>16</sup>

**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**

---

<sup>15</sup> Loi n° 04-08 du 27 Jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, *op. cit.*, pp. 4-9.

<sup>16</sup> Dr. 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.

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

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 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.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Dr. Brahimi Assia, Cours sur la Loi 04-08. , op. cit., pp. 5-6

# CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

## 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 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.

## CHAPITRE 1 : Présentation du projet

---

- 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 **MACHINET**, notre objectif est de la transformer en une startup qui est dans le secteur des services.

- **Le code de cette activité** : 607002.

**Nomenclature juridique** : Installation de réseaux et traitement de données

**Contenu de l'activité (607002)** :

- Installation de réseaux informatiques ;
- Traitement de données pour les tiers, saisie de données, conversion de fichiers, etc.... ;

**Accessoires** :

- Mise à disposition de matériels et fournitures à la clientèle.
- Vente au détail de consommable et fourniture à la clientèle.
- **Droits payés** : droit de timbre fiscal (4000 dinars algériens), frais liés à l'activité (3712 dinars algériens).

## **CHAPITRE 2 : Les aspects innovants**

---

### **2 CHAPITRE 2 : Les aspects innovants**

Dans ce deuxième chapitre nous allons voir l'ensemble des aspects et techniques innovantes qui font l'unicité de notre projet MachiNet, première plateforme digitale B2B dédiée aux machines industrielles en Algérie.

Ce chapitre s'articule autour de trois axes principaux :

- 1. La nature d'innovation**
- 2. Domaines de l'innovation**
- 3. L'impact de l'innovation sur le marché B2B des machines**

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

### 2.1 La nature de l'innovation

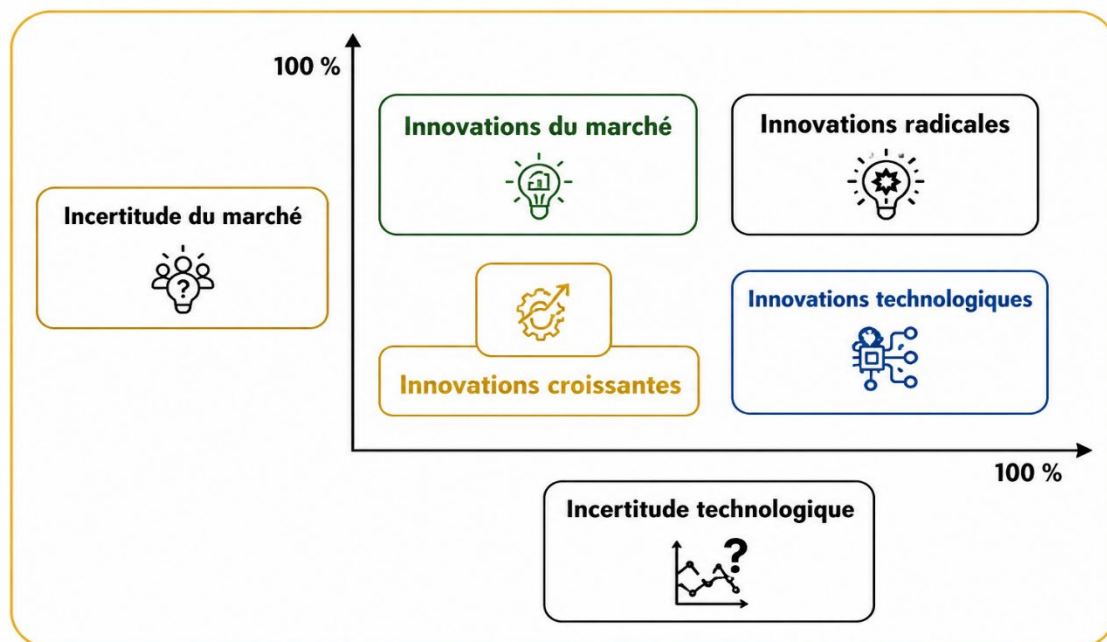
« Chercher l'idée révolutionnaire, unique, particulière est illusoire et inefficace ; construire une entreprise dynamique repose au contraire sur une suite de décisions et d'actions au quotidien... C'est le cumul d'innovations et non l'acte spectaculaire qui détermine le succès. »

*Jim Collins, cité par Philip Kotler, Marketing Management, 2016*

L'innovation se fait aujourd'hui en lien avec tout l'écosystème de l'entreprise. Elle ne se limite pas à l'introduction d'une nouvelle technologie, mais englobe l'ensemble des transformations organisationnelles, commerciales et relationnelles qui en découlent.

#### 2.1.1 La matrice d'innovation (Explication théorique)

Figure 4: Schéma représentant la nature des innovations



Source : Adapté de Institut de Gestion des Techniques Urbaines [en ligne], disponible sur : <https://igtu.univ-constantine3.dz>, consulté le 15/04/2026

Une matrice d'innovation est un outil stratégique qui aide les dirigeants d'entreprise à identifier et à prioriser les opportunités d'innovation au sein de leur organisation. Elle fournit un cadre d'analyse et d'évaluation des opportunités potentielles, ce qui peut les aider à se concentrer sur l'approche de croissance la plus prometteuse. (OCDE & Eurostat, 2018)

La matrice se construit autour de deux axes :

- **Axe horizontal** : degré d'incertitude technologique (de faible à 100 %).
- **Axe vertical** : degré d'incertitude du marché (de faible à 100 %).

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

Elle distingue quatre types d'innovation :

1. **Innovation incrémentale (croissante) :** tout changement vers un développement ou une évolution d'un bien matériel ou immatériel déjà existant, sans rupture technologique ni changement d'usage. Elle est utilisée afin de rester compétitif sur le marché et de mieux satisfaire les clients actuels.
2. **Innovation de rupture (technologique) :** tout apport technologique nouveau pour répondre à des besoins connus préalablement.
3. **Innovation de marché :** adapter ou détourner une technologie existante vers un nouveau marché ou un nouvel usage.
4. **Innovation radicale :** un changement complet ou une nouvelle création à partir d'une nouvelle technologie et d'un nouvel usage.

### 2.1.2 La matrice d'innovation de MachiNet

1. **Innovation incrémentale :** Notre projet MachiNet s'appuie sur une technologie web classique (site internet, moteur de recherche, base de données, interface responsive). Il permet de répondre à un besoin déjà connu, à savoir mettre en relation des acheteurs et des fournisseurs d'équipements industriels (IAA, BTP, agricole, pharmaceutique, bois, textile, mines, énergie). Ce n'est pas nouveau en soi, mais notre projet est entièrement adapté au contexte industriel algérien et à ses acteurs spécifiques (PME, artisans, porteurs de projets), ce qui en fait une innovation utile et bien ciblée.
2. **Innovation de rupture :** Notre start-up introduit des outils véritablement innovants sur le marché algérien : un assistant intelligent de recommandation, un chatbot IA guidant l'acheteur dans son choix, **CRM intégré** pour la gestion des leads et négociations, un système de score de fiabilité des fournisseurs et un module de suivi de commande en temps réel. L'ensemble de ces technologies améliore radicalement un usage existant (trouver une machine industrielle), en le rendant beaucoup plus efficace, rapide, transparent et sécurisé.
3. **Innovation de marché :** Notre innovation réside dans l'application de la technologie Marketplace à un public souffrant d'un important manque de solutions digitales en Algérie, notamment les PME, ateliers artisanaux, exploitants agricoles, entrepreneurs du secteur BTP, porteurs de projets industriels ainsi que les industriels des secteurs agroalimentaire, pharmaceutique, textile, bois, mines et énergie.

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

4. Ces acteurs utilisent encore très peu les outils numériques dans leurs processus d'achat d'équipements et de machines, et dépendent majoritairement des méthodes traditionnelles telles que les foires, le bouche-à-oreille et les intermédiaires. MachiNet leur offre ainsi un accès digital simplifié et adapté à leurs réalités, en les connectant à un réseau national et international de fournisseurs vérifiés, alors que les plateformes internationales existantes restent peu adaptées au contexte local algérien et à ses besoins spécifiques.
5. **Innovation radicale** : La force de notre projet réside dans la transformation totale du processus d'achat B2B dans le secteur des machines industrielles en Algérie. Grâce à notre plateforme, une entreprise peut **rechercher, comparer, contacter, négocier, commander, recevoir un conseil expert** le tout depuis une seule interface, chose inexistante aujourd'hui dans ce secteur. C'est une digitalisation complète d'un écosystème traditionnel et fragmenté, à fort potentiel d'impact économique pour le tissu industriel algérien :
  - Création d'un nouveau standard de transparence sur les prix des machines.
  - Disparition progressive des intermédiaires non qualifiés.
  - Émergence d'un marché secondaire structuré pour les machines d'occasion.
  - Décloisonnement géographique : suppression des barrières entre wilayas.

MachiNet ne se contente pas de digitaliser une activité existante : il crée une nouvelle catégorie de service B2B en Algérie, là où il n'existait jusqu'à présent aucun acteur structuré dédié spécifiquement aux machines industrielles multi-secteurs.

Selon le Manuel d'Oslo (OCDE/Eurostat, 4<sup>e</sup> édition, 2018), une innovation se définit comme « la mise en œuvre d'un produit, d'un service, d'un procédé ou d'une organisation nouveaux ou significativement améliorés ». MachiNet relève simultanément de quatre formes d'innovation :

- **Innovation produit** : 1<sup>re</sup> marketplace verticale dédiée aux machines en Algérie, avec catalogue structuré multi-secteurs (IAA, BTP, agricole, pharma).
- **Innovation de procédé** : automatisation IA du sourcing, du pricing et du matching acheteur-vendeur, traditionnellement réalisés manuellement
- **Innovation organisationnelle** : modèle hybride Marketplace + SaaS + Conseil, rémunérant le conseil par abonnement et non par commission, garantissant la neutralité.
- **Innovation de marketing** : positionnement « data-driven » avec affichage des prix en temps réel et notation transparente des fournisseurs

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

### 2.2 Domaines de l'innovation

***« Créer de la valeur par l'innovation afin de servir le client plus vite, plus globalement et plus efficacement que les concurrents. »***

*Philip Kotler, Kevin Lane Keller & Delphine Manceau, Marketing Management, 2016*

Un projet innovant se reconnaît à sa faculté de se démarquer de ses concurrents par les valeurs qu'il incarne ainsi que les solutions qu'il met en œuvre pour répondre aux besoins du marché.

La technologie n'était pas une chose aisée à intégrer dans les projets et dans la vie professionnelle auparavant, mais elle est devenue un outil indispensable dans l'évolution de tous les secteurs et activités. La digitalisation, en particulier, porte un poids crucial à l'ère du XXI<sup>e</sup> siècle.

***« Plus particulièrement, une transformation digitale réussie permet aux entreprises d'identifier et de répondre plus rapidement aux besoins et aux préférences des consommateurs ainsi que de développer des produits et services plus innovants que les concurrents. »***

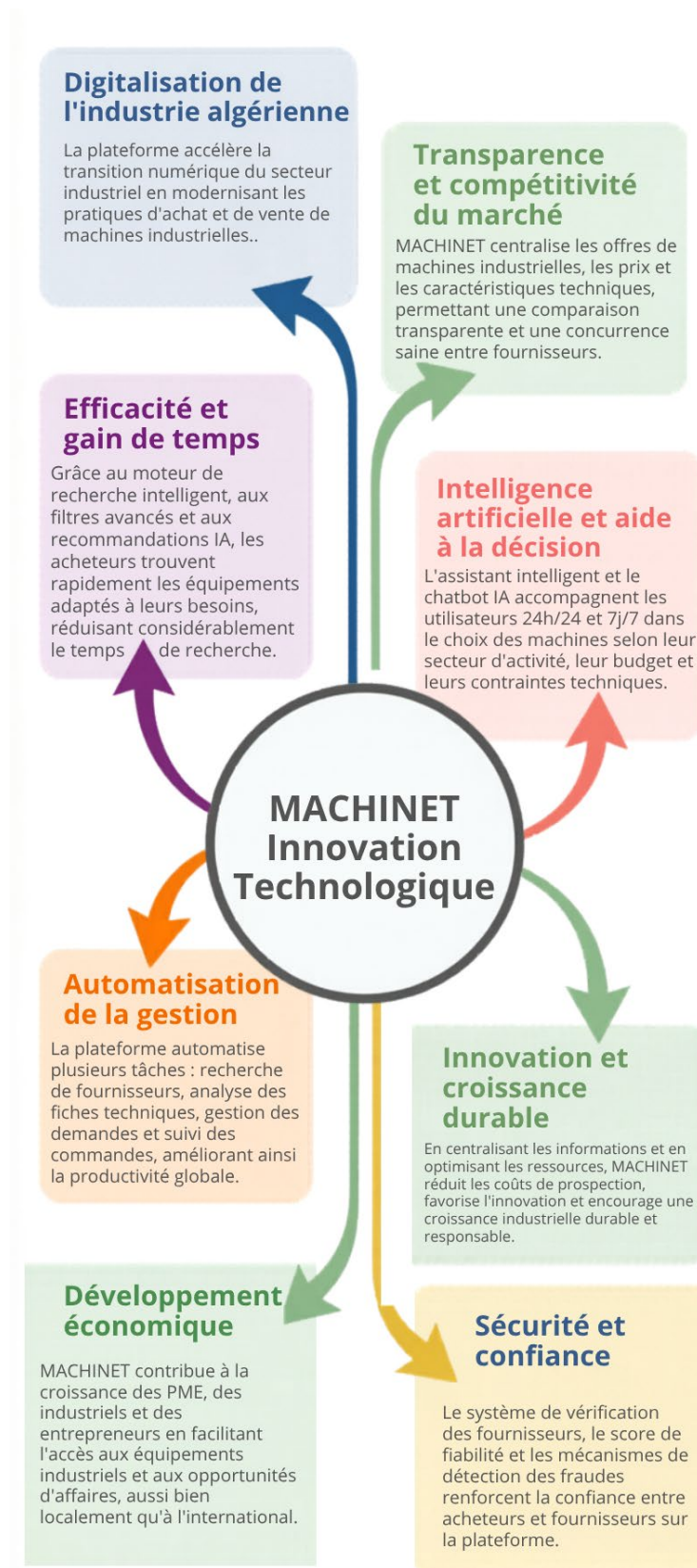
*Florence Cavelius, 2018*

Chez MachiNet, nous plaçons l'innovation technologique au cœur de notre mission. La plateforme intègre plusieurs domaines à la fois : l'innovation, la technologie, la digitalisation, le business to business, le marché local algérien, et l'industrie des machines et équipements industriels.

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

### 2.2.1 Innovation technologique

Figure 5: Innovation technologique au cœur de MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

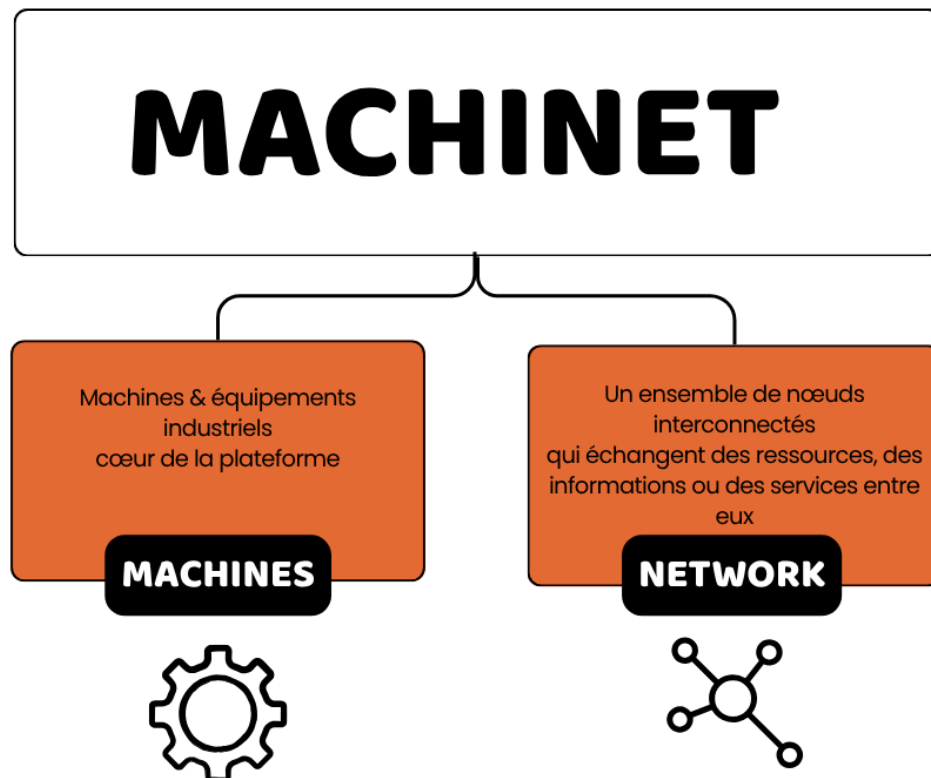
## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

De ce fait, l'intégration de la digitalisation dans les entreprises renforce non seulement leurs activités en les rendant plus professionnelles et actuelles, mais consolide aussi leur positionnement face à la concurrence. Grâce à cette dernière, les entreprises deviennent plus agiles, réalisent un gain de temps significatif et réduisent leurs coûts opérationnels.

### 2.2.2 Nom du projet

MachiNet, un nom percutant, facile à reconnaître et simple à prononcer. Il intègre deux termes principaux résumant les activités essentielles de notre projet :

**Figure 6:** Décomposition du nom du projet MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

### 2.2.3 Pourquoi MachiNet ?

Figure 7: Acrostiche des valeurs et domaines de MachiNet

**MACHINET**

|          |                             |                                                                                                                                                                  |
|----------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>M</b> | <b>MARKETPLACE</b>          | Espace digital centralisé regroupant toutes les offres de machines industrielles disponibles en Algérie                                                          |
| <b>A</b> | <b>ACCÈS</b>                | Accès simplifié et immédiat aux équipements industriels pour tous les profils d'acheteurs (PME, artisans, porteurs de projets)                                   |
| <b>C</b> | <b>CENTRALISATION</b>       | Centralisation des informations techniques, des prix et des fournisseurs dans une seule plateforme structurée                                                    |
| <b>H</b> | <b>HUB INDUSTRIEL</b>       | Hub numérique de référence pour l'industrie algérienne, connectant fournisseurs, acheteurs et experts techniques                                                 |
| <b>I</b> | <b>INTELLIGENCE</b>         | Intelligence artificielle intégrée (chatbot, recommandation) pour orienter l'utilisateur vers la solution la plus adaptée à ses besoins                          |
| <b>N</b> | <b>NÉGOCIATION</b>          | Mise en relation directe facilitant la négociation transparente entre acheteurs et fournisseurs vérifiés                                                         |
| <b>E</b> | <b>ESPACE PROFESSIONNEL</b> | Espace SaaS dédié aux fournisseurs pour gérer catalogues, offres et visibilité commerciale                                                                       |
| <b>T</b> | <b>TRANSPARENCE</b>         | Transparence totale via le système d'évaluation, de notation et de fiches techniques standardisées ullamcorper eleifend. Praesent risus leo, fringilla et ipsum. |

Source : Équipe de MachiNet

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

### 2.2.4 Choix du logo

Le logo représente le symbole et l'identité de toute entreprise, marque, projet ou organisation. Il met en œuvre :

- Les valeurs que l'entreprise veut communiquer à ses parties prenantes
- Les objectifs à court, moyen et long terme que l'entreprise veut atteindre
- Les activités et la raison d'être de l'entreprise sur son marché

Ce dernier agit comme un déclencheur visuel : dès qu'un logo apparaît, notre cerveau reconnaît instinctivement l'entreprise à laquelle il appartient et l'identité de la marque. Il aide à se démarquer des concurrents, en marquant visuellement l'esprit du public.

Grâce aux couleurs choisies, aux formes géométriques, aux dispositions et aux reflets, ces derniers permettent de véhiculer une identité visuelle forte et cohérente avec le positionnement stratégique de l'entreprise. Ce qui peut donner un avantage concurrentiel et aussi un fort positionnement dans l'esprit des consommateurs.

Finalement, le logo est tout simplement la signature visuelle d'un projet.

**Figure 8:** Le logo et slogan de MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

### 2.2.5 Logotype

Figure 9: Le logo de MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

Le logo MachiNet n'est pas un simple design, c'est une représentation visuelle forte de son concept. Il combine des éléments essentiels qui traduisent parfaitement son identité et sa mission dans le domaine des machines industrielles modernes.

- **L'engrenage :**

En accordant un peu plus d'attention à notre logo, la forme centrale qui le compose nous est immédiatement familière : c'est un engrenage. Ce symbole est universellement reconnu depuis les débuts de la Révolution Industrielle comme l'emblème même de la machine, du travail mécanique et du progrès humain. Mais derrière cette évidence se cache une signification bien plus profonde et réfléchie.

L'engrenage n'est pas un élément statique. Par nature, il ne fonctionne que s'il est en mouvement, et surtout, s'il s'articule avec d'autres engrenages. Un engrenage seul ne produit rien ; c'est leur interaction, leur emboîtement précis et leur coordination qui génère la puissance. Nous nous sommes inspirés de cette réalité mécanique fondamentale, car elle reflète exactement ce que MachiNet ambitionne de créer sur le marché industriel algérien.

En effet, les acteurs de ce marché fournisseurs, acheteurs, techniciens, consultants sont aujourd'hui comme des engrenages déconnectés les uns des autres : chacun tourne dans son coin, sans synchronisation, sans transmission de force.

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

MachiNet est précisément cette pièce centrale qui vient les relier, les aligner et leur permettre de fonctionner ensemble, de manière fluide, efficace et productive. La mission de notre plateforme se lit donc directement dans la forme de notre logo.

- **Les nodes :**

À l'intérieur de l'engrenage, on distingue un second élément tout aussi chargé de sens : les nodes, ces points de connexion qui s'entrelacent et créent un réseau visible au cœur du logo. Leur présence n'est pas décorative, elle est stratégique et porteuse d'une double signification.

D'un côté, les nodes représentent les connexions et le réseau, c'est-à-dire l'interaction entre les différents acteurs de la plateforme. Chaque node matérialise un lien créé par MachiNet : un acheteur mis en relation avec un fournisseur fiable, un technicien connecté à un client qui a besoin de lui, un consultant orienté vers un porteur de projet qui cherche conseil. Les nodes sont les fils invisibles que MachiNet tisse entre tous les acteurs d'un marché jusqu'alors fragmenté.

De l'autre côté, les nodes représentent également l'intégration de l'intelligence artificielle au cœur de notre plateforme. À l'image des neurones d'un réseau de neurones artificiels, ils signifient que MachiNet ne se contente pas de connecter mécaniquement des acteurs, elle analyse, apprend, recommande et optimise.

C'est une plateforme intelligente qui grandit avec ses utilisateurs et qui améliore continuellement son aide à la décision. Nodes et engrenage ensemble expriment ainsi parfaitement la dualité de MachiNet : une puissance industrielle alliée à une intelligence digitale

- **COLOR LOGO :**

Le choix des couleurs dans le logo MachiNet n'est pas aléatoire. Il reflète l'identité de la plateforme, sa vision innovante et sa volonté de se démarquer dans un marché concurrentiel dominé par les codes classiques. À travers ces couleurs, MachiNet se positionne comme une marque moderne, différente et compétitive. Elle inspire confiance tout en mettant en avant son côté innovant et technologique.

Les couleurs ont été soigneusement sélectionnées afin de trouver la parfaite concordance entre deux aspects indissociables de notre plateforme : d'un côté le dynamisme de l'innovation et de l'entrepreneuriat ; de l'autre la rigueur et la solidité que requiert le monde industriel B2B.

- **L'orange :**

L'orange symbolise l'énergie, l'innovation, la modernité et le dynamisme. Cette couleur attire l'attention et représente également l'action, le mouvement et l'évolution technologique.

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

Dans l'imaginaire collectif, l'orange évoque la chaleur d'une forge, l'étincelle d'un soudage, la lueur d'un métal en fusion autant d'images qui renvoient directement à l'univers des machines et de l'industrie.

Nous avons choisi l'orange pour refléter l'audace et la transformation que porte notre start-up : s'attaquer à un marché traditionnel, opaque et informel pour le digitaliser, le structurer et le moderniser.

L'orange, c'est le signal d'une plateforme qui ne craint pas d'aller là où personne n'est encore allé dans le secteur industriel algérien.

### ■ Le noir :

Le noir représente la puissance, la solidité et le professionnalisme. Il apporte également une image premium, sérieuse et fiable. C'est la couleur du fer, de l'acier, des machines robustes les mêmes matériaux qui constituent l'univers de nos utilisateurs. Le noir dit à nos clients : vous pouvez nous faire confiance pour des transactions importantes, pour des décisions d'achat qui engagent l'avenir de votre activité.

Dans le monde du B2B industriel où les montants en jeu sont significatifs et où la fiabilité est une exigence non-négociable, le noir n'est pas un choix de style c'est un engagement. Il positionne MachiNet comme un acteur sérieux, ancré dans la réalité de ses utilisateurs et digne de leur confiance sur le long terme.

### ■ Leur association :

Le duo Orange & Noir traduit une harmonie stratégique entre modernité, dynamisme et professionnalisme exactement l'équilibre que MachiNet cherche à incarner. L'orange porte l'élan, la rupture, l'innovation ; le noir porte la rigueur, la crédibilité, la durabilité. Ensemble, ils forment une identité visuelle forte, mémorable et cohérente avec le positionnement unique de MachiNet : une start-up innovante au service d'un marché industriel exigeant.

### 2.2.6 Les fonctionnalités de la plateforme

La plateforme MachiNet offre des fonctionnalités qui répondent directement aux besoins identifiés et aux problèmes observés sur le marché industriel algérien, ce qui différencie clairement notre projet des solutions existantes. MachiNet présente des solutions innovantes et intégrées, ce qui en fait une solution unique sur le marché.

MachiNet répond parfaitement bien à l'ensemble des éléments du SONCAS.

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

### • Qu'est-ce que le modèle SONCAS ?

Le modèle SONCAS est une méthode utilisée en marketing généralement en négociation et dans la communication qu'on retrouve dans les publicités par exemple. C'est un outil de persuasion et de vente en répondant directement aux besoins des consommateurs. C'est l'acronyme de 6 mots qui sont les suivants :

- **S : Sympathie** : Environnement chaleureux et rassurant. On parle souvent de garantie.
- **O : Orgueil** : Sentiment de valorisation, se sentir reconnu et unique
- **N : Nouveauté** : Actuel, découverte...
- **C : Confort** : Se sentir à l'aise, bien être, paix.
- **A : Argent** : Bonne affaire, bon investissement, économisation des moyens financiers
- **S : Sécurité** : Confiance, sérénité... (Mouton & Rousseau, 2018)

C'est dans cette optique que nous allons appliquer le modèle du SONCAS sur les fonctionnalités de MachiNet.

#### **S : Sécurité**

- Système de vérification et des fournisseurs avec badges exclusifs
- Score de fiabilité basé sur les avis clients vérifiés et l'historique des interactions
- Fiches techniques standardisées permettant une évaluation objective des équipements
- Garantie de confidentialité des données des utilisateurs inscrits sur la plateforme
- Suivi de commande en temps réel avec historique complet des échanges

#### **O : Orgueil**

- La plateforme exprime un environnement très professionnel, valorisant l'acheteur comme les fournisseurs dans leurs échanges B2B
- Un espace SaaS dédié qui donne aux fournisseurs et expert technique un statut digital professionnel et crédible

#### **N : Nouveauté**

- Première plateforme spécialisée dans les machines industrielles adaptée au marché algérien
- Assistant intelligent de recommandation guidant l'utilisateur selon son secteur, son budget et ses besoins
- Chatbot IA pour orienter les acheteurs non-experts
- Système de filtrage avancé pour faciliter les recherches selon de multiples critères
- Réseau de techniciens et consultants spécialisés accessible directement depuis la plateforme
- Module de suivi de commande en temps réel avec notifications automatiques

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

- Proposition de publicités et blogs personnalisés

### **C : Confort**

- Un parcours d'achat simplifié regroupant recherche, comparaison, contact et suivi dans un seul espace
- Interface intuitive et accessible à tous les profils (PME, artisans, porteurs de projets, entrepreneurs)
- Accompagnement technique avant, pendant et après l'achat par des experts industriels
- Les fournisseurs disposent d'un espace professionnel dédié pour gérer leurs offres à leur guise
- Messagerie interne et système de notifications pour un suivi facile et organisé

### **A : Argent**

- Gain de temps considérable grâce à la centralisation des offres et la comparaison instantanée
- Réduction des coûts de prospection pour les fournisseurs grâce à la visibilité ciblée offerte par la plateforme
- Accès gratuit pour les acheteurs modèle Freemium permettant à tous les profils de commencer sans investissement
- Pack Gold et Pack bronze pour les fournisseurs souhaitant maximiser leur visibilité commerciale
- Optimisation des décisions d'achat grâce aux fiches techniques comparatives et aux avis certifiés

### **S : Sympathie**

- Un front-office simple à comprendre et facile à utiliser pour tous les profils d'utilisateurs
- Une interface dynamique et engageante qui reflète le professionnalisme du secteur industriel
- Un accompagnement humain via le réseau de techniciens et consultants, créant une relation de confiance durable
- Période d'essai pour les premiers fournisseurs inscrits, favorisant l'adoption de la plateforme
- Support client réactif et assistance dédiée pour l'intégration des fournisseurs

MachiNet est une plateforme adaptable aux différents profils d'utilisateurs fournisseurs, acheteurs professionnels, artisans, porteurs de projets ce qui renforce l'effet SONCAS global et garantit une expérience positive pour chaque type d'utilisateur.

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

---

### 2.3 Impact de l'innovation sur le marché B2B des machines

L'innovation, qu'elle soit technologique, organisationnelle ou commerciale, revêt une importance cruciale dans la transformation du marché B2B des machines industrielles en Algérie. Face à un environnement caractérisé par l'opacité du marché, la fragmentation des informations et le manque de solutions digitales adaptées, les acteurs du secteur doivent repenser leurs modes de fonctionnement.

« La traçabilité numérique a un impact positif significatif sur les trois piliers de la performance en matière de durabilité parmi les entreprises. L'innovation orientée vers la durabilité joue un rôle médiateur dans la relation entre la traçabilité numérique et la performance. »

*Xiongyong Zhou, Haiyan Lu & Sachin Kumar Mangla (2024)*

Concrètement, l'innovation technologique déclenche des transformations structurelles dans les chaînes B2B : transparence, qualité de l'information, optimisation des processus et performance globale. C'est précisément ce que MachiNet ambitionne de réaliser dans l'écosystème industriel algérien.

#### 2.3.1 Impact sur les acheteurs

Dans ce contexte, MachiNet émerge comme un véritable moteur de changement pour les acheteurs industriels algériens. En proposant des solutions novatrices adaptées aux besoins des PME, ateliers artisanaux, entrepreneurs agricoles et porteurs de projets, MachiNet offre une réponse concrète aux défis actuels du marché :

- Réduction du temps de recherche d'équipements grâce à la centralisation des offres
- Amélioration de la qualité des décisions d'achat grâce aux fiches techniques comparatives et au système d'évaluation
- Réduction du risque d'arnaques et d'équipements non conformes grâce aux fournisseurs vérifiés
- Inclusion de nouveaux profils d'acheteurs (porteurs de projets, jeunes entrepreneurs) grâce à l'assistant IA

#### 2.3.2 Impact sur les fournisseurs

MachiNet ne se contente pas d'accompagner les acheteurs : elle transforme également le modèle commercial des fournisseurs algériens de machines industrielles. Par le biais du module SaaS dédié, les fournisseurs accèdent à une nouvelle dimension digitale de leur activité :

- Digitalisation des catalogues et des processus commerciaux, permettant une meilleure organisation

## CHAPITRE 2 : Les aspects innovants

- Accès à un marché cible élargi, dépassant les limites géographiques et relationnelles des réseaux informels
- Amélioration de la crédibilité et de la réputation grâce au système de notation et de certification
- Accès à des données analytiques sur les comportements des acheteurs pour affiner l'offre commerciale

**Tableau 2:** Impact de MachiNet sur le marché B2B des machines industrielles en Algérie

| Avant MachiNet                                                                      | Avec MachiNet                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Recherche longue et non structurée (bouche-à-oreille, réseaux sociaux informels)    | Marketplace centralisée regroupant toutes les offres de machines industrielles en Algérie |
| Manque de transparence sur les prix et les caractéristiques techniques des machines | Fiches techniques détaillées avec prix indicatifs, localisation et disponibilité          |
| Risque élevé d'arnaques et d'équipements non conformes                              | Fournisseurs vérifiés, notés et certifiés via un système d'évaluation transparent         |
| Absence d'espace centralisé pour comparer les offres disponibles                    | Moteur de recherche avancé et assistant IA pour comparer et choisir rapidement            |
| Difficulté à identifier et à contacter des fournisseurs fiables                     | Mise en relation directe entre acheteurs, fournisseurs et techniciens spécialisés         |
| Service après-vente limité et suivi post-achat quasi inexistant                     | Réseau de techniciens pour installation, maintenance et accompagnement post-achat         |

Source : Équipe de MachiNet

### 2.3.3 Impact sur l'écosystème industriel algérien

Au-delà de son impact sur les acheteurs et fournisseurs individuels, MachiNet contribue à la structuration globale du marché industriel algérien. Grâce à ses partenariats stratégiques avec des acteurs clés de l'écosystème institutions de soutien aux startups, centres de formation, organismes industriels, la plateforme participe à la formation et à la sensibilisation des acteurs du secteur aux bonnes pratiques digitales et commerciales.

Ainsi, l'impact de l'innovation portée par MachiNet est fondamental pour repenser les pratiques B2B industrielles et anticiper les défis futurs du secteur. Cette approche globale positionne MachiNet comme un partenaire stratégique capable d'accompagner l'industriel algérien dans sa transition vers un modèle plus résilient, transparent et digitalisé.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3 CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

L'analyse stratégique du marché constitue une étape fondamentale dans la conception et le développement de tout projet entrepreneurial. Elle permet de comprendre l'environnement dans lequel évoluera l'entreprise, d'identifier les opportunités et les menaces du marché, ainsi que d'évaluer les facteurs susceptibles d'influencer sa réussite.

Dans le cadre du projet **MachiNet**, cette analyse vise à valider la pertinence de la solution proposée, à étudier le potentiel du marché des machines industrielles en Algérie et à définir un positionnement stratégique durable. Elle constitue également un outil d'aide à la décision permettant d'orienter les choix commerciaux, marketing et organisationnels du projet.

Afin d'obtenir une vision globale et cohérente de l'environnement de MachiNet, nous aborderons les éléments suivants :

1. **Le Business Model Canvas (BMC)**
2. **L'analyse PESTEL**
3. **L'analyse des cinq forces de Porter**
4. **L'analyse SWOT**
5. **L'étude de marché et l'analyse concurrentielle**
6. **La stratégie marketing**

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3.1 Business Model Canvas (BMC)

Le Business Model Canvas (BMC), développé par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur, est un outil stratégique permettant de représenter de manière synthétique le modèle économique d'un projet ou d'une entreprise. Il offre une vision globale de la manière dont une organisation crée, délivre et capte de la valeur auprès de ses différentes parties prenantes.

Cet outil repose sur neuf composantes interdépendantes qui permettent d'analyser les segments de clientèle visés, la proposition de valeur offerte, les ressources mobilisées, les activités clés, les partenaires stratégiques ainsi que les mécanismes de génération de revenus. Il constitue ainsi un support essentiel pour comprendre la logique économique d'un projet et évaluer sa viabilité. (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Dans le cadre du projet **MachiNet**, le Business Model Canvas permet d'identifier les différentes sources de création de valeur pour les acheteurs, les fournisseurs de machines industrielles, les consultants et les techniciens de maintenance. Il met en évidence la manière dont la plateforme répond aux besoins du marché en facilitant la mise en relation entre les acteurs du secteur industriel, tout en générant un modèle économique durable et scalable.

L'analyse du Business Model Canvas de MachiNet est présentée à travers les neuf composantes suivantes :

#### 3.1.1 Proposition de valeur

La proposition de valeur représente l'ensemble des avantages et bénéfices que MachiNet apporte à ses utilisateurs. La plateforme a été conçue pour répondre aux difficultés rencontrées par les acteurs du marché des machines industrielles en Algérie, notamment le manque de visibilité des fournisseurs, la difficulté d'accès à l'information technique, l'absence de solutions spécialisées et le besoin d'accompagnement lors du processus d'achat.

##### **A. Valeur proposée aux fournisseurs et vendeurs de machines industrielles :**

##### **- Une visibilité commerciale accrue à l'échelle nationale :**

Les fournisseurs de machines industrielles disposent généralement de moyens limités pour promouvoir leurs produits. MachiNet leur offre une vitrine digitale spécialisée leur permettant de présenter leurs équipements à une audience ciblée composée d'entrepreneurs, de PME et d'investisseurs à travers l'ensemble du territoire national.

##### **- Génération de prospects qualifiés :**

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

Contrairement aux plateformes généralistes, MachiNet attire exclusivement des utilisateurs intéressés par les équipements industriels. Cette spécialisation permet aux fournisseurs d'entrer en contact avec des acheteurs potentiels réellement concernés par leurs offres, augmentant ainsi les opportunités commerciales.

- **Outils de gestion et de suivi des performances :**

La plateforme met à disposition des vendeurs des tableaux de bord leur permettant de suivre les performances de leurs annonces, le nombre de consultations, les demandes reçues et l'évolution de leur visibilité. Ces données facilitent la prise de décision commerciale.

- **Solutions de mise en avant des annonces :**

Grâce aux fonctionnalités de promotion et de visibilité avancée, les fournisseurs peuvent mettre en avant certaines machines afin d'augmenter leur exposition auprès des acheteurs et d'accélérer leur commercialisation.

- **Renforcement de la confiance grâce au badge « Fournisseur Vérifié » :**

Afin de réduire les risques liés aux transactions et d'améliorer la crédibilité des vendeurs, MachiNet met en place un système de vérification permettant d'identifier les fournisseurs fiables. Ce mécanisme favorise un climat de confiance entre les différentes parties.

### **B. Valeur proposée aux acheteurs :**

- **Accès centralisé à l'offre de machines industrielles :**

Actuellement, les acheteurs doivent consulter plusieurs sources différentes pour trouver une machine adaptée à leurs besoins. MachiNet centralise les offres disponibles au sein d'une seule plateforme, permettant un gain de temps considérable dans la recherche d'équipements.

- **Accès à des informations techniques détaillées :**

Chaque machine est accompagnée de fiches descriptives comprenant les caractéristiques techniques, les performances, les usages recommandés et les informations essentielles à la prise de décision. Cette transparence permet aux acheteurs d'évaluer plus facilement les différentes options disponibles.

- **Comparaison simplifiée des équipements :**

La plateforme permet de comparer plusieurs machines selon différents critères tels que le prix, les caractéristiques techniques ou le secteur d'activité concerné. Cette fonctionnalité facilite l'identification de la solution la plus adaptée aux besoins de l'utilisateur.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- **Recommandations intelligentes basées sur les besoins du client :**

MachiNet intègre des outils d'intelligence artificielle capables d'orienter les utilisateurs vers les équipements les plus pertinents en fonction de leur activité, de leur budget et de leurs objectifs de production. Cette assistance réduit le risque d'erreur lors de l'investissement.

- **Accompagnement par des consultants et experts techniques :**

L'achat d'une machine industrielle représente souvent un investissement important nécessitant une expertise spécifique. MachiNet donne accès à un réseau de consultants et de techniciens capables d'accompagner les utilisateurs dans le choix, l'installation et l'exploitation des équipements.

- **Réduction du risque d'achat :**

Grâce à la vérification des fournisseurs, aux évaluations des utilisateurs et à la présence d'experts, la plateforme contribue à réduire l'incertitude et les risques généralement associés aux achats industriels.

### **C. Valeur proposée aux consultants et techniciens de maintenance :**

- **Accès à de nouvelles opportunités professionnelles :**

MachiNet permet aux consultants et techniciens spécialisés de développer leur activité en entrant en relation avec des clients recherchant un accompagnement avant ou après l'acquisition d'une machine industrielle.

- **Développement de leur visibilité professionnelle :**

La plateforme constitue un espace dédié où les experts peuvent présenter leurs compétences, leurs expériences et leurs domaines de spécialisation afin d'accroître leur notoriété auprès des acteurs industriels.

- **Intégration dans un écosystème industriel spécialisé :**

En rejoignant MachiNet, les consultants et techniciens bénéficient d'un réseau professionnel regroupant fournisseurs, entreprises industrielles et porteurs de projets, favorisant ainsi le développement de nouvelles collaborations.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3.1.2 Segments de clientèle

MachiNet s'adresse à plusieurs catégories d'utilisateurs intervenant dans l'écosystème industriel.

#### A. Fournisseurs et vendeurs de machines industrielles :

Cette catégorie regroupe les importateurs, distributeurs, revendeurs et fabricants de machines industrielles souhaitant promouvoir leurs produits et développer leur portefeuille clients.

#### B. Acheteurs :

Les acheteurs représentent le principal segment de demande de la plateforme. Ils comprennent notamment :

- Les entrepreneurs et porteurs de projets à la recherche de leur premier équipement industriel.
- Les PME industrielles souhaitant renouveler ou développer leur parc de machines.
- Les ateliers artisanaux et unités de production.

#### C. Consultants industriels :

Les consultants interviennent pour accompagner les acheteurs dans l'évaluation de leurs besoins, le choix des équipements et l'optimisation de leurs investissements.

#### D. Techniciens de maintenance :

Les techniciens spécialisés proposent des services de diagnostic, d'installation, de maintenance préventive et corrective afin d'assurer la continuité des activités des utilisateurs.

### 3.1.3 Canaux de distribution

Pour atteindre ses différents segments de clientèle, MachiNet s'appuie sur plusieurs canaux de communication et de distribution :

#### Plateforme web :

La plateforme web constitue le canal principal permettant aux utilisateurs d'accéder aux annonces, d'effectuer des recherches et d'interagir avec les différents acteurs présents sur la marketplace.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### **Référencement naturel (SEO) :**

Une stratégie de référencement naturel est mise en place afin d'améliorer la visibilité de MachiNet sur les moteurs de recherche et d'attirer un trafic qualifié.

### **Réseaux sociaux :**

Les réseaux sociaux tels que Facebook, LinkedIn, Instagram et TikTok sont utilisés pour promouvoir les annonces, diffuser du contenu informatif et développer la notoriété de la plateforme.

### **Email marketing :**

Des campagnes d'emailing et des newsletters permettent de fidéliser les utilisateurs et de communiquer régulièrement sur les nouvelles fonctionnalités et opportunités du marché.

### **Salons et foires industrielles :**

La participation aux salons professionnels et événements industriels constitue un levier important pour développer le réseau de partenaires et attirer de nouveaux utilisateurs.

### **3.1.4 Relations clients**

MachiNet met en place plusieurs mécanismes afin d'assurer une relation durable avec ses utilisateurs :

#### **Une expérience utilisateur simple et intuitive :**

MachiNet met l'accent sur la simplicité d'utilisation afin de permettre à tous les utilisateurs, quel que soit leur niveau de maîtrise des outils numériques, d'accéder facilement aux différentes fonctionnalités de la plateforme. Une interface claire et ergonomique facilite la recherche de machines, la publication d'annonces et la prise de contact entre les différents acteurs.

#### **Assistance intelligente grâce au chatbot IA :**

La plateforme intègre un chatbot basé sur l'intelligence artificielle capable d'accompagner les utilisateurs dans leurs recherches et de répondre à leurs questions. Cet outil permet notamment d'orienter les acheteurs vers les machines les plus adaptées à leurs besoins, tout en réduisant le temps nécessaire à la prise de décision.

#### **Système d'avis et d'évaluations :**

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

Afin de renforcer la confiance entre les utilisateurs, MachiNet met en place un système d'évaluation permettant aux acheteurs de partager leur expérience avec les fournisseurs, consultants ou techniciens. Cette transparence favorise la crédibilité des acteurs présents sur la plateforme et contribue à améliorer la qualité globale des services proposés.

### **Tableaux de bord personnalisés :**

Chaque utilisateur professionnel dispose d'un espace personnel lui permettant de gérer son activité sur la plateforme. Les fournisseurs peuvent suivre les performances de leurs annonces, tandis que les consultants et techniciens peuvent gérer leurs demandes de prestations et leur visibilité. Cette personnalisation améliore l'expérience utilisateur et favorise l'engagement à long terme.

### **Support client et accompagnement :**

MachiNet prévoit un service d'assistance destiné à accompagner les utilisateurs en cas de difficultés techniques ou de questions liées à l'utilisation de la plateforme. Cet accompagnement contribue à améliorer la satisfaction des utilisateurs et à renforcer leur fidélité.

### **Communication régulière par newsletters :**

Des newsletters périodiques seront envoyées aux utilisateurs afin de les informer des nouvelles fonctionnalités, des opportunités du marché, des équipements récemment publiés et des actualités du secteur industriel. Cette communication permet de maintenir un lien permanent avec la communauté MachiNet.

### **Création de contenu à forte valeur ajoutée :**

La plateforme développera une stratégie de contenu centrée sur les machines industrielles, les opportunités d'investissement, les tendances du marché et les conseils liés à l'acquisition d'équipements. Cette approche vise à attirer de nouveaux utilisateurs, à renforcer la visibilité de MachiNet et à positionner la plateforme comme une référence dans l'écosystème industriel algérien.

### **Construction d'une communauté professionnelle :**

Au-delà de son rôle de marketplace, MachiNet ambitionne de créer un véritable écosystème réunissant fournisseurs, entrepreneurs, experts et techniciens. Cette communauté favorisera les échanges d'expériences, le partage d'informations et le développement de collaborations professionnelles durables.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3.1.5 Flux de revenus

Le modèle économique de MachiNet repose principalement sur plusieurs sources de revenus complémentaires :

#### **Vente de crédits et services de visibilité premium (Credit System) :**

MachiNet repose sur la vente de packs de crédits destinés aux fournisseurs de machines industrielles. Ces crédits donnent accès à différentes fonctionnalités permettant d'améliorer la visibilité des annonces, d'optimiser les performances commerciales et de renforcer la présence des vendeurs sur la plateforme. À travers ces packs, les fournisseurs pourront notamment bénéficier d'un nombre plus important d'annonces actives, d'un badge fournisseur vérifié, d'outils d'analyse des performances, d'un accès à des leads qualifiés, de services de mise en avant des annonces sur la plate-forme et sur les réseaux sociaux de MachiNet, ainsi que d'autres fonctionnalités avancées destinées à faciliter la gestion et la promotion de leurs offres.

#### **Commission sur les consultations d'experts et de techniciens :**

MachiNet met à disposition un réseau de consultants industriels et de techniciens spécialisés afin d'accompagner les acheteurs dans leurs projets d'acquisition, d'installation ou de maintenance des équipements industriels. Pour chaque prestation réalisée via la plateforme, une commission sera prélevée sur le montant de la consultation.

#### **Publicité et espaces promotionnels (Display Advertising) :**

La plateforme prévoit également la commercialisation d'espaces publicitaires destinés aux entreprises souhaitant promouvoir leurs produits ou services auprès d'une audience industrielle qualifiée. Ces espaces pourront être utilisés par des fournisseurs de pièces de rechange, des sociétés de transport, des organismes de financement, des centres de formation ou d'autres acteurs de l'écosystème industriel.

#### **Partenariats commerciaux et services à valeur ajoutée (perspective future) :**

À moyen et long terme, MachiNet pourra développer des partenariats stratégiques avec des banques, organismes de leasing, entreprises logistiques ou fournisseurs de services industriels. Ces collaborations pourront générer des revenus supplémentaires sous forme de commissions d'apport d'affaires ou de services intégrés proposés aux utilisateurs de la plateforme.

Cette diversification des revenus permet à MachiNet de réduire sa dépendance à une seule source de financement et d'assurer une meilleure rentabilité à long terme.

## **CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché**

---

### **3.1.6 Ressources clés**

Le succès de MachiNet repose sur plusieurs ressources stratégiques.

#### **Ressources technologiques :**

- Plateforme web et infrastructure numérique
- Base de données des utilisateurs et des équipements
- Outils d'intelligence artificielle
- Systèmes de cybersécurité et de protection des données

#### **Ressources humaines :**

- Équipe de développement informatique
- Équipe marketing et commerciale
- Équipe de gestion et d'administration
- Consultants et experts partenaires

### **3.1.7 Activités clés**

Les principales activités nécessaires au fonctionnement de MachiNet sont :

- Le développement et la maintenance de la plateforme
- L'amélioration continue des fonctionnalités
- L'acquisition et la fidélisation des utilisateurs
- La vérification et la validation des annonces publiées
- La modération des contenus et le contrôle qualité
- La gestion de la cybersécurité et de la protection des données
- La mise en œuvre des actions marketing et commerciales.

### **3.1.8 Partenaires clés**

Afin de renforcer son offre de services, MachiNet s'appuie sur plusieurs partenaires stratégiques.

#### **Entreprises de transport :**

Elles facilitent l'acheminement des équipements industriels vers les clients finaux.

#### **Fournisseurs de pièces de rechange :**

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

Ils permettent d'assurer la disponibilité des composants nécessaires à la maintenance des machines.

### **Prestataires de paiement électronique :**

Les solutions CIB et Edahabia facilitent la réalisation des transactions en ligne.

### **Organismes d'accompagnement entrepreneurial :**

Des structures telles que NESDA et ANADE peuvent constituer des relais importants pour promouvoir la plateforme auprès des porteurs de projets.

### **Banques et sociétés de leasing (perspective future) :**

Ces partenaires pourront contribuer au financement des équipements industriels et faciliter l'accès à l'investissement.

### **3.1.9 Structure des coûts**

La structure des coûts de MachiNet est principalement composée de dépenses liées à la technologie, aux opérations et au marketing.

Les principaux postes de dépenses sont :

- Développement et maintenance de la plateforme
- Hébergement des serveurs et infrastructures cloud
- Développement des fonctionnalités SaaS et des outils d'intelligence artificielle
- Coûts marketing et publicitaires
- Salaires des équipes techniques, administratives et commerciales
- Coûts liés à la cybersécurité et à la protection des données
- Frais administratifs et juridiques

Le Business Model Canvas de MachiNet met en évidence un modèle économique fondé sur la création de valeur pour plusieurs catégories d'acteurs du secteur industriel. Grâce à une plateforme spécialisée, des outils numériques innovants et un accompagnement technique adapté, MachiNet ambitionne de devenir un acteur de référence dans la digitalisation du marché des machines industrielles en Algérie.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3.2 Analyse PESTEL

Avant de lancer un projet innovant sur un marché donné, il est essentiel d'analyser les facteurs externes susceptibles d'influencer son développement et sa performance. L'environnement dans lequel évolue une entreprise peut en effet créer des opportunités favorables à sa croissance, mais également générer des contraintes ou des risques pouvant affecter sa pérennité.

Dans ce contexte, l'analyse PESTEL constitue un outil stratégique permettant d'étudier les principales composantes de l'environnement macroéconomique à travers six dimensions : Politique, Économique, Socioculturelle, Technologique, Environnementale et Légale. Cette analyse permet d'identifier les tendances du marché, les évolutions réglementaires, les avancées technologiques ainsi que les comportements des acteurs susceptibles d'impacter le projet. (Aguilar, 1967)

Dans le cadre de MachiNet, plateforme algérienne dédiée à la mise en relation entre acheteurs, vendeurs, consultants et techniciens spécialisés dans les machines industrielles, l'analyse PESTEL vise à évaluer les opportunités et les menaces de l'environnement externe afin d'orienter les choix stratégiques du projet et d'assurer son développement dans un contexte favorable à l'innovation et à la transformation numérique.

#### 3.2.1 Facteurs politiques

Le contexte politique algérien favorise progressivement l'entrepreneuriat, l'innovation et la transformation numérique. Les pouvoirs publics encouragent la diversification économique et soutiennent le développement des startups à travers plusieurs dispositifs d'accompagnement.

##### **Opportunités politiques :**

- Soutien gouvernemental à l'entrepreneuriat innovant à travers le label Startup et les dispositifs d'accompagnement des jeunes entreprises.
- Promotion de la digitalisation des services et de l'économie numérique. Mise en œuvre de politiques favorisant le développement industriel et la production locale.
- Encouragement des investissements productifs à travers la nouvelle loi sur l'investissement.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### Risques politiques :

- Évolution des politiques d'importation pouvant impacter la disponibilité de certaines machines industrielles.
- Complexité administrative liée à certaines procédures d'investissement ou d'importation.
- Dépendance de certains secteurs industriels aux décisions gouvernementales et aux politiques publiques.

Ces mesures créent un environnement favorable au développement d'une plateforme numérique spécialisée dans les équipements industriels tout en exigeant une veille réglementaire permanente.

### 3.2.2 Facteurs économiques

Le marché des équipements industriels est étroitement lié à la dynamique économique du pays. Le développement des PME, des projets entrepreneuriaux et des investissements industriels génère une demande croissante en machines et équipements spécialisés.

### Opportunités économiques :

- Croissance continue du nombre de PME et de micro-entreprises en Algérie.
- Développement de secteurs stratégiques tels que l'agroalimentaire, l'agriculture, le BTP et l'industrie manufacturière.
- Besoin croissant de modernisation et de renouvellement des équipements industriels.
- Développement progressif du commerce électronique et des solutions numériques B2B.
- Existence de mécanismes de financement et d'accompagnement des porteurs de projets (NESDA, ANGEM, CNAC, banques).

### Risques économiques :

- Fluctuation du taux de change pouvant influencer le prix des machines importées.
- Difficulté d'accès au financement pour certaines PME et porteurs de projets.
- Inflation et hausse du coût des équipements industriels.
- Sensibilité du marché aux variations de la conjoncture économique nationale.
- Forte dépendance du marché algérien aux importations de machines industrielles.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- Dans ce contexte, MachiNet peut contribuer à améliorer la transparence du marché et faciliter l'accès aux équipements tout en aidant les acheteurs à comparer les offres disponibles.

### 3.2.3 Facteurs socioculturels

Les comportements d'achat dans le secteur industriel reposent fortement sur la confiance, la réputation et les recommandations professionnelles. Toutefois, les habitudes numériques évoluent progressivement, notamment auprès des jeunes entrepreneurs et des nouvelles générations de dirigeants.

#### Opportunités socioculturelles

- Adoption croissante des outils numériques par les entreprises.
- Développement de l'écosystème entrepreneurial et des startups.
- Augmentation du nombre de porteurs de projets recherchant des solutions digitales.
- Besoin croissant d'informations fiables avant les décisions d'investissement.

#### Risques socioculturels

- Préférence persistante pour les relations commerciales traditionnelles.
- Méfiance de certains utilisateurs envers les transactions numériques.
- Importance du contact humain dans les décisions d'achat de machines industrielles.
- Faible digitalisation de certains acteurs industriels.

Afin de répondre à ces enjeux, MachiNet combine les outils numériques avec un accompagnement humain assuré par des consultants et techniciens spécialisés.

### 3.2.4 Facteurs technologiques

La technologie constitue le cœur du modèle économique de MachiNet. Le développement des infrastructures numériques et l'émergence des technologies d'intelligence artificielle offrent de nouvelles possibilités pour améliorer l'expérience utilisateur.

#### Opportunités technologiques

- Augmentation du taux de pénétration d'Internet et des smartphones.
- Généralisation de la couverture mobile et de l'accès aux services numériques.
- Développement des technologies d'intelligence artificielle et des solutions SaaS.
- Disponibilité des services cloud facilitant l'hébergement et la montée en charge des plateformes numériques.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### Risques technologiques

- Évolution rapide des technologies nécessitant des mises à jour permanentes.
- Risques liés à la cybersécurité et à la protection des données.
- Difficulté de recrutement de profils spécialisés en développement et intelligence artificielle.
- Dépendance aux infrastructures numériques et aux fournisseurs technologiques.

La technologie constitue le principal levier de différenciation de la plateforme grâce à l'intégration d'outils intelligents, de tableaux de bord et de fonctionnalités avancées de mise en relation.

### 3.2.5 Facteurs environnementaux

Les préoccupations environnementales occupent une place croissante dans les stratégies industrielles modernes. Les entreprises cherchent de plus en plus à optimiser l'utilisation de leurs ressources et à réduire leur impact environnemental.

#### Opportunités environnementales

- Développement progressif de l'économie circulaire.
- Valorisation des équipements industriels d'occasion.
- Intérêt croissant pour les machines plus économes en énergie.
- Émergence de technologies industrielles favorisant l'efficacité énergétique.

#### Risques environnementaux

- Renforcement futur des normes environnementales applicables aux équipements industriels.
- Nécessité d'adaptation aux exigences de durabilité.
- Évolution des attentes des entreprises en matière de responsabilité environnementale.

À travers la promotion des équipements d'occasion et la prolongation du cycle de vie des machines, MachiNet peut contribuer indirectement à une logique d'économie circulaire.

### 3.2.6 Facteurs légaux

Le fonctionnement de MachiNet est encadré par plusieurs dispositions légales relatives au commerce électronique, à la protection des données et aux activités commerciales numériques.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### Opportunités légales

- Existence d'un cadre juridique dédié au commerce électronique en Algérie.
- Mise en place progressive d'un environnement favorable aux startups innovantes.
- Développement des solutions de paiement électronique et des services numériques.

### Risques légaux

- Obligations liées à la protection des données personnelles.
- Responsabilité concernant la publication et la diffusion des annonces.
- Risques de litiges entre vendeurs et acheteurs.
- Évolution de la réglementation applicable aux plateformes numériques.

La plateforme devra mettre en place des procédures de vérification des annonces, des conditions générales d'utilisation claires et des mécanismes de protection des données afin d'assurer sa conformité réglementaire.

L'analyse PESTEL montre que l'environnement externe est globalement favorable au développement de MachiNet. La croissance du tissu entrepreneurial, l'accélération de la transformation numérique et les politiques de soutien à l'innovation constituent des opportunités importantes. Toutefois, la plateforme devra relever plusieurs défis liés à la confiance des utilisateurs, à l'évolution de la réglementation et à la dépendance du marché des machines industrielles aux importations. Malgré ces contraintes, les perspectives de développement restent prometteuses pour une solution spécialisée répondant aux besoins du marché algérien.

### 3.3 L'analyse SWOT

L'analyse SWOT est un outil stratégique permettant d'évaluer la position d'un projet en identifiant ses forces (Strengths), ses faiblesses (Weaknesses), les opportunités (Opportunities) offertes par l'environnement ainsi que les menaces (Threats) susceptibles d'influencer son développement. Cette analyse permet d'avoir une vision globale des facteurs internes et externes qui peuvent affecter la réussite du projet. (Kotler & Keller, 2016)

Dans le cadre de MachiNet, elle contribue à identifier les avantages concurrentiels de la plateforme, les axes d'amélioration ainsi que les opportunités de croissance et les risques liés à son environnement.

Figure 10: La matrice SWOT de MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

### 3.3.1 Forces (Strengths)

#### 1. Positionnement spécialisé dans les machines industrielles

MachiNet se concentre exclusivement sur le marché des machines et équipements industriels, contrairement aux plateformes généralistes. Cette spécialisation permet de mieux répondre aux besoins spécifiques des acheteurs et des fournisseurs.

#### 2. Proposition de valeur complète

La plateforme combine plusieurs services complémentaires : mise en relation entre acheteurs et vendeurs, accompagnement par des consultants, accès à des techniciens spécialisés

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

et recommandations intelligentes. Cette approche permet d'offrir une expérience plus complète que les solutions existantes.

### **3. Amélioration de la visibilité des fournisseurs**

MachiNet apporte aux fournisseurs une vitrine numérique spécialisée leur permettant de toucher une clientèle ciblée à l'échelle nationale.

### **4. Renforcement de la confiance entre les acteurs**

La mise en place de profils vérifiés, d'évaluations et d'avis utilisateurs contribue à instaurer un climat de confiance dans un marché souvent marqué par l'asymétrie d'information.

### **5. Intégration de technologies innovantes**

L'utilisation d'outils d'intelligence artificielle pour orienter les acheteurs constitue un élément différenciateur pouvant améliorer l'expérience utilisateur.

### **6. Modèle économique diversifié**

Les revenus peuvent provenir de plusieurs sources (crédits premium, publicité, mise en avant des annonces, commissions sur les consultations d'experts), réduisant ainsi la dépendance à une seule source de financement.

## **3.3.2 Faiblesses (Weaknesses)**

### **1. Effet réseau nécessaire au succès**

La valeur de la plateforme dépend fortement du nombre de vendeurs, d'acheteurs et d'experts présents. L'acquisition simultanée de ces différentes catégories d'utilisateurs constitue un défi majeur.

### **2. Projet en phase de lancement**

La plateforme doit encore construire sa notoriété et gagner la confiance des utilisateurs du secteur industriel.

### **3. Dépendance aux compétences techniques**

Le projet repose sur des ressources technologiques spécifiques, notamment pour le développement web, la cybersécurité et l'intelligence artificielle.

### **4. Ressources financières limitées**

Le développement et l'amélioration continue de la plateforme nécessitent des investissements importants en technologie, marketing et acquisition d'utilisateurs.

### **5. Difficulté à constituer une base d'offres importante au démarrage**

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

Le manque initial d'annonces pourrait ralentir l'adoption de la plateforme par les acheteurs.

### 3.3.3 Opportunités (Opportunities)

#### 1. Accélération de la digitalisation des activités commerciales

Les entreprises adoptent progressivement les outils numériques pour leurs activités commerciales et leurs processus d'approvisionnement.

#### 2. Croissance continue des projets entrepreneuriaux et des besoins en équipements industriels

L'augmentation du nombre de PME, startups, artisans et porteurs de projets en Algérie stimule la demande en machines et équipements industriels, créant ainsi un marché en expansion et un fort potentiel de croissance pour MachiNet.

#### 3. Faible présence de plateformes spécialisées sur le marché algérien

Le marché algérien dispose de peu de solutions numériques entièrement dédiées aux machines industrielles, ce qui représente une opportunité de positionnement.

#### 4. Possibilités de partenariats institutionnels et industriels

La collaboration avec des organismes d'accompagnement, des institutions de financement, des fournisseurs de services logistiques ou des organisations professionnelles peut accélérer la croissance du projet.

### 3.3.4 Menaces (Threats)

#### 1. Résistance au changement

Certains acteurs du secteur industriel continuent de privilégier les méthodes traditionnelles d'achat et de vente basées sur les réseaux relationnels.

#### 2. Arrivée de nouveaux concurrents

Des plateformes locales ou internationales pourraient développer des services similaires et accroître la pression concurrentielle.

#### 3. Concurrence des plateformes généralistes

Les plateformes généralistes de petites annonces ainsi que les réseaux sociaux demeurent largement utilisées pour la recherche et la diffusion d'offres de machines industrielles, ce qui peut ralentir l'adoption d'une plateforme spécialisée.

#### 4. Évolution du cadre réglementaire

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

Les changements liés au commerce électronique, à la protection des données ou aux transactions numériques peuvent entraîner des coûts d'adaptation supplémentaires.

### 5. Risques liés à la cybersécurité

Toute plateforme numérique reste exposée aux risques de fraude, de piratage ou de fuite de données.

### 6. Conjoncture économique

Les fluctuations économiques et la variation des prix des équipements importés peuvent affecter les investissements des entreprises dans les machines industrielles.

L'analyse SWOT montre que MachiNet dispose d'atouts importants grâce à son positionnement spécialisé, sa proposition de valeur complète et son orientation vers la transformation numérique du secteur industriel. Toutefois, le succès du projet dépendra de sa capacité à atteindre une masse critique d'utilisateurs, à instaurer la confiance et à maintenir un avantage concurrentiel durable face aux plateformes généralistes et aux nouveaux entrants potentiels.

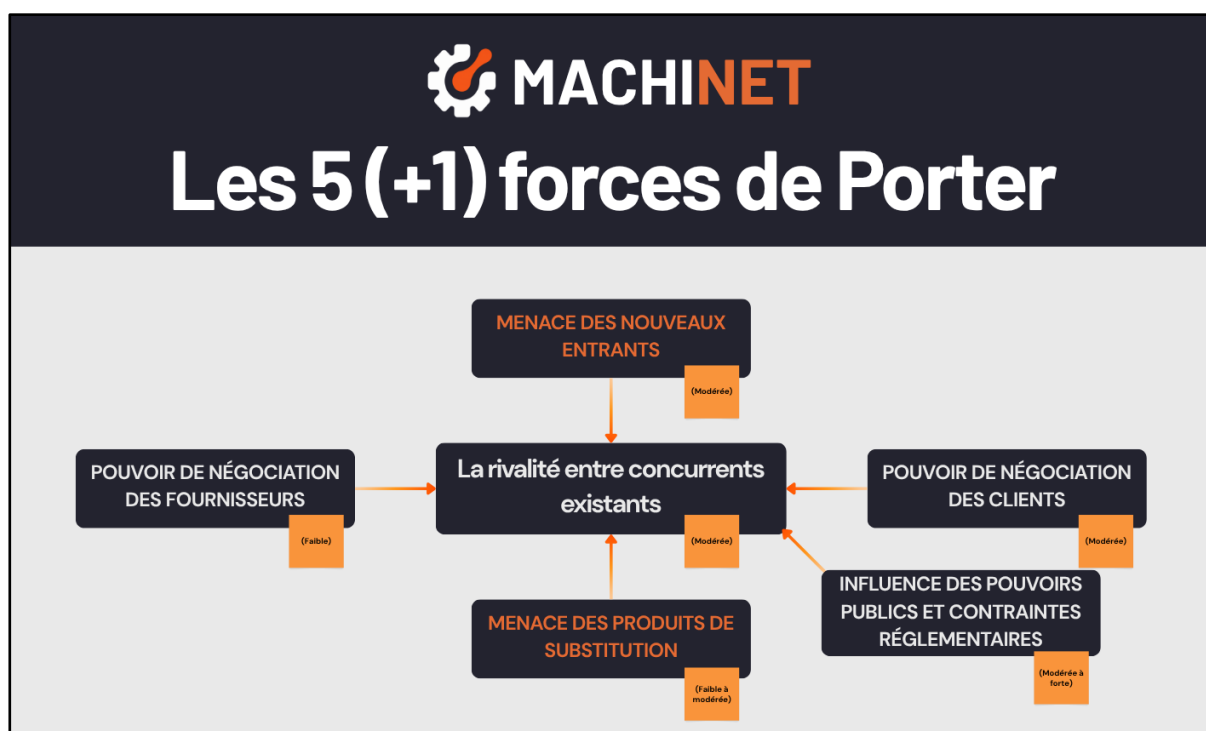
## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

### 3.4 Analyse des 5 + 1 forces de Porter

L'analyse des cinq forces de Porter, développée par Michael Porter (1980), permet d'évaluer l'intensité concurrentielle d'un marché ainsi que son niveau d'attractivité. Elle repose sur l'étude de cinq facteurs influençant la rentabilité d'un secteur : la rivalité entre les concurrents existants, la menace des nouveaux entrants, le pouvoir de négociation des fournisseurs, le pouvoir de négociation des clients et la menace des produits ou services de substitution. (Porter, 1980)

Dans le cadre de MachiNet, cette analyse permet d'identifier les forces concurrentielles qui pourraient influencer le développement de la plateforme et sa capacité à créer un avantage concurrentiel durable.

Figure 11: Analyse des 5 + 1 forces de Porter appliquée à MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

#### 3.4.1 Rivalité entre les concurrents existants

**Intensité : Modérée**

Le marché algérien ne dispose actuellement que d'un nombre limité de plateformes spécialisées dans les machines industrielles. Les acteurs présents sont principalement des plateformes généralistes ou des annuaires professionnels qui ne proposent pas une solution complète dédiée au secteur industriel.

Parmi les principaux acteurs identifiés :

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- Ouedkniss : plateforme généraliste permettant la publication d'annonces de machines mais sans services spécialisés.
- Kompass Algeria : annuaire d'entreprises facilitant la recherche de fournisseurs sans fonctionnalité de marketplace.
- Groupes Facebook spécialisés : largement utilisés mais caractérisés par un manque de structuration et de contrôle.

MachiNet se différencie par sa spécialisation sectorielle, l'intégration d'outils d'accompagnement et la centralisation de plusieurs services sur une seule plateforme.

### 3.4.2 Menace des nouveaux entrants

#### Intensité : Modérée

Le développement d'une plateforme numérique reste techniquement accessible à de nouveaux acteurs. Cependant, plusieurs éléments limitent cette menace :

- Nécessité de développer une communauté d'utilisateurs active
- Besoin d'établir une relation de confiance entre acheteurs et vendeurs
- Investissements nécessaires en marketing et acquisition de clients
- Importance de la connaissance du marché industriel local

Plus MachiNet développera sa base d'utilisateurs et ses partenariats, plus les barrières à l'entrée deviendront importantes.

### 3.4.3 Pouvoir de négociation des fournisseurs

#### Intensité : Faible

Les fournisseurs de machines industrielles représentent une catégorie essentielle pour la plateforme puisqu'ils constituent l'offre disponible.

Cependant, leur pouvoir de négociation reste relativement limité pour plusieurs raisons:

- Présence d'un grand nombre de fournisseurs potentiels
- Besoin croissant de visibilité digitale
- Difficultés actuelles à atteindre efficacement les acheteurs industriels
- Intérêt pour des canaux spécialisés permettant de générer des prospects qualifiés

MachiNetMachiNet peut ainsi devenir un canal de commercialisation attractif pour ces acteurs.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3.4.4 Pouvoir de négociation des clients

#### Intensité : Modérée

Les acheteurs disposent aujourd'hui de plusieurs alternatives pour rechercher des machines : réseaux sociaux, contacts personnels, salons professionnels ou plateformes généralistes.

Cette diversité augmente leur pouvoir de négociation.

Toutefois, MachiNetMachiNet apporte plusieurs avantages susceptibles de réduire cette pression :

- Centralisation de l'offre
- Comparaison simplifiée des équipements
- Accompagnement par des experts
- Gain de temps dans le processus de recherche

Plus la plateforme créera de valeur pour ses utilisateurs, plus leur fidélisation sera importante.

### 3.4.5 Menace des produits ou services de substitution

#### Intensité : Faible à modérée

Les principales alternatives à MachiNet sont :

- Les salons et foires industrielles
- Les réseaux sociaux
- Le bouche-à-oreille
- Les plateformes internationales telles que Alibaba ou Machinio.

Cependant, ces solutions présentent souvent certaines limites :

- Informations souvent incomplètes ou peu fiables.
- Absence de comparaison structurée des offres.
- Manque d'accompagnement technique.
- Absence de mécanismes de confiance et de vérification.
- Portée limitée ou coûts élevés pour certaines solutions.

MachiNet cherche précisément à répondre à ces insuffisances grâce à une approche intégrée.

## **CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché**

---

### **3.4.6 Influence des pouvoirs publics et des contraintes réglementaires**

#### **Intensité : Modérée à forte**

Les pouvoirs publics influencent le développement de MachiNet à travers les politiques de soutien aux startups, la digitalisation de l'économie et l'encadrement du commerce électronique. Les dispositifs d'accompagnement tels que le Label Startup, la NESDA et les programmes de soutien à l'investissement constituent des opportunités favorables au projet. Toutefois, la plateforme doit respecter les réglementations relatives au commerce électronique, à la protection des données personnelles et à la conformité des équipements proposés. Une bonne maîtrise du cadre réglementaire renforcera la crédibilité et la pérennité de MachiNet.

L'analyse montre que le marché présente un niveau de concurrence relativement modéré et offre des perspectives favorables au développement de MachiNet. La faible présence de plateformes spécialisées, combinée à la croissance des besoins en équipements industriels et à la transformation numérique des entreprises, constitue un contexte favorable. Toutefois, la réussite du projet dépendra de sa capacité à construire rapidement une communauté d'utilisateurs, à instaurer la confiance entre les acteurs du marché et à maintenir une différenciation durable face aux solutions alternatives.

### **3.5 L'étude de marché et l'analyse concurrentielle**

L'étude de marché et l'analyse concurrentielle constituent des étapes essentielles dans la validation d'un projet entrepreneurial. Elles permettent d'évaluer l'existence d'un besoin réel, d'identifier les opportunités du marché et de comprendre l'environnement concurrentiel dans lequel évoluera le projet.

Dans cette section, nous analysons le marché des machines industrielles en Algérie afin d'évaluer le potentiel de MachiNet et de déterminer son positionnement face aux solutions existantes.

#### **3.5.1 L'étude de marché**

L'étude de marché vise à analyser les besoins des différents acteurs du secteur des machines industrielles et à mesurer l'intérêt pour la solution proposée. Elle s'appuie sur les résultats des questionnaires réalisés auprès des acheteurs et des fournisseurs, ainsi que sur l'observation du marché algérien, afin de valider la pertinence et le potentiel de développement de MachiNet. (Malhotra, 2019)

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3.5.1.1 Problématique du marché

L'acquisition de machines et d'équipements industriels en Algérie représente un processus souvent complexe, coûteux et peu structuré pour les PME, les ateliers, les artisans et les porteurs de projets. Malgré l'importance de ces équipements dans le développement des activités productives, le marché reste largement fragmenté et caractérisé par un manque de centralisation de l'information.

Les acheteurs sont généralement contraints de rechercher les fournisseurs à travers plusieurs canaux dispersés, tels que les réseaux sociaux, les petites annonces ou les contacts personnels, ce qui rend le processus de recherche long et peu efficace. Cette situation est renforcée par l'absence de mécanismes fiables de vérification, d'évaluation et de notation des vendeurs, ce qui limite la confiance entre les différentes parties et augmente les risques liés aux transactions.

Par ailleurs, l'accès à l'information technique demeure insuffisant. Les caractéristiques des machines, les prix ou encore les conditions de vente sont souvent incomplètes ou difficilement comparables, compliquant ainsi la prise de décision des acheteurs. À cela s'ajoute un accompagnement technique et un service après-vente parfois limités, pouvant affecter l'exploitation et la maintenance des équipements acquis.

Du côté des fournisseurs, le manque de solutions numériques spécialisées réduit leur visibilité et leur capacité à atteindre efficacement une clientèle qualifiée. Ils s'appuient principalement sur des canaux de communication traditionnels ou généralistes qui ne permettent pas un ciblage optimal de leurs prospects.

Face à ces constats, l'émergence d'une plateforme spécialisée telle que MachiNet apparaît comme une réponse pertinente aux besoins du marché, en offrant un espace centralisé dédié à la mise en relation des acheteurs, des fournisseurs et des experts du secteur industriel.

### 3.5.1.2 Méthodologie de l'étude

Afin de valider la pertinence du projet MachiNet et de mieux comprendre les besoins du marché, une étude quantitative a été réalisée à travers deux questionnaires distincts.

Le premier questionnaire a été adressé aux acheteurs potentiels de machines industrielles (entrepreneurs, porteurs de projets, artisans et responsables d'entreprises) afin d'identifier les difficultés rencontrées lors de la recherche d'équipements et d'évaluer leur intérêt pour une plateforme spécialisée.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

Le second questionnaire a ciblé les fournisseurs, distributeurs et revendeurs de machines industrielles afin de comprendre leurs besoins en matière de visibilité, de prospection commerciale et de digitalisation de leurs activités.

Les données collectées ont ensuite été analysées afin d'évaluer l'existence d'un besoin réel, de mesurer l'intérêt des différentes parties prenantes et de valider le potentiel de développement de la plateforme MachiNet sur le marché algérien.

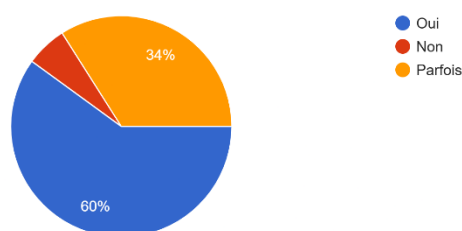
### 3.5.1.3 Résultats du questionnaire acheteurs

Le questionnaire destiné aux acheteurs visait à analyser leurs habitudes de recherche, les difficultés rencontrées lors de l'acquisition de machines industrielles ainsi que leur perception d'une solution numérique spécialisée. Les résultats présentés ci-après permettent de valider l'existence d'un besoin réel et de mesurer le niveau d'intérêt pour la plateforme MachiNet.

- **Difficulté à trouver des machines adaptées**

**Figure 12:** Niveau de difficulté à trouver des machines industrielles adaptées aux besoins des acheteurs

Rencontrerez-vous des difficultés pour trouver des machines industrielles adaptés ?  
50 réponses



**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des données collectées auprès des acheteurs de machines industrielles via un questionnaire en ligne réalisé sur Google Forms (2026)

### Analyse du graphique

L'analyse du premier indicateur met en lumière une friction majeure dans le parcours de sourcing des acheteurs. À la question de savoir s'ils rencontrent des difficultés pour trouver des machines industrielles adaptées à leurs projets, les réponses sont sans équivoque : seuls 6% des répondants déclarent ne rencontrer aucune difficulté.

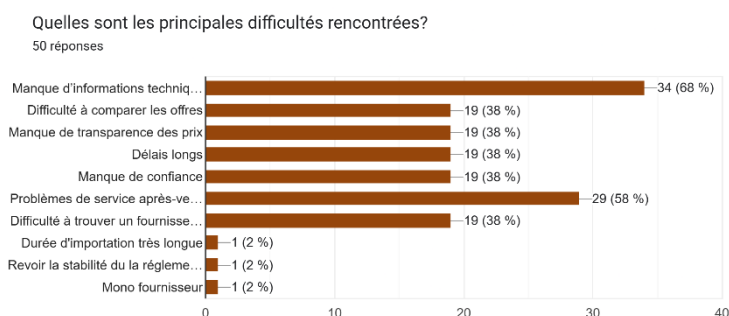
En contrepartie, 60% affirment faire face de manière systématique à ces barrières, tandis que 34% y sont confrontés « parfois ». Au total, c'est une proportion écrasante de 94% des acheteurs qui subit une inefficience du marché lors du sourcing d'équipements. Ce résultat

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

valide l'existence d'une asymétrie d'information et d'un manque de structuration de l'offre sur le marché local.

- **Principales difficultés rencontrées**

**Figure 13:** Difficultés rencontrées par les acheteurs dans le processus de recherche de machines industrielles



**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des données collectées auprès des acheteurs de machines industrielles via un questionnaire en ligne réalisé sur Google Forms (2026)

### Analyse du graphique

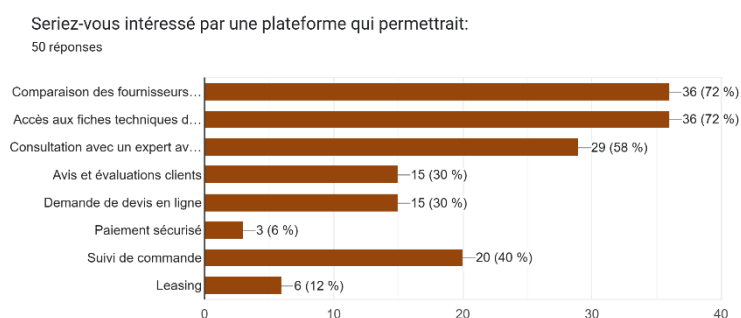
Pour comprendre la nature fine de ces frictions, les répondants ont évalué plusieurs variables clés (choix multiples). Les résultats révèlent que les obstacles ne sont pas uniquement liés à la disponibilité de la machine, mais à l'écosystème de services et d'informations l'entourant :

- **Le manque d'informations techniques (68% - 34 répondants) :** C'est la difficulté la plus partagée. Elle témoigne de l'opacité technique des canaux actuels, forçant l'acheteur à de longues investigations infructueuses.
- **Les problèmes de service après-vente (SAV) (58% - 29 répondants) :** La hantise de la panne non couverte et de l'absence de techniciens locaux qualifiés constitue un frein psychologique et financier majeur à l'investissement productif.
- **La difficulté à trouver un fournisseur fiable (38% - 19 répondants) :** Le recours aux réseaux informels génère un déficit de confiance et un risque de non-conformité élevé.
- **Les délais longs (38% - 19 répondants) :** Une lenteur administrative et logistique pénalisante pour la réactivité entrepreneuriale.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

- **La difficulté à comparer les offres (38% - 19 répondants) et le manque de transparence des prix (38% - 19 répondants) :** Ceux-ci confirment l'absence d'un outil de centralisation du marché.
- **Le manque de confiance global (38% - 19 répondants) :** Il vient couronner ce diagnostic de marché fragmenté.
- **Intérêt pour une plateforme spécialisée**

**Figure 14:** Fonctionnalités les plus recherchées par les acheteurs des machines industrielles dans une plateforme spécialisée



**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des données collectées auprès des acheteurs de machines industrielles via un questionnaire en ligne réalisé sur Google Forms (2026)

### Analyse du graphique

Face à ces inefficiences, les fonctionnalités théoriques de MachiNet ont été soumises à l'évaluation des acheteurs pour mesurer leur adéquation aux besoins réels. Les attentes prioritaires se concentrent sur la transparence et l'accès à la donnée :

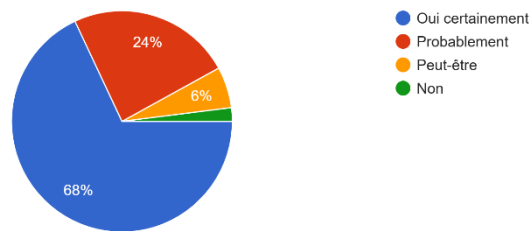
- **Accès aux fiches techniques détaillées (72% - 36 répondants) :** Ce besoin fait directement écho à la principale difficulté identifiée (le manque d'informations techniques).
- **Comparaison des fournisseurs (72% - 36 répondants) :** Indiquant une volonté forte d'optimiser les choix d'investissement grâce à des critères clairs et unifiés.
- **Consultation avec un expert avant achat (58% - 29 répondants) :** Ce point souligne l'importance d'adosser une expertise humaine à l'outil technologique pour sécuriser l'acheteur.
- **Demande de devis en ligne (30% - 15 répondants) et Suivi de commande (40% - 20 répondants) :** Deux fonctionnalités qui attestent du besoin de digitalisation et de fluidification des processus administratifs de sourcing.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

- **Avis et évaluations clients (30%), Leasing (12%) et Paiement sécurisé (6%)** : Ils complètent les demandes de services à valeur ajoutée.
- **Intention d'utilisation**

**Figure 15:** Disposition des acheteurs à adopter la plateforme MachiNet

Si une telle plateforme existait, seriez-vous prêt(e) à l'utiliser?  
50 réponses



**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des données collectées auprès des acheteurs de machines industrielles via un questionnaire en ligne réalisé sur Google Forms (2026)

### Analyse du graphique

La validation finale du besoin du segment acheteurs se matérialise par l'intention d'adoption d'une telle solution si elle venait à être déployée. L'accueil est extrêmement favorable : 68% des répondants déclarent qu'ils l'utiliseraient « Oui certainement », et 24% affirment qu'ils le feraient « Probablement ».

Avec un taux cumulé d'intention positive d'achat de 92%, le marché démontre une aptitude critique et immédiate pour le modèle de MachiNet, réduisant ainsi substantiellement le risque de non-adoption lors du lancement.

### Synthèse du questionnaire acheteurs

Les données acheteurs valident l'hypothèse centrale de notre recherche : le marché industriel souffre d'un déficit structurel d'information et de services de confiance (SAV, expertise). MachiNet ne se positionne pas comme un simple gadget digital, mais comme une solution d'infrastructure de marché nécessaire à la réduction des coûts de transaction.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

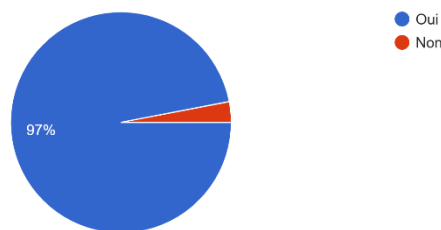
### 3.5.1.4 Résultats du questionnaire fournisseurs

Le questionnaire destiné aux fournisseurs visait à analyser leurs besoins en matière de visibilité, d'acquisition de clients et de digitalisation de leurs activités commerciales. Les résultats présentés ci-après permettent d'évaluer l'intérêt des fournisseurs pour une plateforme spécialisée et de vérifier l'adéquation de la proposition de valeur de MachiNet avec leurs attentes.

- **Utilisation d'une plateforme générant plus de clients**

**Figure 16:** Intention d'utilisation d'une plateforme permettant de générer davantage de clients

Si une plateforme pouvait vous apporter plus de clients, l'utiliseriez-vous ?  
33 réponses



**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des résultats du questionnaire destiné aux fournisseurs de machines industrielles via Google Forms (2026)

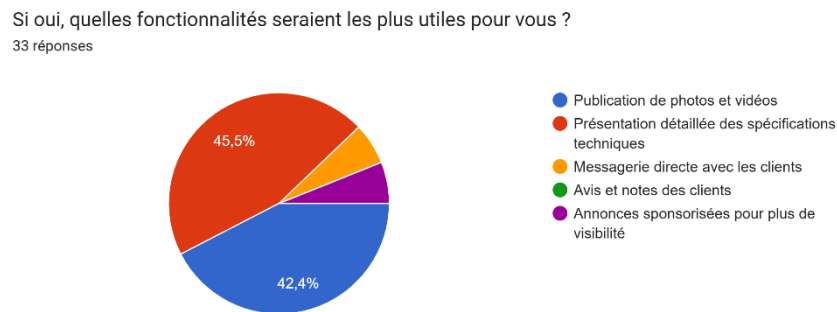
Le modèle économique d'une place de marché biface dépend de l'attractivité de sa proposition de valeur côté offre (fournisseurs). Interrogés sur leur disposition à utiliser une plateforme capable de leur apporter un volume d'affaires et de clients plus élevé, les fournisseurs affichent une unanimité quasi absolue : 97% répondent par l'affirmative, contre seulement 3% de refus.

Ce score massif démontre que l'acquisition de nouveaux clients et l'élargissement de la zone de chalandise (notamment au niveau inter-wilayas en Algérie) constituent des objectifs prioritaires et des points de douleur majeurs pour les distributeurs de machines actuels.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

### • Fonctionnalités les plus demandées

**Figure 17:** Fonctionnalités les plus recherchées par les fournisseurs de machines industrielles



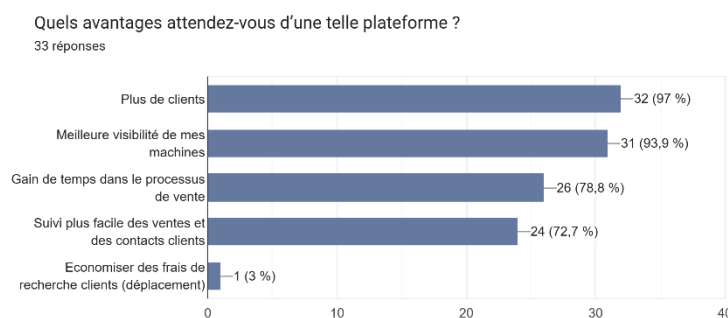
**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des résultats du questionnaire destiné aux fournisseurs de machines industrielles via Google Forms (2026)

Sur le plan opérationnel, les fonctionnalités jugées les plus utiles par les fournisseurs confirment leur besoin de vitrines digitales performantes et interactives :

- **Présentation détaillée des spécifications techniques (45,5%) :** C'est l'attente prioritaire. Les fournisseurs sont conscients que la clarté technique est le premier vecteur de conversion d'un acheteur industriel.
- **Publication de photos et vidéos (42,4%) :** Reconnaisant l'impact du contenu multi-média pour démontrer le fonctionnement de machines complexes à distance.
- **Messagerie directe, Avis/notes et Annonces sponsorisées (le solde) :** Ils valident l'architecture interactive, communautaire et publicitaire prévue dans le Business Model de MachiNet.

### • Avantages attendus

**Figure 18:** Avantages attendus d'une plateforme spécialisée par les fournisseurs



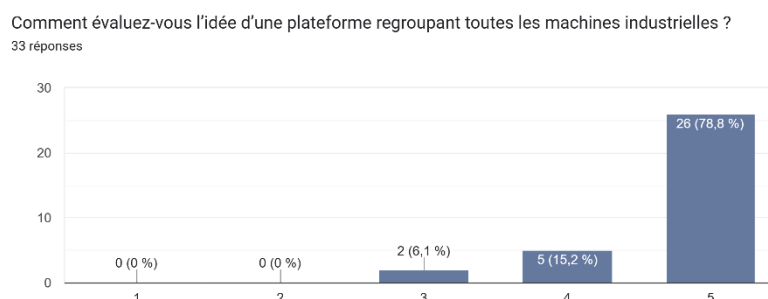
## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des résultats du questionnaire destiné aux fournisseurs de machines industrielles via Google Forms (2026)

L'analyse des bénéfices projetés par les fournisseurs nous permet de hiérarchiser la valeur perçue du service de MachiNet :

- **Plus de clients & Meilleure visibilité des machines (97% - 32 répondants chacun):** Ces deux bénéfices arrivent à égalité absolue. Les fournisseurs perçoivent la plateforme comme un amplificateur d'audience incontournable, brisant les limites géographiques traditionnelles de leurs showrooms physiques.
  - **Gain de temps dans le processus de vente (78,8% - 26 répondants) :** Cela indique un besoin d'automatisation et de qualification des prospects en amont, réduisant le temps consacré à des demandes non matures ou non finançables.
  - **Suivi plus facile des ventes et des contacts clients (72,7% - 24 répondants) :** Mettant en relief l'intérêt des fournisseurs pour des outils de gestion intégrés (mini-CRM ou tableau de bord vendeur).
- **Évaluation de l'idée**

**Figure 19:** Évaluation de l'idée de la plateforme MachiNet par les fournisseurs



**Source :** Élaboré par l'équipe MachiNet à partir des résultats du questionnaire destiné aux fournisseurs de machines industrielles via Google Forms (2026)

Pour clore l'enquête, l'évaluation globale du concept de place de marché centralisée par les professionnels de l'offre confirme la viabilité du projet. Sur une échelle de Likert de 1 à 5 (1 étant la note minimale et 5 la note maximale) :

- **La note maximale de 5/5 est attribuée par 78,8% des répondants (26 fournisseurs) :** Témoinant d'un enthousiasme exceptionnel.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- **La note de 4/5 est attribuée par 15,2% (5 répondants) :** Et 6,1% attribuent la note de 3/5. Aucune note inférieure à 3 n'a été enregistrée (0% pour 1 et 2/5).

Cette validation massive (94% de notes très positives de 4 et 5/5) démontre que les fournisseurs ne voient pas MachiNet comme un canal concurrent concurrentiel menaçant, mais comme un partenaire stratégique de croissance et un canal de distribution moderne.

### Synthèse du questionnaire fournisseurs

L'alignement quasi parfait entre les besoins des acheteurs (recherche d'informations techniques, visibilité, transparence) et l'adhésion des fournisseurs (volonté de publier des fiches techniques détaillées, recherche de visibilité nationale) prouve la pertinence du positionnement de MachiNet. La startup valide ici les conditions d'activation d'un marché biface vertueux.

#### 3.5.1.5 Synthèse de l'étude de marché

- Les résultats des questionnaires réalisés auprès des acheteurs et des fournisseurs confirment l'existence d'un besoin réel pour une plateforme spécialisée dans les machines industrielles en Algérie. Les acheteurs expriment principalement un besoin de centralisation de l'information, de transparence et d'accompagnement technique, tandis que les fournisseurs recherchent davantage de visibilité et de nouveaux canaux d'acquisition de clients. Ces résultats valident ainsi la pertinence du projet MachiNet et renforcent son potentiel de développement sur le marché national.

### 3.5.2 L'analyse concurrentielle

L'analyse concurrentielle constitue une étape essentielle dans l'évaluation de la viabilité du projet MachiNet. Elle permet d'identifier les acteurs présents sur le marché, d'analyser leurs offres ainsi que leurs stratégies, et de comprendre les dynamiques concurrentielles du secteur. Cette étude vise également à mettre en évidence les opportunités de différenciation de MachiNet et à démontrer sa capacité à répondre de manière plus efficace aux besoins des acheteurs et des fournisseurs de machines industrielles en Algérie.

#### 3.5.2.1 Concurrents directs

Les concurrents directs sont les acteurs proposant des services similaires à ceux de MachiNet, notamment dans le domaine de la mise en relation entre acheteurs et vendeurs de machines industrielles. L'analyse de ces plateformes permet d'identifier leurs principales caractéristiques, leurs avantages ainsi que leurs limites, afin d'évaluer le positionnement concurrentiel de MachiNet et les éléments qui le distinguent sur le marché.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

**Tableau 3:** Analyse des concurrents directs

|                                          | Concurrent             | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Forces                                                                    | Faiblesses                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Les Concurrents Locaux (Marché Algérien) | <b>Ouedkniss</b>       | Plateforme algérienne généraliste de petites annonces couvrant de nombreuses catégories, dont les machines et équipements industriels.                                                                                                                                                                                                                                                             | Forte notoriété nationale, trafic élevé, large communauté d'utilisateurs. | Non spécialisée dans l'industrie, absence de vérification avancée des vendeurs, pas d'accompagnement technique ni d'outils dédiés aux professionnels.                                                                                                        |
|                                          | <b>Algérie Machine</b> | Algérie Machine est une marketplace spécialisée dans les machines industrielles en Algérie, présentée comme une plateforme dédiée à l'achat et à la vente de machines avec application mobile.                                                                                                                                                                                                     | Positionnement sectoriel, présence locale, visibilité ciblée.             | Fonctionnalités limitées, faible digitalisation des services, absence d'accompagnement technique et d'outils intelligents.                                                                                                                                   |
|                                          | <b>GINIDEX</b>         | GINIDEX est un fournisseur et distributeur algérien de machines industrielles créé en 2011, spécialisé dans l'importation et la vente d'équipements industriels, avec une offre couvrant plusieurs secteurs comme l'agroalimentaire, le plastique, le papier, le métal ou l'emballage. L'entreprise adopte donc un modèle de fournisseur-distributeur plutôt qu'une logique de marketplace ouverte | Expertise métier, offre spécialisée, connaissance du secteur.             | Catalogue de produits restreint à ses propres partenaires fabricants (principalement Turquie/Europe) ; modèle traditionnel de vente (non digitalisé en mode marketplace ouverte) ; prix généralement élevés dus à l'intégration des services de maintenance. |
|                                          | <b>MBRH Machinery</b>  | Entreprise spécialisée dans la commercialisation d'équipements et de machines industrielles.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Expertise métier, offre spécialisée, connaissance du secteur.             | Positionnement d'importateur-distributeur classique ; dépendance forte des fluctuations d'importation et des réglementations douanières algériennes ; manque de flexibilité pour la vente de machines d'occasion entre industriels tiers.                    |
|                                          | <b>Machinery DZ</b>    | Distributeur d'équipements et de machines industrielles, fortement présent via son Store sur Ouedkniss, basé à Béjaïa. Il propose du matériel lié à l'agroalimentaire, au conditionnement et au petit outillage.                                                                                                                                                                                   | Orientation industrielle, visibilité sectorielle.                         | Fonctionnalités limitées, faible interaction entre acheteurs et vendeurs, absence de services complémentaires.                                                                                                                                               |

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

|                                                         | Concurrent                | Description                                                                                                                           | Forces                                                                                                                                                                     | Faiblesses                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                         | <b>Algeria-Tp.com</b>     | Site spécialisé dans les équipements de travaux publics, de construction et de manutention.                                           | Excellente segmentation sectorielle pour le BTP ; forte notoriété auprès des entrepreneurs et des chantiers en Algérie ; fiches techniques claires et adaptées aux engins. | Strictement limité au secteur des Travaux Publics ; plateforme techniquement vieillissante axée uniquement sur le modèle de la petite annonce.                                                                                        |
| Les Concurrents Internationaux (Marketplaces Mondiales) | <b>Exapro</b>             | Une marketplace internationale majeure dédiée exclusivement aux machines industrielles d'occasion de toutes catégories.               | Catalogue mondial extrêmement riche ; équipe d'agents commerciaux multilingues qui qualifient les acheteurs et gèrent l'intermédiation ; forte réputation de confiance.    | Barrières douanières et logistiques complexes pour les acheteurs algériens (problème de transfert de devises en Algérie) ; plateforme peu adaptée aux spécificités réglementaires de l'importation de matériel d'occasion en Algérie. |
|                                                         | <b>Machinio</b>           | Un moteur de recherche et agrégateur mondial d'annonces de machines industrielles d'occasion et neuves.                               | Base de données gigantesque car il "scrappe" et centralise les annonces de milliers de concessionnaires à travers le monde ; rapidité de recherche de modèles de niches.   | Faible adaptation au marché algérien, absence de support local et de services complémentaires.                                                                                                                                        |
|                                                         | <b>Kitmondo</b>           | Marketplace mondiale spécialisée dans les équipements industriels d'occasion.                                                         | Réseau international, diversité des équipements proposés.                                                                                                                  | Marché principalement international, coûts logistiques élevés pour les utilisateurs algériens.                                                                                                                                        |
|                                                         | <b>Machineryline</b>      | Une marketplace mondiale spécialisée dans la vente d'équipements de construction, de machines industrielles et de pièces de rechange. | Large base d'annonces, forte visibilité internationale                                                                                                                     | Peu adaptée aux spécificités réglementaires et commerciales algériennes.                                                                                                                                                              |
|                                                         | <b>Equipt Marketplace</b> | Marketplace internationale dédiée aux équipements de construction et industriels.                                                     | Processus de vérification des équipements, visibilité internationale.                                                                                                      | Présence limitée en Algérie, absence d'accompagnement local et de services adaptés au marché national.                                                                                                                                |

Source : Équipe de MachiNet

L'analyse des concurrents directs montre que les solutions existantes se répartissent entre des plateformes locales à fonctionnalités limitées et des marketplaces internationales disposant d'une offre importante mais peu adaptées au contexte algérien. Aucune de ces plateformes ne combine simultanément la spécialisation dans les machines industrielles, l'accompagnement par des experts et techniciens, la vérification des acteurs et l'utilisation de l'intelligence artificielle pour assister les acheteurs. Cette situation offre à MachiNet une opportunité de différenciation significative sur le marché algérien.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

### 3.5.2.2 Concurrents indirects

Les concurrents indirects regroupent les solutions qui, sans être spécialisées dans les machines industrielles, répondent partiellement aux mêmes besoins de recherche, de promotion ou de mise en relation commerciale. Il s'agit notamment des plateformes généralistes, des réseaux sociaux et des événements professionnels. Leur analyse permet de mieux comprendre les alternatives actuellement utilisées par les acteurs du marché et les limites auxquelles elles sont confrontées.

**Tableau 4:** Analyse des concurrents indirects

|                                                                          | Concurrent                                    | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Forces                                                                                                                                                                                                                | Faiblesses                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Les Solutions Numériques Alternatives (Réseaux et Marketplaces Globales) | <b>Facebook Groups</b>                        | Les groupes Facebook constituent un canal informel très utilisé pour publier, rechercher et partager des offres de machines industrielles, du matériel d'occasion ou des demandes d'équipement. Ils servent souvent de point de rencontre rapide entre vendeurs, acheteurs et intermédiaires, sans structure commerciale formelle. | Large communauté d'utilisateurs, gratuité, diffusion rapide des annonces.                                                                                                                                             | Marché informel, absence de vérification des vendeurs, informations souvent incomplètes, difficulté de recherche et de comparaison des offres.                                                 |
|                                                                          | <b>Alibaba Industrial Machinery</b>           | Le géant mondial du e-commerce B2B. Beaucoup d'entrepreneurs algériens utilisent Alibaba pour sourcer des machines neuves (principalement de fabricants chinois) et comparer les prix à l'échelle internationale.                                                                                                                  | Un catalogue mondial virtuellement infini ; des prix d'usine extrêmement compétitifs ; système de protection des acheteurs ( <i>Trade Assurance</i> ) très performant au niveau international.                        | Complexité majeure liée aux procédures d'importation en Algérie ; barrière de la langue et absence de service après-vente (SAV) de proximité ; délais de livraison maritimes très longs.       |
| Les Méthodes Traditionnelles et Relationnelles (Le Canal Physique)       | <b>Salons professionnels</b>                  | Les foires et salons d'expositions physiques internationaux ou nationaux organisés en Algérie (notamment à la SAFEX à Alger). Ils demeurent des rendez-vous incontournables pour la rencontre directe entre fabricants, fournisseurs et acheteurs.                                                                                 | Contact humain direct permettant de bâtir des relations de confiance ; possibilité de voir et d'inspecter les machines industrielles en fonctionnement réel ; opportunités de négociation commerciale en face à face. | Événements éphémères limités dans le temps (quelques jours par an) et géographiquement (principalement centralisés à Alger) ; coûts logistiques et de stand très élevés pour les fournisseurs. |
|                                                                          | <b>Réseaux relationnels et intermédiaires</b> | Le bouche-à-oreille désigne la circulation informelle de recommandations entre professionnels, collègues, partenaires ou membres d'un même réseau. Dans le secteur industriel, il reste une méthode fréquente pour trouver un fournisseur fiable ou un équipement d'occasion.                                                      | Niveau de confiance initial très élevé basé sur la recommandation d'un pair ; forte adaptation aux réalités locales et aux arrangements commerciaux informels ou flexibles.                                           | Portée limitée, manque de transparence, dépendance au réseau personnel, difficulté à comparer plusieurs alternatives.                                                                          |

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

|                                                            | Concurrent          | Description                                                                                                                                                                                                                                                                         | Forces                                                                                                                                                                                        | Faiblesses                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Les Annuaire Professionnels (Outils de Sourcing Statiques) | <b>Kompass</b>      | Kompass est une plateforme B2B internationale d'annuaire et de mise en relation d'entreprises, avec une base de données importante dans plusieurs pays, dont l'Algérie. Elle est surtout utilisée pour la prospection, la recherche de fournisseurs et le développement commercial. | Large base de données B2B, visibilité professionnelle, référencement des entreprises.                                                                                                         | N'est pas une marketplace, absence de transactions, manque d'outils de comparaison et de suivi des achats.                                  |
|                                                            | <b>Europages</b>    | une plateforme B2B européenne de recherche de fournisseurs et de mise en relation commerciale. Elle aide les entreprises à trouver des partenaires, comparer des offres et solliciter des devis dans de nombreux secteurs, y compris l'industrie.                                   | Excellente visibilité pour le sourcing de machines et de pièces de rechange de fabrication européenne (très prisées pour leur qualité en Algérie) ; moteur de recherche multilingue efficace. | Faible spécialisation sur le marché algérien, absence d'accompagnement local et de services adaptés aux besoins des utilisateurs nationaux. |
|                                                            | <b>Pages Jaunes</b> | Annuaire professionnel national traditionnel permettant d'identifier des fournisseurs selon leur activité et leur localisation.                                                                                                                                                     | Facilité de recherche d'entreprises, bonne notoriété.                                                                                                                                         | Informations limitées, absence de catalogue de produits, aucune fonctionnalité de comparaison ou d'interaction avancée.                     |

Source : Équipe de MachiNet

L'analyse des concurrents indirects montre que les acheteurs et fournisseurs de machines industrielles disposent aujourd'hui de plusieurs alternatives pour rechercher des équipements ou développer leurs activités commerciales. Toutefois, ces solutions présentent des limites importantes en matière de centralisation de l'information, de transparence, de sécurité et d'efficacité. Les réseaux sociaux et le bouche-à-oreille restent largement informels, tandis que les annuaires professionnels ne permettent pas une véritable mise en relation commerciale. De leur côté, les plateformes internationales offrent un large choix d'équipements mais demeurent peu adaptées aux spécificités du marché algérien.

Ainsi, aucune de ces solutions ne propose une approche intégrée combinant visibilité des fournisseurs, recherche spécialisée de machines, accompagnement technique, système de confiance et services numériques adaptés au contexte industriel algérien, ce qui constitue une opportunité stratégique pour MachiNet.

### 3.5.2.3 Avantages Concurrentiels Stratégiques de MachiNet

MachiNet peut renforcer sa position par six avantages clés :

- **Spécialisation locale forte** sur l'Algérie.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- **Confiance transactionnelle** via profils vérifiés, avis et validation des annonces.
- **Accompagnement humain et technique** par consultants et techniciens.
- **Intelligence artificielle** pour la recommandation et la recherche.
- **Écosystème complet** intégrant transport, maintenance, pièces et financement.
- **Expérience utilisateur structurée** avec tableau de bord, support, contenu et CRM vendeur.

Ces avantages créent une différenciation plus forte qu'une simple plateforme d'annonces.

L'analyse concurrentielle révèle que le marché ciblé par MachiNet est déjà occupé par plusieurs catégories d'acteurs : plateformes spécialisées, marketplaces B2B globales, annuaires professionnels, fournisseurs directs et solutions informelles de sourcing. Toutefois, aucune solution ne combine à la fois la spécialisation sur les machines industrielles, l'ancrage algérien, l'accompagnement expert, la vérification des annonces et l'intégration de fonctionnalités intelligentes au sein d'un même dispositif.

Dans cette perspective, MachiNet dispose d'un espace de différenciation réel. Son principal enjeu n'est pas seulement de concurrencer les acteurs existants, mais de transformer un marché fragmenté en une plateforme structurée, fiable et orientée performance. Sa réussite dépendra de sa capacité à créer rapidement de la confiance, à constituer un réseau critique d'utilisateurs et à développer un écosystème de services complémentaires autour de l'achat et de la vente de machines industrielles.

### 3.6 La stratégie marketing adéquate :

La stratégie marketing de MachiNet repose sur une approche rigoureuse et structurée, spécialement conçue pour répondre aux spécificités du marché B2B des machines et équipements industriels en Algérie. Cette démarche s'appuie avant tout sur une analyse approfondie des besoins du marché, menée à travers l'étude des comportements d'achat des PME industrielles, des ateliers artisanaux, des entrepreneurs agricoles, des porteurs de projets ainsi que des fournisseurs et distributeurs de machines industrielles. L'objectif est de mieux comprendre les attentes des différents acteurs du secteur, les difficultés qu'ils rencontrent dans la recherche d'équipements adaptés, ainsi que les contraintes liées à l'identification de fournisseurs fiables et à l'accès à l'information technique.

En parallèle, une analyse concurrentielle a été réalisée afin d'évaluer les plateformes existantes telles que Machinio, Exapro, Kitmondo et les différentes solutions locales de petites

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

annonces, dans le but d'identifier leurs limites et de positionner MachiNet comme une alternative locale spécialisée, innovante et adaptée aux réalités du marché algérien. Cette étude a mis en évidence l'absence d'une plateforme intégrée capable de centraliser l'offre industrielle, d'accompagner les acheteurs dans leurs décisions et d'offrir aux fournisseurs une véritable visibilité professionnelle.

À partir de ces données, MachiNet a développé une offre sur mesure reposant sur plusieurs packs d'abonnement destinés aux fournisseurs (Bronze, Silver et Gold), accompagnés de services à forte valeur ajoutée tels que la mise en avant des annonces, les badges de vérification, les outils d'analyse des performances commerciales, l'assistant intelligent de recommandation, le système de notation des fournisseurs et l'accès à un réseau de techniciens et de consultants spécialisés.

Le déploiement de cette stratégie repose sur une communication multicanale combinant une présence active sur les réseaux sociaux professionnels, la participation aux salons industriels et événements économiques, les campagnes de marketing digital, le référencement naturel (SEO), ainsi que l'utilisation d'outils CRM permettant le suivi, la fidélisation et l'accompagnement personnalisé des utilisateurs de la plateforme. MachiNet ambitionne ainsi de créer une véritable communauté digitale réunissant l'ensemble des acteurs de l'écosystème industriel algérien.

Cette stratégie est étroitement liée au modèle SCP, La segmentation repose sur plusieurs critères tels que la taille de l'entreprise, le secteur d'activité, la localisation géographique, le niveau de digitalisation et les besoins en équipements industriels. Le ciblage différencié permet ensuite de proposer une offre adaptée à chaque catégorie d'utilisateurs : visibilité commerciale et génération de prospects qualifiés pour les fournisseurs, simplification du processus d'achat et réduction des risques pour les acheteurs, ainsi qu'un accompagnement technique spécialisé pour les entrepreneurs et porteurs de projets.

Enfin, le positionnement de MachiNet repose sur une promesse forte : devenir la première marketplace intelligente dédiée aux machines industrielles en Algérie, en offrant un environnement digital fiable, transparent et performant qui facilite les échanges B2B, renforce la confiance entre les acteurs du marché et contribue à la modernisation du tissu industriel national.

## **CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché**

---

### **3.6.1 Démarche marketing adoptée par MachiNet :**

La stratégie marketing mise en place par MachiNet repose sur une approche méthodique et adaptable, visant à approfondir la compréhension des besoins du marché industriel B2B en Algérie, à y répondre par une offre spécialisée et intégrée, et à développer une stratégie de communication multicanale performante.

Cette démarche se décompose en 6 étapes structurantes :

#### **3.6.1.1 Analyse du marché :**

Identification des besoins des PME industrielles, ateliers artisanaux, entrepreneurs porteurs de projets et fournisseurs de machines. Étude du comportement d'achat et des habitudes de recherche d'équipements industriels en Algérie.

#### **3.6.1.2 Étude de la concurrence :**

Analyse des plateformes spécialisées telles que Machinio, Exapro et les sites d'annonces locaux afin d'identifier leurs forces, leurs limites et les opportunités de différenciation pour MachiNet.

Cette analyse a permis de mettre en évidence plusieurs lacunes : faible adaptation au contexte algérien, absence d'accompagnement technique, manque de services intelligents et faible vérification des fournisseurs.

Sur cette base, MachiNet a construit son positionnement autour de la spécialisation industrielle, de l'intelligence artificielle, de la confiance et de l'accompagnement des utilisateurs.

#### **3.6.1.3 Identification des besoins clients**

Identification des attentes spécifiques des différentes catégories d'utilisateurs (acheteurs, fournisseurs et consultants) afin de concevoir une plateforme répondant efficacement à leurs besoins opérationnels et commerciaux.

#### **3.6.1.4 Définition de l'offre**

Construction d'une proposition de valeur reposant sur un catalogue centralisé de machines, un système de fournisseurs vérifiés, un assistant intelligent (MachiBot), un réseau d'experts et un module SaaS destiné aux fournisseurs.

#### **3.6.1.5 Stratégie de communication**

Mise en œuvre d'une communication multicanale combinant référencement naturel (SEO), marketing de contenu, réseaux sociaux, email marketing, salons professionnels et

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

partenariats institutionnels afin de développer la notoriété de la plateforme et générer des leads qualifiés.

### 3.6.1.6 Lancement et amélioration continue

Adoption d'une démarche d'amélioration continue basée sur les retours des utilisateurs, l'analyse des performances de la plateforme et l'évolution des besoins du marché afin d'optimiser en permanence les services proposés.

### 3.6.2 Modèle SCP

Le modèle SCP permet à MachiNet de structurer sa stratégie marketing en identifiant les segments de marché pertinents, en ciblant les clients les plus stratégiques et en définissant un positionnement clair et différenciant.

Cette approche renforce la cohérence entre l'offre de la plateforme et les besoins réels du marché industriel B2B en Algérie.

#### 3.6.2.1 Segmentation

MachiNet procède à la segmentation de son marché selon plusieurs critères :

- **Type d'acteurs** : acheteurs de machines industrielles, fournisseurs et distributeurs d'équipements, techniciens spécialisés, consultants industriels et prestataires de maintenance.
- **Taille de l'entreprise** : TPE, PME industrielles, grandes entreprises de production et groupes industriels.
- **Secteur d'activité** : agroalimentaire, plasturgie, métallurgie, textile, emballage, construction, électronique et autres activités industrielles.
- **Niveau d'expertise technique** : acheteurs non-experts (jeunes entrepreneurs, porteurs de projets, artisans) et professionnels expérimentés du secteur industriel.
- **Localisation géographique** : marché algérien dans un premier temps, avec une extension future vers les pays du Maghreb et d'Afrique.

#### 3.6.2.2 Ciblage

MachiNet met en place une stratégie de ciblage différencié, proposant des solutions adaptées à chaque profil d'acteur :

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

- Pour les acheteurs non-experts (porteurs de projets, artisans, jeunes entrepreneurs) : assistant MachiBot, recommandations IA, accompagnement par experts facilitation de la décision d'achat sans expertise technique préalable.
- Pour les PME industrielles : catalogue centralisé, comparateur de prix, fiches techniques détaillées gain de temps et réduction des risques d'achat.
- Pour les fournisseurs : module SaaS professionnel, badge vérifié, boost de visibilité, analytics génération de leads qualifiés et digitalisation du catalogue.
- Pour les techniciens et consultants : mise en relation avec des acheteurs ayant un besoin de service technique, nouveau canal de revenus.

Chaque segment bénéficie de fonctionnalités spécifiques sur la plateforme.

### 3.6.2.3 Positionnement

MachiNet se positionne en tant que première plateforme digitale B2B spécialisée exclusivement dans les machines industrielles en Algérie. Son positionnement repose sur trois valeurs fondamentales : la spécialisation sectorielle, l'intelligence digitale et l'ancrage local.

Au-delà de ses caractéristiques techniques, MachiNet adopte un positionnement par les avantages, mettant en avant les bénéfices perçus par chaque catégorie d'utilisateurs. Pour les acheteurs : gain de temps considérable, réduction des risques, accès à des fournisseurs vérifiés. Pour les fournisseurs : visibilité commerciale professionnelle, leads qualifiés, tableau de bord analytique. Pour les experts : nouveau canal d'activité et de revenus.

Sa structure intuitive et ses outils de filtrage garantissent une expérience utilisateur fluide même pour les utilisateurs peu familiarisés avec le digital.

Le positionnement de MachiNet est cohérent avec les leviers psychologiques du modèle SONCAS appliqué dans le Chapitre 02 : Sécurité (fournisseurs vérifiés, scoring), Orgueil (espace professionnel premium), Nouveauté (IA, MachiBot, tracking), Confort (parcours simplifié), Argent (économie de temps et d'argent), Sympathie (interface intuitive, support humain).

### 3.6.3 Définition d'un domaine d'activité stratégique (DAS) :

*« Un Domaine d'Activité Stratégique est un sous-ensemble d'activités de l'entreprise ayant des facteurs clés de succès identiques, le même marché cible et des compétences communes. » Kotler, P. & Armstrong, G., Principes du Marketing, 2023*

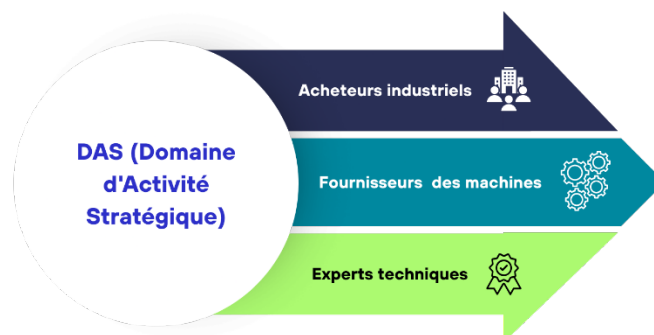
## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

MachiNet définit son DAS principal comme le marché de la mise en relation digitale B2B dans le secteur des machines et équipements industriels en Algérie. Ce DAS se caractérise par trois dimensions complémentaires.

- **La technologie utilisée** : plateforme web avec intelligence artificielle, système de recommandation, chatbot MachiBot, module SaaS, suivi en temps réel
- **Le marché servi** : PME industrielles, ateliers artisanaux, entrepreneurs agricoles, porteurs de projets et fournisseurs de machines sur l'ensemble du territoire algérien (69 wilayas)
- **Le besoin satisfait** : simplification et digitalisation du processus d'acquisition de machines industrielles, de la recherche à l'accompagnement post-achat

**Ce positionnement sur un DAS spécifique permet à MachiNet d'allouer ses ressources de manière ciblée et de construire un avantage concurrentiel durable sur un segment de marché aujourd'hui non couvert par des solutions adaptées**

Figure 20: Schéma récapitulatif DAS MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

### 3.6.4 Le e-marketing mix étendu de MachiNet : 4P + 2P + 2C + 3S

Dans un environnement industriel de plus en plus marqué par la transformation numérique et la recherche d'efficacité opérationnelle, le modèle traditionnel du marketing mix doit évoluer pour répondre aux exigences des plateformes digitales B2B. En effet, les utilisateurs ne recherchent plus uniquement un produit ou un service, mais une expérience globale intégrant accompagnement, personnalisation, sécurité et performance.

Afin de mieux refléter cette réalité, MachiNet adopte un marketing mix étendu composé de 11 dimensions : les 4P traditionnels (Produit, Prix, Distribution et Promotion), complétés par 2P (Personnalisation et Privacy), 2C (Customer service et Community) et 3S (Site, Security et

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

Sale promotion). Cette approche permet de prendre en compte les spécificités des plateformes numériques industrielles, où la qualité de l'expérience utilisateur et la confiance jouent un rôle déterminant dans la création de valeur.

Ce modèle élargi permet à MachiNet de structurer une offre cohérente, adaptée aux besoins des acheteurs, fournisseurs, techniciens et consultants du secteur industriel. Il met également en évidence les dimensions technologiques et relationnelles qui constituent les principaux facteurs de différenciation de la plateforme.

L'application du e-marketing mix étendu permet ainsi à MachiNet de renforcer son positionnement en tant que plateforme digitale B2B spécialisée dans les machines industrielles, d'optimiser l'expérience utilisateur, de développer des relations durables avec ses différents partenaires et de répondre efficacement aux exigences du marché industriel algérien.

### 3.6.4.1 Produit (Valeur numérique)

MachiNet est une plateforme digitale B2B spécialisée dans les machines industrielles. Son objectif est de simplifier la recherche, la comparaison et l'acquisition d'équipements industriels tout en facilitant la mise en relation entre acheteurs, fournisseurs et experts.

La plateforme permet aux entreprises industrielles de gagner du temps, de réduire les risques liés aux achats et d'accéder à des informations fiables pour prendre de meilleures décisions d'investissement.

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P1 Produit</b> | <p>Elle offre une expérience complète et intégrée à travers les fonctionnalités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Base de données intelligente (SMART Annuaire) : Classement par catégories, filtres avancés, moteur de recherche par critères.</li><li>• Fiches techniques détaillées : caractéristiques, localisation, disponibilité, photos</li><li>• Comparateur de machines</li><li>• Chatbot IA : recommandations personnalisées selon secteur, budget et capacité de production</li><li>• Module SaaS : tableau de bord, gestion catalogue, analytics, leads qualifiés</li></ul> |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

|  |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Réseau d'experts : consultants et techniciens accessibles avant, pendant et après l'achat</li><li>• Marché &amp; prix en temps réel : prix du marché algérien actualisés par catégorie de machine</li></ul> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3.6.4.2 Prix (Tarification)

MachiNet adopte une stratégie de tarification fondée sur un modèle freemium, permettant de répondre aux besoins des différents acteurs du marché industriel tout en favorisant l'adoption de la plateforme.

Les acheteurs bénéficient d'un accès gratuit aux principales fonctionnalités de recherche, de consultation et de comparaison des machines industrielles. Cette approche vise à maximiser l'acquisition d'utilisateurs et à stimuler les interactions sur la plateforme.

Pour les fournisseurs, MachiNet propose plusieurs formules d'abonnement adaptées à leurs besoins et à leur niveau d'activité :

- **Pack Starter (Gratuit)** : destiné aux fournisseurs souhaitant découvrir la plateforme et publier un nombre limité d'annonces tout en bénéficiant des fonctionnalités de base.

- **Pack Bronze** : conçu pour les petites entreprises recherchant une meilleure visibilité, des outils de gestion avancés et un accès aux fonctionnalités de promotion.

- **Pack Silver** : destiné aux fournisseurs souhaitant développer leur présence commerciale grâce à des outils analytiques, des recommandations intelligentes et l'accès à des leads qualifiés.

- **Pack Gold** : formule premium offrant un accès illimité aux fonctionnalités de la plateforme, une visibilité maximale, des outils analytiques avancés et des options de gestion multi-utilisateurs.

En complément des abonnements, MachiNet propose des packs de crédits permettant aux utilisateurs d'accéder ponctuellement à des services supplémentaires tels que les mises en avant d'annonces ou les actions promotionnelles spécifiques.

La plateforme génère également des revenus à travers une commission appliquée aux prestations d'expertise réalisées par les consultants et techniciens partenaires. Ce modèle permet à MachiNet de diversifier ses sources de revenus tout en maintenant un accès simple et attractif pour les utilisateurs.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### 3.6.4.3 Place (Distribution)

La stratégie de distribution de MachiNet repose sur un modèle de distribution numérique permettant de connecter efficacement les différents acteurs du marché industriel algérien. Grâce à sa plateforme en ligne, MachiNet assure une accessibilité permanente aux informations, aux fournisseurs et aux services associés aux machines industrielles.

La plateforme est accessible à travers son site web, optimisé pour les ordinateurs, tablettes et smartphones, offrant ainsi aux utilisateurs la possibilité de rechercher, comparer et contacter des fournisseurs à tout moment et depuis n'importe quelle région d'Algérie.

Contrairement aux circuits traditionnels souvent caractérisés par la multiplication des intermédiaires, MachiNet favorise un phénomène de désintermédiation en permettant aux acheteurs d'entrer directement en contact avec les fournisseurs de machines industrielles. Cette approche réduit les délais de recherche, améliore la transparence des informations et facilite les échanges commerciaux.

Toutefois, MachiNet ne supprime pas totalement l'intermédiation. La plateforme joue elle-même le rôle d'un nouvel intermédiaire numérique, illustrant ainsi un processus de réintermédiation. En effet, elle centralise l'information, vérifie les fournisseurs, facilite la mise en relation et propose des services à valeur ajoutée tels que MachiBot, les comparateurs de machines et les outils d'analyse.

Par ailleurs, MachiNet adopte également une logique de co-intermédiation en intégrant plusieurs acteurs complémentaires au sein de son écosystème : fournisseurs, acheteurs, consultants, techniciens et partenaires institutionnels. Cette collaboration permet d'offrir une expérience plus complète et de répondre aux différents besoins des utilisateurs tout au long de leur parcours.

La distribution est renforcée par la participation à des salons industriels, des partenariats avec les organismes d'accompagnement à l'entrepreneuriat ainsi que par la présence sur les canaux digitaux permettant d'accroître la visibilité de la plateforme auprès des acteurs du secteur industriel.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P3</b><br><b>PLACE</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Site web officiel MachiNet accessible 24h/24 et 7j/7.</li><li>• Application mobile prévue à moyen terme pour Android et iOS.</li><li>• Présence lors des salons industriels et événements professionnels. (BATIMATEC, SIAG, SIM Expo) stands, démonstrations live, QR codes</li><li>• Partenariats avec les organismes d'accompagnement à l'entrepreneuriat et les institutions de soutien aux entreprises.</li><li>• Communication digitale via les réseaux sociaux et les canaux professionnels.</li></ul> |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3.6.4.4 Promotion

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P4</b><br><b>PROMO</b> | <p>MachiNet utilise une stratégie de communication multicanale spécifique au marché B2B industriel algérien :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• SEO &amp; référencement naturel : contenu optimisé autour des mots-clés « machine industrielle Algérie »</li><li>• Publicité digitale ciblée : campagnes Meta Ads, LinkedIn Ads ciblant les décideurs industriels</li><li>• Réseaux sociaux : animation quotidienne Instagram, Facebook et LinkedIn communauté industrielle algérienne</li><li>• Guides &amp; Blog spécialisé : contenu expert sur le choix des machines, les tendances du marché</li><li>• Salons professionnels : BATIMATEC, SIAG stand MachiNet, leads directs</li><li>• Email marketing &amp; Newsletter : campagnes segmentées selon le profil utilisateur (acheteur / fournisseur / expert)</li><li>• Partenariats institutionnels : ANADE, NESDA pour acquisition ciblée</li></ul> |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

### 3.6.4.5 Personnalisation

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P5<br/>PERSO</b> | <p>La personnalisation est au cœur de l'expérience MachiNet. Elle se décline à travers :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• MachiBot personnalisé : le chatbot IA analyse le secteur, le budget et les objectifs de chaque utilisateur pour proposer des recommandations sur-mesure</li><li>• Dashboard vendeur/ technicien personnalisé : chacun dispose d'un tableau de bord adapté à son activité, ses annonces et ses performances</li><li>• Catalogue adaptatif : affichage des machines selon le secteur, la wilaya et le profil de l'acheteur</li><li>• Recommandations dynamiques : l'algorithme apprend des préférences de l'utilisateur pour affiner ses suggestions</li><li>• Profil utilisateur complet : historique des recherches, machines sauvegardées, devis reçus, suivi de demandes</li></ul> |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3.6.4.6 Privacy (Confidentialité)

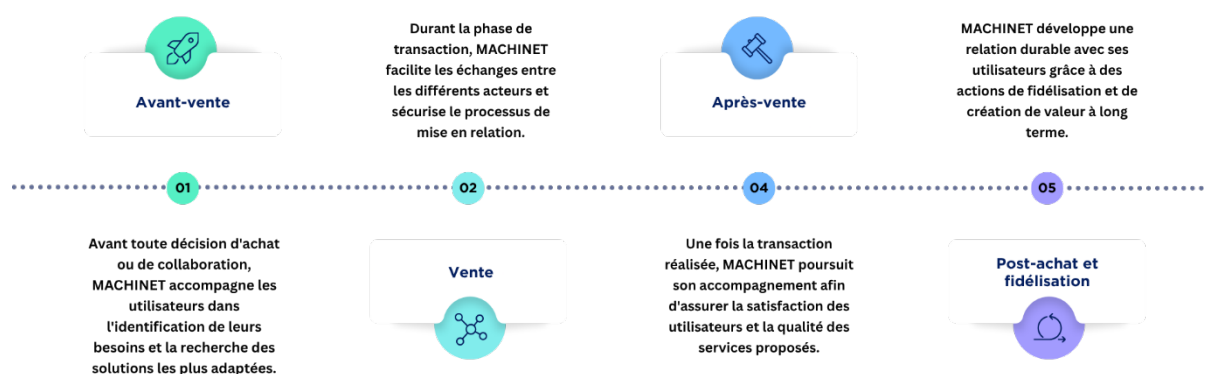
|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P6<br/>PRI-<br/>VACY</b> | <p>La protection des données personnelles et professionnelles est une priorité absolue pour MachiNet :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Politique de confidentialité complète</li><li>• Conditions Générales d'Utilisation (CGU) : cadre légal clair et transparent pour chaque utilisateur</li><li>• Mentions légales : conformité aux réglementations algériennes sur le commerce électronique</li><li>• Données sécurisées : chiffrement des données, hébergement cloud sécurisé, accès restreint</li><li>• Aucune revente de données : MachiNet s'engage à ne jamais vendre les données de ses utilisateurs à des tiers</li><li>• Consentement explicite : chaque utilisateur contrôle ses données et peut les modifier ou supprimer</li></ul> |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

### 3.6.4.7 Customer Service (Service Client)

Le service client constitue un pilier essentiel de l'expérience utilisateur proposée par MachiNet. En tant que plateforme B2B spécialisée dans les machines industrielles, MachiNet met en place un accompagnement personnalisé destiné aux acheteurs, fournisseurs et consultants. Cet accompagnement couvre l'ensemble du parcours utilisateur, depuis la phase de recherche jusqu'à la fidélisation après la transaction.

Figure 21: Parcours du service client de MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

- **Avant-vente**

Avant toute décision d'achat ou de collaboration, MachiNet accompagne les utilisateurs dans l'identification de leurs besoins et la recherche des solutions les plus adaptées.

- Assistance intelligente via MachiBot.
- Recommandations personnalisées selon le secteur d'activité, le budget et les besoins de production.
- Consultation des fiches techniques détaillées des machines.
- Comparaison des équipements et des machines.
- Accès aux guides d'achat, articles spécialisés et ressources pédagogiques.
- Mise en relation avec des consultants et experts industriels pour des conseils techniques.
- Réponse aux demandes d'information et accompagnement à l'orientation.
- FAQ

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- **Vente**

Durant la phase de transaction, MachiNet facilite les échanges entre les différents acteurs et sécurise le processus de mise en relation.

- Mise en relation directe entre acheteurs, fournisseurs et experts.
- Assistance dans la demande et l'analyse des devis.
- Communication simplifiée entre les parties.
- Vérification et validation des fournisseurs.
- Notifications en temps réel concernant l'évolution des demandes.
- Suivi des échanges et des opportunités commerciales.
- Support client via e-mail, WhatsApp et plateforme numérique.

- **Après-vente**

Une fois la transaction réalisée, MachiNet poursuit son accompagnement afin d'assurer la satisfaction des utilisateurs et la qualité des services proposés.

- Assistance technique et accompagnement personnalisé.
- Orientation vers des techniciens et consultants spécialisés.
- Suivi des demandes de maintenance ou d'installation.
- Gestion des réclamations et résolution des problèmes éventuels.
- Médiation entre les parties en cas de désaccord.
- Collecte des retours d'expérience pour améliorer continuellement les services de la plateforme.

- **Post-achat et fidélisation**

MachiNet développe une relation durable avec ses utilisateurs grâce à des actions de fidélisation et de création de valeur à long terme.

- Programme de fidélité basé sur les crédits et les abonnements.
- Recommandations personnalisées selon l'historique de navigation et d'utilisation.
- Alertes sur les nouvelles machines, offres et opportunités du marché.
- Newsletter spécialisée sur les tendances industrielles et les évolutions du secteur.
- Accès privilégié à certaines fonctionnalités ou offres promotionnelles.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- Valorisation des utilisateurs actifs à travers des badges, et avantages exclusifs.
- Suivi de la satisfaction client et amélioration continue de l'expérience utilisateur.

Grâce à cette approche globale, MachiNet ne se limite pas à une simple mise en relation commerciale, mais construit une relation de confiance durable avec l'ensemble des acteurs de son écosystème industriel.

### 3.6.4.8 Community (Communauté)

La communauté constitue un levier stratégique pour MachiNet, permettant de créer un écosystème numérique dynamique réunissant acheteurs, fournisseurs, consultants et experts industriels. Au-delà de la simple mise en relation commerciale, la plateforme vise à favoriser les échanges, le partage de connaissances et la création de valeur collective.

Afin de développer une communauté engagée, MachiNet met en œuvre plusieurs actions :

- **Création de contenu à valeur ajoutée**

MachiNet produit régulièrement des contenus spécialisés destinés à informer et accompagner les acteurs du secteur industriel :

- Guides d'achat de machines industrielles.
- Articles sur les tendances du marché.
- Analyse des prix et évolutions sectorielles.
- Conseils techniques et bonnes pratiques industrielles.
- Études de cas et retours d'expérience.

- **Engagement participatif**

La plateforme encourage la participation active de ses utilisateurs afin de renforcer leur implication dans l'écosystème MachiNet :

- Avis et évaluations sur les fournisseurs.
- Commentaires et retours d'expérience.
- Témoignages clients.
- Participation aux enquêtes de satisfaction.
- Suggestions d'amélioration de la plateforme.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- **Social Listening (Écoute sociale)**

MachiNet assure une veille continue des interactions et des discussions de sa communauté afin d'identifier les besoins émergents et d'améliorer continuellement ses services :

- Analyse des retours utilisateurs.
- Suivi des commentaires sur les réseaux sociaux.
- Identification des tendances du marché industriel.
- Détection rapide des problèmes et attentes des utilisateurs.

- **Co-crédation de valeur**

Les utilisateurs participent activement à l'évolution de la plateforme grâce à une logique de co-crédation :

- Proposition de nouvelles fonctionnalités.
- Contribution à l'amélioration de MachiBot.
- Partage d'expertise entre professionnels.
- Participation aux phases de test des nouvelles solutions.

- **Modération et gestion de la communauté**

Afin de garantir un environnement professionnel et fiable, MachiNet met en place un système de modération permettant :

- La lutte contre les informations trompeuses.
- Le maintien d'échanges respectueux et constructifs.
- La protection de la qualité des interactions entre les membres.

Grâce à cette stratégie communautaire, MachiNet transforme ses utilisateurs en véritables partenaires de développement, favorisant ainsi l'engagement, la confiance et la fidélisation au sein de l'écosystème industriel algérien.

### 3.6.4.9 Site

Le site MachiNet a été conçu comme un environnement digital professionnel, pensé pour les utilisateurs industriels algériens. Il s'articule autour de six dimensions :

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

### a. Ergonomie :

L'ergonomie de MachiNet a été conçue pour offrir une expérience utilisateur fluide, intuitive et efficace aux différents acteurs du marché industriel.

#### **Fluidité de l'interface :**

- Page d'accueil structurée autour des principales actions recherchées par les utilisateurs.
- Menu principal clair et facilement accessible (Accueil, Marché, Catalogue, IA & Bots, Solutions, À propos).
- Organisation logique des informations permettant une navigation rapide entre les différentes sections de la plateforme.
- Réduction du nombre d'étapes nécessaires pour accéder aux informations ou contacter un fournisseur.

#### **Accessibilité :**

- Interface responsive adaptée aux ordinateurs, tablettes et smartphones.
- Temps de chargement optimisé pour garantir une navigation fluide.
- Boutons d'action (CTA) clairement visibles et stratégiquement positionnés pour faciliter la prise de décision.
- Lisibilité renforcée grâce à une typographie claire et une hiérarchisation efficace des contenus.

#### **Parcours client cohérent :**

- Parcours de navigation conçu pour accompagner l'utilisateur depuis la recherche d'une machine jusqu'à la prise de contact avec le fournisseur.
- Filtres avancés permettant d'affiner rapidement les résultats selon le secteur, la wilaya ou le type d'équipement.
- Accès simplifié aux fiches techniques, comparateurs, recommandations IA .
- Continuité de l'expérience utilisateur entre les différentes fonctionnalités de la plateforme.

### b. Design :

- Identité visuelle cohérente : Orange & Noir énergie industrielle et professionnalisme premium

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

- Interface épurée et moderne : fond clair, typographie lisible, icônes sectorielles

### c. Contenu :

- Fiches techniques machines : photos, specs, prix, fournisseur, wilaya
- Prix du marché en temps réel : évolution hebdomadaire par catégorie
- Guides & Blog : conseils d'achat, tendances industrielles, tutoriels

### d. Fonctionnalités techniques :

- **Moteur de recherche intelligent** permettant de trouver rapidement des équipements selon plusieurs critères (secteur, catégorie, wilaya, budget ou fournisseur).
- **Comparateur avancé de machines** facilitant l'analyse simultanée de plusieurs équipements sur la base de critères techniques et commerciaux.
- **Assistant IA** capable d'orienter les utilisateurs, répondre aux questions fréquentes et recommander les solutions les plus adaptées à leurs besoins.
- **Système de gestion des fournisseurs** permettant la publication, la mise à jour et l'administration des catalogues de machines en temps réel.
- **Tableaux de bord analytiques** offrant aux fournisseurs des indicateurs de performance relatifs à la visibilité de leurs annonces, aux interactions générées et aux opportunités commerciales obtenues.
- **Système de suivi et de notifications automatiques** informant les utilisateurs des nouvelles demandes, mises à jour, opportunités ou interactions importantes.
- **Gestion centralisée des demandes et des contacts** permettant de suivre l'historique des échanges entre acheteurs, fournisseurs et experts.
- **Architecture évolutive (scalable)** permettant à la plateforme d'intégrer de nouvelles fonctionnalités et d'accompagner l'augmentation du nombre d'utilisateurs et d'annonces.
- **Intégration de bases de données dynamiques** assurant la mise à jour continue des informations relatives aux machines, aux fournisseurs et aux tendances du marché.
- **Infrastructure cloud sécurisée** garantissant la disponibilité, la stabilité et la performance de la plateforme.

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

### 3.6.4.10 Security (Sécurité)

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S2</b><br><b>SÉCU</b> | <p>La sécurité est une valeur fondatrice de MachiNet. Elle opère sur deux niveaux complémentaires :</p> <p><b>Sécurité technique :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hébergement cloud sécurisé avec chiffrement des données</li><li>• Cybersécurité de la plateforme : protection contre les intrusions et les fraudes</li><li>• Système d'authentification sécurisé pour fournisseurs et acheteurs</li></ul> <p><b>Sécurité commerciale (confiance des utilisateurs) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Badge Fournisseur Vérifié : vérification documentaire obligatoire avant publication</li><li>• Système d'avis et d'évaluations : authenticité garantie par modération</li><li>• Modération des annonces : contrôle qualité avant mise en ligne</li><li>• Politique de confidentialité et CGU : cadre légal transparent et protecteur</li></ul> |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3.6.4.11 Sales Promotion (Promotion des ventes)

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S3</b><br><b>PROMO-<br/>VENTES</b> | <p>La promotion des ventes constitue un levier essentiel de la stratégie commerciale de MachiNet. Elle vise à encourager l'adoption de la plateforme, stimuler l'engagement des utilisateurs et renforcer leur fidélisation grâce à des incitations ciblées.</p> <p>Afin d'accélérer l'acquisition et la conversion des utilisateurs, MachiNet met en place plusieurs actions promotionnelles :</p> <p><b>Pack Starter gratuit</b> permettant aux fournisseurs de découvrir la plateforme sans engagement financier et de tester ses principales fonctionnalités.</p> <p><b>Offres de lancement</b> destinées aux premiers fournisseurs inscrits, incluant des avantages exclusifs et une visibilité renforcée.</p> <p><b>Programme de fidélité</b> récompensant les utilisateurs actifs à travers l'attribution de crédits bonus, d'avantages exclusifs et de badges premium.</p> |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché

---

**Promotion multicanale des annonces** via les réseaux sociaux de MachiNet afin d'augmenter leur portée et leur visibilité auprès des acheteurs potentiels.

**Packs de crédits complémentaires** offrant aux utilisateurs une flexibilité dans l'utilisation des services promotionnels sans modification de leur abonnement principal.

**Offres promotionnelles saisonnières** associées aux événements industriels, salons professionnels ou périodes stratégiques du marché.

**Actions de parrainage** encouragent les utilisateurs à recommander la plateforme à d'autres professionnels en échange d'avantages ou de crédits supplémentaires.

**Accès privilégié à certaines fonctionnalités premium** dans le cadre d'opérations promotionnelles temporaires visant à encourager la montée en gamme des abonnés.

## **CHAPITRE 4 : Plan de développement et d'organisation**

---

### **4 CHAPITRE 4 : Plan de développement et d'organisation**

Après avoir étudié l'environnement du projet, analysé le marché et évalué son positionnement concurrentiel, il est essentiel de définir les moyens nécessaires à sa mise en œuvre. Ce chapitre présente l'organisation opérationnelle de MachiNet ainsi que les ressources mobilisées pour assurer son développement et son bon fonctionnement.

Dans cette perspective, nous décrivons le processus de servuction de la plateforme, la stratégie d'approvisionnement en ressources technologiques, les besoins en main-d'œuvre ainsi que les principaux partenaires qui contribueront à la création de valeur et au développement de l'écosystème MachiNet.

Les points suivants seront abordés :

- 1. Le processus de servuction**
- 2. La stratégie d'approvisionnement**
- 3. La main-d'œuvre**
- 4. Les principaux partenaires**

## **CHAPITRE 4 : Plan de développement et d'organisation**

---

### **4.1 Processus de servuction**

La servuction désigne le processus de création et de délivrance d'un service au client. Dans le cas de MachiNet, le service repose sur une plateforme numérique permettant la mise en relation entre acheteurs, vendeurs de machines industrielles, consultants et techniciens de maintenance.

Le processus débute par l'inscription des différents acteurs sur la plateforme. Les fournisseurs créent leurs profils et publient leurs annonces de machines, tandis que les acheteurs recherchent les équipements correspondant à leurs besoins à travers les outils de recherche et de filtrage proposés.

Une fois la machine identifiée, l'acheteur peut consulter les informations techniques, contacter directement le fournisseur ou solliciter l'accompagnement d'un consultant ou d'un technicien spécialisé. La plateforme facilite ainsi la prise de décision et améliore la qualité de la mise en relation.

Parallèlement, MachiNet assure la vérification des profils, la modération des annonces et la gestion des interactions entre les utilisateurs afin de garantir un environnement fiable et sécurisé.

### **4.2 L'Approvisionnement**

Contrairement aux entreprises industrielles traditionnelles, MachiNet ne nécessite pas d'approvisionnement en matières premières ou en stocks physiques. Son fonctionnement repose principalement sur l'acquisition et la gestion de ressources technologiques et numériques.

Les principaux éléments nécessaires au fonctionnement de la plateforme sont :

- Hébergement web et serveurs
- Nom de domaine et services cloud
- Outils de développement logiciel
- Solutions de sécurité et de protection des données
- Outils d'intelligence artificielle et d'analyse des données
- Solutions de communication et de marketing digital

L'approvisionnement de ces ressources est assuré auprès de prestataires technologiques spécialisés garantissant la disponibilité, la performance et la sécurité de la plateforme.

## CHAPITRE 4 : Plan de développement et d'organisation

---

### 4.3 La Main-d'œuvre

La réussite de MachiNet repose sur une équipe restreinte mais polyvalente, composée de cinq membres assumant des fonctions stratégiques essentielles au développement et au déploiement de la plateforme.

Dans sa phase initiale, le projet est structuré autour des responsabilités suivantes :

- **Responsable Business développement & Stratégie** : chargé de la vision globale du projet, du positionnement stratégique et du développement des opportunités de croissance.
- **Responsable Marketing & Communication** : en charge de la promotion de la plateforme, de la stratégie de visibilité et de la gestion de l'image de marque.
- **Responsable Finance & Business Model** : responsable de la viabilité économique du projet, de la structuration du modèle financier et du suivi des ressources.
- **Responsable Juridique & Partenariats** : assure la conformité réglementaire du projet et le développement des collaborations avec les partenaires externes.
- **Responsable Relation Client & Étude de Marché** : chargé de la compréhension des besoins utilisateurs, du suivi des retours clients et de l'analyse du marché.

Cette organisation agile permet une répartition claire des responsabilités tout en favorisant la polyvalence et la coordination entre les membres de l'équipe. À mesure que la plateforme évoluera et que le nombre d'utilisateurs augmentera, cette structure pourra être renforcée par l'intégration de nouveaux profils techniques et opérationnels, notamment dans les domaines du développement informatique, du support technique et de la gestion de la croissance.

### 4.4 Les Partenaires

Les partenaires jouent un rôle essentiel dans le développement et la pérennité de MachiNet. Ils permettent de renforcer la crédibilité de la plateforme, d'élargir son réseau et d'offrir davantage de valeur aux utilisateurs.

Les principaux partenaires identifiés sont :

#### Organismes d'accompagnement à l'entrepreneuriat

## **CHAPITRE 4 : Plan de développement et d'organisation**

---

- ANADE
- NESDA
- Incubateurs et structures d'accompagnement des startups

### **Partenaires logistiques**

- Entreprises de transport spécialisées dans le déplacement des équipements industriels.

### **Partenaires techniques**

- Fournisseurs de pièces de rechange

### **Partenaires financiers**

- Établissements bancaires
- Sociétés de leasing et de financement d'équipements (à moyen terme)

### **Partenaires institutionnels**

- Chambres de commerce
- Organisateurs de salons et foires industrielles

Ces partenariats contribueront à renforcer l'écosystème de MachiNet et à améliorer la qualité des services proposés aux différents acteurs du marché industriel algérien.

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

---

### 5 CHAPITRE 5 : Plan Financier

Le plan financier constitue un élément fondamental dans la création et le développement d'une startup. Il représente un véritable outil d'aide à la décision permettant d'anticiper, de structurer et de piloter les choix économiques dans un environnement caractérisé par l'incertitude et l'évolution permanente du marché.

Ce chapitre a pour objectif d'analyser le rôle, la structure et l'importance du plan financier dans le cadre du projet MachiNet. Il met en évidence les principaux éléments nécessaires à l'élaboration d'un plan financier cohérent et réaliste, capable de garantir la viabilité économique, la rentabilité et le développement durable de la startup. Cette approche s'inspire des travaux de Bruce R. Barringer et R. Duane Ireland dans leur ouvrage *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* (Sixième édition), considéré comme une référence incontournable dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise. Les concepts développés dans cet ouvrage ont servi de base théorique à notre réflexion, tout en étant adaptés aux spécificités du marché algérien et du secteur des plateformes numériques B2B.

*« A financial plan is a document that summarizes the current financial situation of the firm, analyzes its financial needs, and projects its future financial position. It is a written estimate of the economic viability of a business concept. »*

*Barringer & Ireland, Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, 6th Ed.*

#### Importance du plan financier pour une startup

Les startups évoluent généralement dans un environnement marqué par un niveau élevé d'incertitude, des ressources limitées et l'absence d'historique financier. Dans ce contexte, le plan financier joue un rôle stratégique en permettant de quantifier les objectifs, d'orienter les décisions et de sécuriser le développement de l'entreprise dès ses premières phases.

##### a. Identifier les besoins financiers initiaux

Le plan financier permet d'estimer avec précision l'ensemble des investissements et dépenses nécessaires au lancement du projet, notamment les coûts liés au développement technologique, aux ressources humaines, au marketing, à l'hébergement, aux frais administratifs et aux obligations fiscales. Cette démarche réduit les risques de sous-estimation des besoins financiers.

##### b. Assurer une gestion efficace de la trésorerie

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

---

La maîtrise de la trésorerie est essentielle à la survie d'une startup. Le plan financier permet d'anticiper les flux financiers, d'identifier les éventuels besoins de financement et de mettre en place des mesures préventives afin d'éviter les difficultés de liquidité.

### **c. Évaluer et ajuster le modèle économique**

Grâce aux prévisions financières et aux différents scénarios envisagés (optimiste, réaliste et pessimiste), le plan financier facilite l'évaluation de la pertinence du modèle économique. Il permet ainsi d'adapter les hypothèses de revenus, de coûts et de croissance en fonction de l'évolution du marché.

### **d. Renforcer la discipline et la gouvernance financière**

Le plan financier instauré dès le départ une culture de gestion rigoureuse fondée sur le suivi budgétaire, la maîtrise des dépenses, la priorisation des investissements et l'anticipation des besoins futurs. Cette démarche contribue à améliorer la gouvernance et à assurer la pérennité de l'entreprise.

Dans ce chapitre, nous présenterons les principaux éléments financiers du projet Machi-Net :

- 1. Les coûts et les charges**
- 2. Le chiffre d'affaires prévisionnel**
- 3. Les comptes de résultats prévisionnels**

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

### 5.1 Les hypothèses & la tarification :

Avant d'établir tout prévisionnel financier, il est indispensable de définir clairement les hypothèses qui fondent le modèle économique de MachiNet. Ces hypothèses constituent le socle à partir duquel l'ensemble des projections de chiffre d'affaires, de charges et de résultats sont construites.

Le modèle de revenus de MachiNet repose sur trois sources principales : les abonnements Credit Packs proposés aux fournisseurs (Bronze, Silver, Gold), les commissions sur services techniques réalisés via la plateforme (20%), et les commissions sur consultations spécialisées (20%). Ce modèle mixte permet de diversifier les revenus et de réduire la dépendance à une seule source de financement.

**Tableau 5:** Hypothèses de tarification et de commission MachiNet

| Paramètre / Pack                          | Pack Bronze<br>15 000 DA | Pack Silver<br>30 000 DA | Pack Gold<br>45 000 DA | Commission (Taux) |
|-------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|
| Tarif mensuel fournisseur                 | 15 000 DA                | 30 000 DA                | 45 000 DA              | —                 |
| Commission service technique              | —                        | —                        | —                      | 20 %              |
| Commission consultation                   | —                        | —                        | —                      | 20 %              |
| Prix moyen service technique (pessimiste) | —                        | —                        | —                      | 40 000 DA         |
| Prix moyen service technique (optimiste)  | —                        | —                        | —                      | 60 000 DA         |
| Prix moyen consultation (pessimiste)      | —                        | —                        | —                      | 10 000 DA         |
| Prix moyen consultation (optimiste)       | —                        | —                        | —                      | 20 000 DA         |

Source : Équipe de MachiNet

Les scénarios de volume ont été construits à partir d'une estimation prudente du marché adressable de MachiNet, tenant compte du taux d'adoption progressif des outils digitaux par les PME et fournisseurs algériens. Le scénario pessimiste représente un démarrage lent avec une

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

adoption organique ; le scénario optimiste reflète l'impact d'une stratégie commerciale active et de partenariats institutionnels.

**Tableau 6:** Scénarios de volume Nombre de clients actifs par mois sur 3 ans

| Indicateur de volume               | An 1<br>(Pess.) | An 2<br>(Pess.) | An 3<br>(Pess.) | An 1<br>(Opt.) | An 2<br>(Opt.) | An 3<br>(Opt.) |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| Pack Bronze (15 000 DA)<br>nb/mois | 10              | 32              | 30              | 20             | 40             | 60             |
| Pack Silver (30 000 DA)<br>nb/mois | 8               | 15              | 20              | 10             | 25             | 33             |
| Pack Gold (45 000 DA)<br>nb/mois   | 0               | 5               | 10              | 5              | 12             | 18             |
| Service technique nb/mois          | 9               | 10              | 25              | 15             | 20             | 40             |
| Consultations nb/mois              | 5               | 10              | 20              | 10             | 20             | 35             |
| <b>Total clients</b>               | <b>32</b>       | <b>65</b>       | <b>105</b>      | <b>60</b>      | <b>117</b>     | <b>186</b>     |
| <b>Actifs/mois</b>                 |                 |                 |                 |                |                |                |

Source : Équipe de MachiNet

### 5.2 Le chiffre d'affaires prévisionnel :

Le chiffre d'affaires représente la somme totale des revenus engendrés par la vente de services de la plateforme pendant une période donnée. Cet indicateur essentiel permet d'évaluer l'activité et le potentiel de croissance de MachiNet sur les trois premières années d'exercice.

Le calcul du chiffre d'affaires de MachiNet repose sur la multiplication du nombre d'abonnements vendus par les tarifs des packs, auxquels s'ajoutent les commissions prélevées sur les services techniques et les consultations réalisées via la plateforme. Deux scénarios sont présentés afin d'encadrer les projections de manière rigoureuse.

**Dans le scénario pessimiste**, le chiffre d'affaires prévisionnel de la première année s'élève à **6 372 000 DA**, porté principalement par les abonnements Credit Packs (**4 680 000 DA**) et les commissions sur services. Ce montant traduit un objectif de croissance réaliste et conservateur, cohérent avec un démarrage progressif sur le marché industriel algérien.

**Dans le scénario optimiste**, le chiffre d'affaires de la première année atteint **12 540 000 DA**, grâce à un volume plus élevé d'abonnements et une adoption plus rapide des services

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

techniques et de consultation. Cette projection reflète le potentiel maximal de la plateforme dans des conditions de déploiement commercial actif.

**Tableau 7:** Chiffre d'affaires prévisionnel sur 3 ans (Scénarios Pessimiste et Optimiste)

| Source de revenu                   | SCÉNARIO PESSIMISTE |                   |                   | SCÉNARIO OPTIMISTE      |                          |                          |
|------------------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                    | Année 1             | Année 2           | Année 3           | Année 1                 | Année 2                  | Année 3                  |
| Pack Bronze                        | 1 800 000           | 4 500 000         | 5 400 000         | 3 600 000               | 7 200 000<br>DA          | 10 800 000<br>DA         |
| Pack Silver                        | 2 880 000           | 5 400 000         | 7 200 000         | 3 600 000<br>DA         | 9 000 000<br>DA          | 11 880 000<br>DA         |
| Pack Gold                          | —                   | 2 700 000         | 5 400 000         | 2 700 000<br>DA         | 6 480 000<br>DA          | 9 720 000 DA             |
| <b>Sous-total Credit Packs</b>     | <b>4 680 000</b>    | <b>12 600 000</b> | <b>18 000 000</b> | <b>9 900 000<br/>DA</b> | <b>22 680 000<br/>DA</b> | <b>32 400 000<br/>DA</b> |
| Service technique (20% commission) | 1 512 000           | 960 000           | 4 200 000         | 2 160 000<br>DA         | 2 880 000                | 5 760 000                |
| Consultations (20% commission)     | 180 000             | 1 080 000         | 720 000           | 480 000<br>DA           | 960 000 DA               | 1 680 000 DA             |
| <b>TOTAL CA PRÉVISIONNEL</b>       | <b>6 372 000</b>    | <b>13 800 000</b> | <b>22 920 000</b> | <b>12 540 000</b>       | <b>26 520 000</b>        | <b>39 840 000</b>        |

Source : Équipe de MachiNet

### 5.3 Les coûts et les charges :

En ce qui concerne les coûts et charges de MachiNet, on distingue trois grandes catégories. Les équipements et investissements initiaux s'élèvent à 1 228 500 DA, couvrant le matériel informatique, les caméras de surveillance, le mobilier de bureau, la signalétique, le développement de la plateforme ainsi que les frais de création de l'entreprise. Ces investissements font l'objet d'un amortissement annuel de 215 700 DA sur une durée de cinq ans.

Les charges de personnel représentent 3 260 000 DA par an et couvrent une équipe pluridisciplinaire composée d'un Directeur Général (CEO), d'un responsable commercial et développement, d'un développeur web, d'un expert en intelligence artificielle et d'un consultant financier.

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

Les charges d'exploitation annuelles s'élèvent à 3 752 000 DA. Elles comprennent notamment les charges sociales et assurances, la location du bureau, l'intégration de solutions d'intelligence artificielle, les frais administratifs et juridiques, les dépenses de marketing et d'acquisition clients, les licences logicielles, l'hébergement cloud ainsi que les frais de maintenance et de fonctionnement.

Au total, les charges annuelles de MachiNet atteignent 7 012 700 DA. Cette structure de coûts est caractéristique d'une entreprise de services numériques, avec une prédominance des ressources humaines et des investissements technologiques, tout en conservant une faible intensité capitalistique. Cette configuration permet à MachiNet de bénéficier d'une forte capacité de croissance et d'une excellente scalabilité à mesure que le nombre d'utilisateurs et de transactions augmente.

**Tableau 8:** Détail des charges annuelles de MachiNet

| Poste de charge                                       | Montant mensuel (DA) | Montant annuel (DA) |
|-------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|
| <b>A - Équipements &amp; Investissements initiaux</b> |                      |                     |
| Caméra de surveillance                                | 30 000 × 2           | 60 000 DA           |
| PC et équipement informatique                         | 150 000 × 3          | 450 000 DA          |
| Mobilier de bureau                                    | —                    | 150 000 DA          |
| Fournitures de bureau                                 | —                    | 25 000 DA           |
| Enseigne lumineuse                                    | —                    | 180 000 DA          |
| Roll-Up publicitaire                                  | 13 500 × 1           | 13 500 DA           |
| Investissement site web & plateforme                  | —                    | 200 000 DA          |
| Frais de création (juridique)                         | —                    | 150 000 DA          |
| <b>Sous-total Équipements</b>                         |                      | <b>1 228 500 DA</b> |
| Amortissement annuel (5 ans)                          | —                    | 215 700 DA          |
| <b>B - Charges de Personnel</b>                       |                      |                     |

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

| Poste de charge                               | Montant mensuel (DA) | Montant annuel (DA) |
|-----------------------------------------------|----------------------|---------------------|
| Directeur Général / CEO                       | 50 000 DA            | 600 000 DA          |
| Commercial / Business Development             | 45 000 DA            | 540 000 DA          |
| Développeur Web                               | 90 000 DA            | 1080 000 DA         |
| Expert IA                                     | 70 000 DA            | 840 000 DA          |
| Consultant Financier (forfait annuel)         | —                    | 200 000 DA          |
| <b>Sous-total Personnel</b>                   |                      | <b>3 260 000 DA</b> |
| <b>C- Charges d'Exploitation Annuelles</b>    |                      |                     |
| Assurance (35% charges sociales)              | —                    | 777 000 DA          |
| Intégration IA (forfait)                      | —                    | 500 000 DA          |
| Location de bureau                            | 100 000 DA           | 1200 000 DA         |
| Frais de notaire                              | —                    | 30 000 DA           |
| Factures (internet + téléphone + électricité) | 20 000 DA            | 240 000 DA          |
| Licence logiciels & hébergement cloud         | —                    | 30 000 DA           |
| Frais administratifs et juridiques            | 10000 DA             | 120 000 DA          |
| Marketing & acquisition clients               | —                    | 400 000 DA          |
| Maintenance équipements & exploitation bureau | 20000 DA             | 240 000 DA          |
| <b>TOTAL CHARGES ANNUELLES</b>                |                      | <b>7 012 700 DA</b> |

Source : Équipe de MachiNet

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

### 5.4 Les comptes de résultats escomptés (TCR) :

L'analyse du plan financier de MachiNet révèle un projet économiquement solide et financièrement viable dès sa première année d'activité, ce qui constitue un atout majeur dans un contexte de lancement. La structure de coûts allégée, caractéristique d'une entreprise digitale de services, combinée à un modèle de revenus récurrents et diversifiés, génère des marges opérationnelles élevées dès le démarrage.

Le chiffre d'affaires prévisionnel évolue de **12 540 000 DA** en première année à **26 520 000 DA** en deuxième année puis à **39 840 000 DA** en troisième année. Parallèlement, le résultat net atteint **5 526 700 DA** dès la première année, **16 754 300 DA** en deuxième année et **27 894 300 DA** en troisième année, traduisant une progression significative de la rentabilité et la capacité du projet à générer des bénéfices croissants.

L'absence totale d'endettement, le financement par capitaux propres et la trésorerie croissante constituent des signaux forts de la santé financière du projet. MachiNet démontre ainsi que l'innovation technologique et la digitalisation d'un marché encore fragmenté peuvent générer une valeur économique durable, tout en contribuant à la modernisation et à la structuration du tissu industriel algérien.

**Tableau 9:** Tableau des Comptes de Résultats (TCR) sur 3 ans (Scénarios Pessimiste & Optimiste)

| COMPTE DE RÉSULTAT                                    |                      |                      |                      |
|-------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                                       | (Année 1)            | (Année 2)            | (Année 3)            |
| Chiffre d'affaires                                    | 12 540 000 DA        | 26 520 000 DA        | 39 840 000 DA        |
| <b>I – PRODUCTION DE L'EXERCICE</b>                   | <b>12 540 000 DA</b> | <b>26 520 000 DA</b> | <b>39 840 000 DA</b> |
| Services extérieurs                                   | 1 040 000 DA         | 1 500 000 DA         | 1 900 000 DA         |
| Autres consommations                                  | 2 760 600 DA         | 3 800 000 DA         | 4 880 000 DA         |
| <b>II – CONSOMMATION DE L'EXERCICE</b>                | <b>3 800 600 DA</b>  | <b>5 300 000 DA</b>  | <b>6 780 000 DA</b>  |
| <b>III – VALEUR AJOUTÉE D'EXPLOITATION (I – II)</b>   | <b>8 739 400 DA</b>  | <b>21 220 000 DA</b> | <b>33 060 000 DA</b> |
| Charges de personnel                                  | 2 220 000 DA         | 3 350 000 DA         | 4 050 000 DA         |
| Impôts, taxes et versements assimilés (incl. CAS-NOS) | 777 000 DA           | 900 000 DA           | 900 000 DA           |
| <b>IV – EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION</b>              | <b>5 742 400 DA</b>  | <b>16 970 000 DA</b> | <b>28 110 000 DA</b> |
| Dotations aux amortissements et aux provisions        | 215 700 DA           | 215 700 DA           | 215 700 DA           |
| Reprise sur pertes de valeur et provisions            | -                    | -                    | -                    |
| <b>V – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>                      | <b>5 526 700 DA</b>  | <b>16 754 300 DA</b> | <b>27 894 300 DA</b> |
| Produits et charges financiers nets (VI)              | -                    | -                    | -                    |

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

|                                                       |                     |                      |                      |
|-------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| <b>VII – RÉSULTAT ORDINAIRE AVANT IMPÔTS (V + VI)</b> | <b>5 526 700 DA</b> | <b>16 754 300 DA</b> | <b>27 894 300 DA</b> |
| Impôts exigibles sur résultats ordinaires (IBS 26%)   | -                   | -                    | -                    |
| <b>VIII – RÉSULTAT NET</b>                            | <b>5 526 700 DA</b> | <b>16 754 300 DA</b> | <b>27 894 300 DA</b> |

Source : Équipe de MachiNet

### 5.5 Le bilan prévisionnel

Le bilan prévisionnel de MachiNet présente la structure patrimoniale de l'entreprise sur les trois premières années d'activité. Il détaille la composition des actifs, investissements initiaux dans la plateforme et les équipements, trésorerie accumulée, ainsi que la structure du passif, reposant intégralement sur les capitaux propres sans recours à l'endettement.

L'actif non courant comprend les immobilisations incorporelles (développement de la plateforme pour 200 000 DA et droits de la marque MachiNet pour 10 000 DA) et les immobilisations corporelles (équipements informatiques, mobilier et signalétique pour 878 500 DA), soit un total brut de 1088 500 DA. Ces actifs sont amortis sur 5 ans (215 700 DA/an), ce qui ramène l'actif non courant net à 872 800 DA en année 1.

La trésorerie représente l'élément principal de l'actif courant. Elle atteint 7 163 900 DA à la fin de la première année, 18 607 200 DA à la fin de la deuxième année et 29 962 900 DA à la fin de la troisième année. Cette progression constante traduit la capacité de MachiNet à générer des ressources financières suffisantes pour soutenir son développement tout en préservant son autonomie financière.

Concernant le passif, le financement initial du projet repose sur un capital social de 300 000 DA, des comptes courants d'associés de 2 000 000 DA ainsi qu'un apport externe de l'ASF de 210 000 DA. Les capitaux propres augmentent progressivement grâce à l'accumulation des résultats générés par l'activité, passant de 8 036 700 DA en année 1 à 19 264 300 DA en année 2 puis à 30 404 300 DA en année 3.

**Tableau 10:** Bilan prévisionnel de MachiNet sur 3 ans (2025–2027)

| DÉSIGNATION                          | Année 1 | Année 2 | Année 3 |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|
| <b>ACTIF</b>                         |         |         |         |
| <b>ACTIF NON COURANT</b>             |         |         |         |
| <b>Immobilisations incorporelles</b> |         |         |         |

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

|                                                |                     |                      |                      |
|------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| Frais de développement immobilisables          | 200 000 DA          | 200 000 DA           | 200 000 DA           |
| Droits de la marque                            | 10 000 DA           | 10 000 DA            | 10 000 DA            |
| <b>Total des immobilisations incorporelles</b> | <b>210 000 DA</b>   | <b>210 000 DA</b>    | <b>210 000 DA</b>    |
| <b>Immobilisations corporelles</b>             |                     |                      |                      |
| Autres immobilisations corporelles             | 878 500 DA          | 878 500 DA           | 878 500 DA           |
| <b>Total des immobilisations corporelles</b>   | <b>878 500 DA</b>   | <b>878 500 DA</b>    | <b>878 500 DA</b>    |
| Immobilisations financières                    | -                   | -                    | -                    |
| <b>Total des immobilisations</b>               | <b>1 088 500 DA</b> | <b>1 088 500 DA</b>  | <b>1 088 500 DA</b>  |
| <b>Total des amortissements cumulés</b>        | <b>215 700 DA</b>   | <b>431 400 DA</b>    | <b>647 100 DA</b>    |
| <b>TOTAL ACTIF NON COURANT</b>                 | <b>872 800 DA</b>   | <b>657 100 DA</b>    | <b>441 400 DA</b>    |
| <b>ACTIF COURANT</b>                           |                     |                      |                      |
| Stocks et en-cours                             | -                   | -                    | -                    |
| Créances clients                               |                     |                      |                      |
| Autres débiteurs                               |                     |                      |                      |
| Trésorerie                                     | 7 163 900 DA        | 18 607 200 DA        | 29 962 900 DA        |
| <b>TOTAL ACTIF COURANT</b>                     | <b>7 163 900 DA</b> | <b>18 607 200 DA</b> | <b>29 962 900 DA</b> |
| <b>TOTAL ACTIF</b>                             | <b>8 036 700 DA</b> | <b>19 264 300 DA</b> | <b>30 404 300 DA</b> |
| <b>PASSIF</b>                                  |                     |                      |                      |
| <b>CAPITAUX PROPRES</b>                        |                     |                      |                      |
| Capital social                                 | 300 000 DA          | 300 000 DA           | 300 000 DA           |
| Comptes courants d'associés                    | 2 000 000 DA        | 2 000 000 DA         | 2 000 000 DA         |
| Apport externe (ASF)                           | 210 000 DA          | 210 000 DA           | 210 000 DA           |
| Résultat cumulé                                | 5 526 700 DA        | 16 754 300 DA        | 27 894 300 DA        |
| <b>TOTAL CAPITAUX PROPRES</b>                  | <b>8 036 700 DA</b> | <b>19 264 300 DA</b> | <b>30 404 300 DA</b> |
| <b>PASSIF NON COURANT</b>                      |                     |                      |                      |

## CHAPITRE 5 : Plan Financier

|                                           |                     |                      |                      |
|-------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| Emprunts et dettes financières            | -                   | -                    | -                    |
| Impôts différés passif                    | -                   | -                    | -                    |
| Autres dettes non courantes               | -                   | -                    | -                    |
| Provisions et produits constatés d'avance | -                   | -                    | -                    |
| <b>TOTAL PASSIF NON COURANT</b>           | 0,00                | 0,00                 | 0,00                 |
| <b>PASSIF COURANT</b>                     |                     |                      |                      |
| Fournisseurs et comptes rattachés         | -                   | -                    | -                    |
| Impôts courants                           | -                   | -                    | -                    |
| Trésorerie passive                        | -                   | -                    | -                    |
| Dividendes à payer                        | -                   | -                    | -                    |
| <b>TOTAL PASSIF COURANT</b>               | 0,00                | 0,00                 | 0,00                 |
| <b>TOTAL PASSIF</b>                       | <b>8 036 700 DA</b> | <b>19 264 300 DA</b> | <b>30 404 300 DA</b> |

Source : Équipe de MachiNet

L'analyse du plan financier de MachiNet révèle un projet économiquement solide et financièrement viable dès sa première année d'activité, ce qui constitue un atout majeur dans un contexte de lancement. La structure de coûts allégée, caractéristique d'une entreprise digitale de services, combinée à un modèle de revenus récurrents et diversifiés, génère des marges opérationnelles élevées dès le démarrage.

Dans le scénario optimiste, ces chiffres atteignent respectivement 12 540 000 DA et 39 840 000 DA des performances remarquables pour une startup en phase de lancement sur le marché industriel algérien.

L'absence totale d'endettement, le financement par capitaux propres et la trésorerie croissante constituent des signaux forts de la santé financière du projet. MachiNet démontre ainsi que l'innovation technologique et la digitalisation d'un marché informel peuvent générer de la valeur économique significative et durable, tout en contribuant à la structuration du tissu industriel algérien.

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

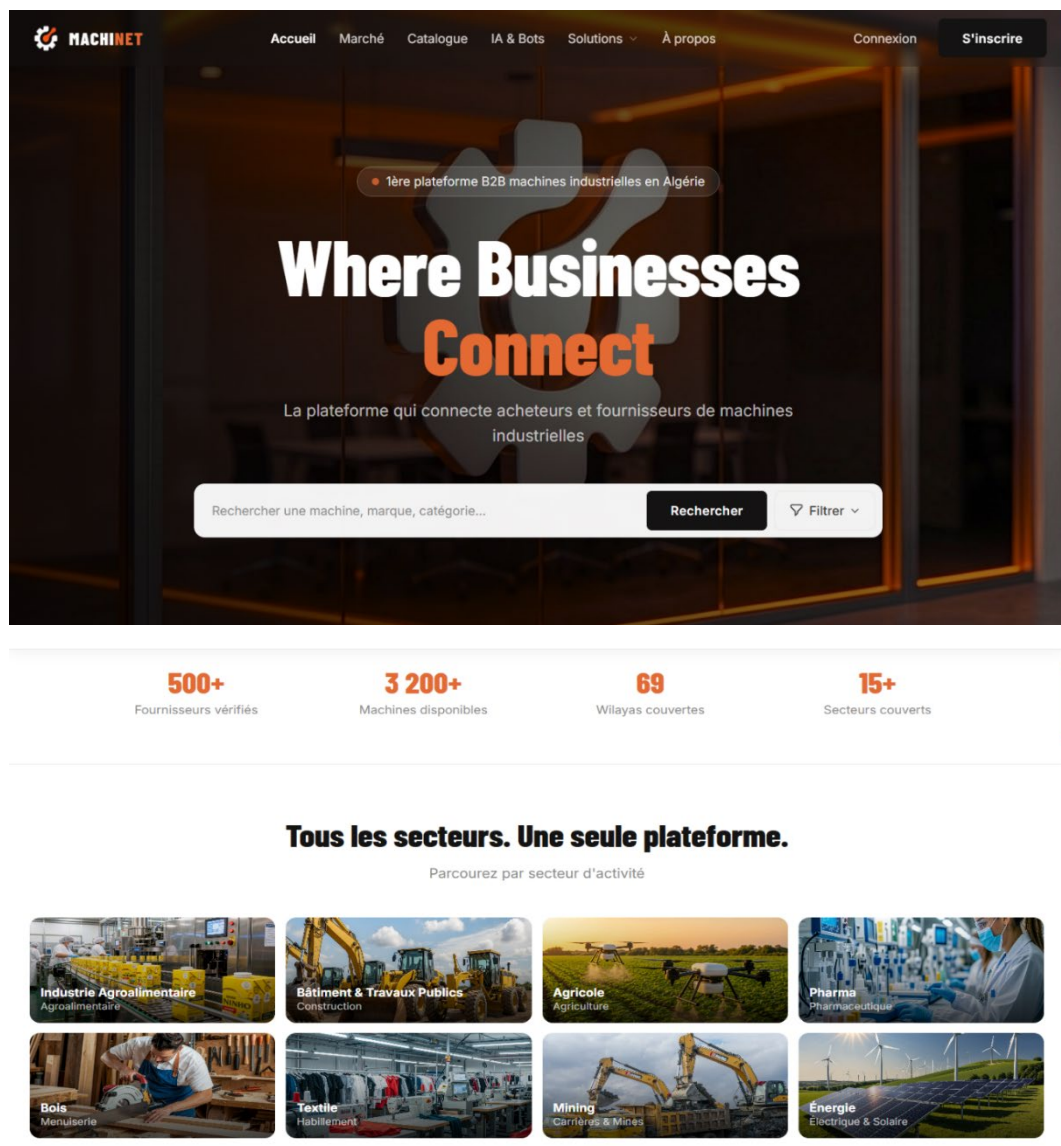
### 6 CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

#### 6.1 Page d'accueil :

Dès l'arrivée sur la plateforme, l'utilisateur voit le slogan "Where Businesses Connect", une barre de recherche, et les chiffres clés.

En dessous, les secteurs d'activité (Agroalimentaire, BTP, Agricole, Pharma...). Plus bas, la section "Machines en vedette" affiche les annonces sélectionnées par l'équipe avec leur prix indicatif, le fournisseur et la localisation.

Figure 22: Page d'accueil



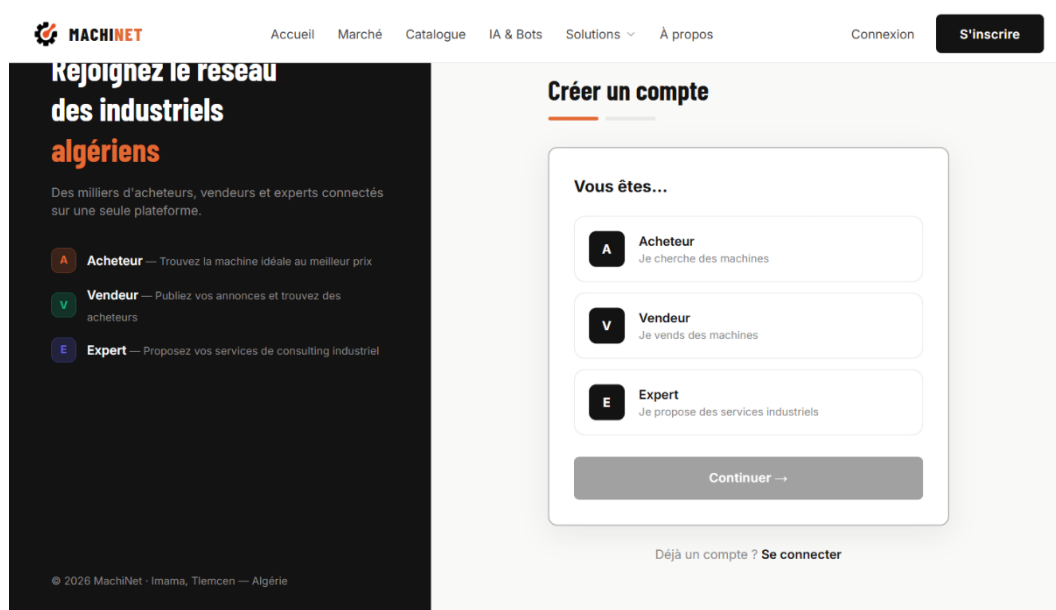
Source : Prototype MachiNet

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

### 6.2 Les trois profils d'accès :

MachiNet propose trois types de comptes, tous gratuits à l'inscription. Le modèle économique repose non pas sur l'accès, mais sur les services utilisés. L'acheteur consulte et compare gratuitement. Le consultant s'inscrit gratuitement mais la plateforme prend 15% de commission sur chaque prestation réalisée. Le vendeur s'inscrit gratuitement mais choisit un plan payant pour publier ses annonces et booster sa visibilité.

Figure 23: Modèle des profils d'accès utilisateurs



Source : Prototype MachiNet

### 6.3 Tarifs vendeurs :

Les vendeurs choisissent parmi 4 plans :

- Starter (gratuit, 3 annonces),
- Bronze (15 000 DZD/mois),
- Silver (30 000 DZD/mois, recommandé),
- Gold (45 000 DZD/mois, pour importateurs et grossistes).

Aucune commission n'est prélevée sur les ventes, le vendeur paye uniquement pour un système de crédits permet d'acheter des actions ponctuelles (boost, mise en vedette, ...).

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

Figure 24: Structure tarifaire des comptes vendeurs

# Tarifs MachiNet

Plans simples et transparents — tout en DZD  
Sans commission · Facturation mensuelle · Résiliable à tout moment

**Starter**  
Pour découvrir MachiNet  
**Gratuit**  
[S'inscrire gratuitement](#)

**Bronze**  
Pour démarrer sérieusement  
**15 000 DZD**  
par mois  
[Choisir Bronze](#)

**Recommandé**  
**Silver**  
Pour les vendeurs actifs  
**30 000 DZD**  
par mois  
[Choisir Silver](#)

**Premium**  
**Gold**  
Pour importateurs & grossistes  
**45 000 DZD**  
par mois  
[Choisir Gold](#)

| Fonctionnalité                           | Starter | Bronze   | Silver    | Gold              |
|------------------------------------------|---------|----------|-----------|-------------------|
| Crédits mensuels                         | 20      | 100      | 1000      | Illimité          |
| Annonces actives                         | 20      | 50       | Illimité  | Illimité          |
| Badge Vérifié                            | ×       | ✓        | ✓         | ✓                 |
| Analytics                                | ×       | Basique  | Avancé    | Avancé+           |
| Leads qualifiés                          | ×       | ×        | ✓         | ✓                 |
| Boost interne "en vedette" (par crédits) | ✓       | ✓        | ✓         | ✓                 |
| Boost externe (réseaux sociaux)          | ×       | 1 réseau | 2 réseaux | Insta, FB, TikTok |
| Accès prix du marché                     | ×       | ×        | ✓         | ✓                 |
| Priorité de boost (tie-breaker)          | Faible  | Standard | Élevé     | Maximum           |
| Recommandation MachiBot (par crédits)    | ×       | ✓        | ✓         | ✓                 |
| Multi-utilisateurs                       | ×       | ×        | ×         | ✓                 |

[S'inscrire gratuitement](#)[Choisir Bronze](#)[Choisir Silver](#)[Choisir Gold](#)

Source : Prototype MachiNet

### 6.4 Catalogue machines et comparateur :

La page catalogue est accessible librement à tout visiteur. Elle propose un champ de recherche par machine, marque ou fournisseur, des filtres par secteur (Tous, BTP, IAA, Agriculture, Textile...), par type (neuf / occasion), et une case "Vérifiés" pour n'afficher que les fournisseurs validés. Les résultats sont triés par défaut par "Plus récents". Le comparateur permet de sélectionner 2 à 3 machines et d'afficher un tableau côte à côte (catégorie, type, fournisseur, localisation, prix, état, disponibilité, garantie).

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

Figure 25: Interface du catalogue et de comparaison des machines

The screenshot displays the 'Machines en vedette' (Featured Machines) section of the MachiNet interface. It features a grid of six machine listings, each with a photo, title, category, location, and price. A 'Voir tout' button is in the top right. Below the grid, a 'Comparer les machines' modal is open, comparing two machines: 'CABINE DE PEINTURE SAICO' and 'WENZEL LH 87 X3M Coordinate Measuring Machine (CMM)'. The modal table lists various characteristics for both machines.

**Machines en vedette**  
Sélectionnées par notre équipe

Astuce : Sélectionnez 2 à 3 machines pour les comparer côte à côte — prix, catégorie, fournisseur et plus.

| Image | Titre                                                    | Catégorie | Localisation       | Prix indicatif | Action |
|-------|----------------------------------------------------------|-----------|--------------------|----------------|--------|
|       | CABINE DE PEINTURE SAICO                                 | Industrie | Oumaima<br>Djelfa  | 45 000 DZD     | Voir → |
|       | E71P-3G-0500-RD090-TR-Z                                  | Industrie | Oumaima<br>Batna   | 10 000 DZD     | Voir → |
|       | Thermo Arktik 5020 double                                | Pharma    | Oumaima<br>Sétif   | 23 000 DZD     | Voir → |
|       | 2008 ASF METROLOGY TU 15-20 PS/SB<br>Bras horizontal CMM | Pharma    | Oumaima<br>Jijel   | 20 000 DZD     | Voir → |
|       | WENZEL LH 87 X3M Coordinate Measuring Machine (CMM)      | Pharma    | Oumaima<br>Biskra  | 999 999 DZD    | Voir → |
|       | Fedele MAX-M-3-C                                         | Agricole  | Oumaima<br>Tiemcen | 348 998 DZD    | Voir → |

| CARACTÉRISTIQUE | CABINE DE PEINTURE SAICO<br>Djelfa | WENZEL LH 87 X3M Coordinate Measuring Machine (CMM)<br>Biskra |
|-----------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Catégorie       | Industrie                          | Pharma                                                        |
| Type            | Occasion                           | Occasion                                                      |
| Fournisseur     | Oumaima                            | Oumaima                                                       |
| Wilaya          | Djelfa                             | Biskra                                                        |
| Prix            | 45 000 DZD                         | 999 999 DZD                                                   |
| État            | Occasion                           | Occasion                                                      |
| Vérifié         | —                                  | —                                                             |

Source : Prototype MachiNet

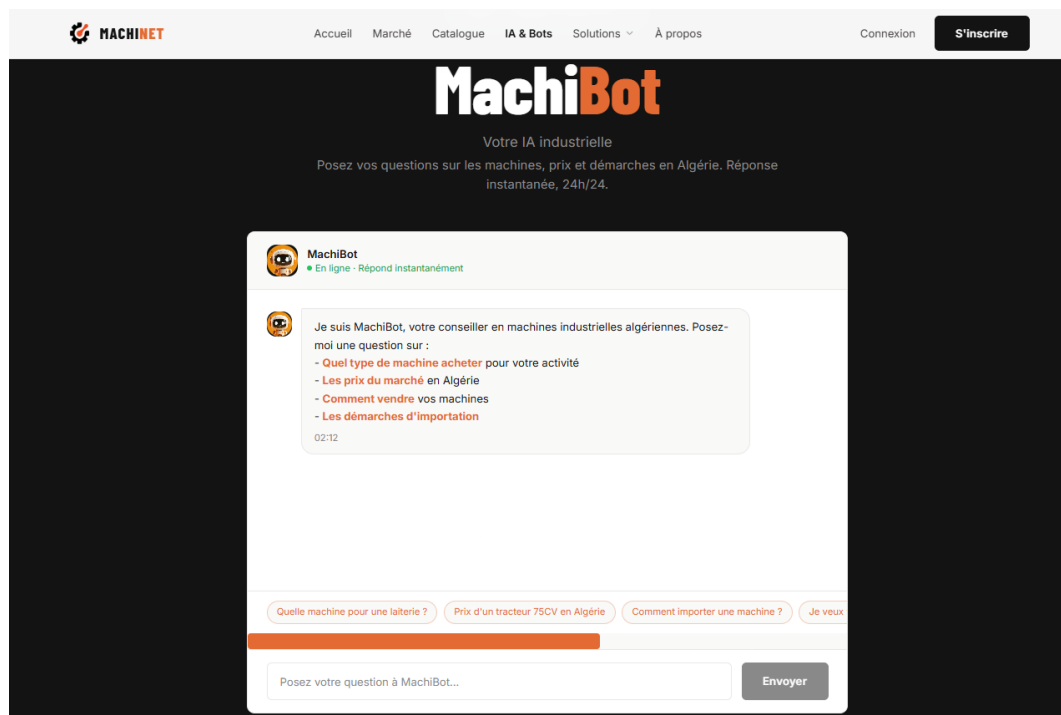
### 6.5 MachiBot IA industrielle intégrée :

MachiBot est l'assistant IA de MachiNet, accessible sans inscription et disponible 24h/24. L'utilisateur décrit son besoin en langage naturel et le bot recommande les machines adaptées, estime les prix du marché algérien, guide sur les démarches d'importation et calcule le retour sur investissement.

Le bot propose aussi des suggestions rapides (questions prédéfinies) pour guider les utilisateurs moins à l'aise avec la recherche textuelle. Une interface de consultation d'experts humains est disponible en complément pour les projets complexes.

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

Figure 26: Interface de l'assistant industriel MachiBot



Source : Prototype MachiNet

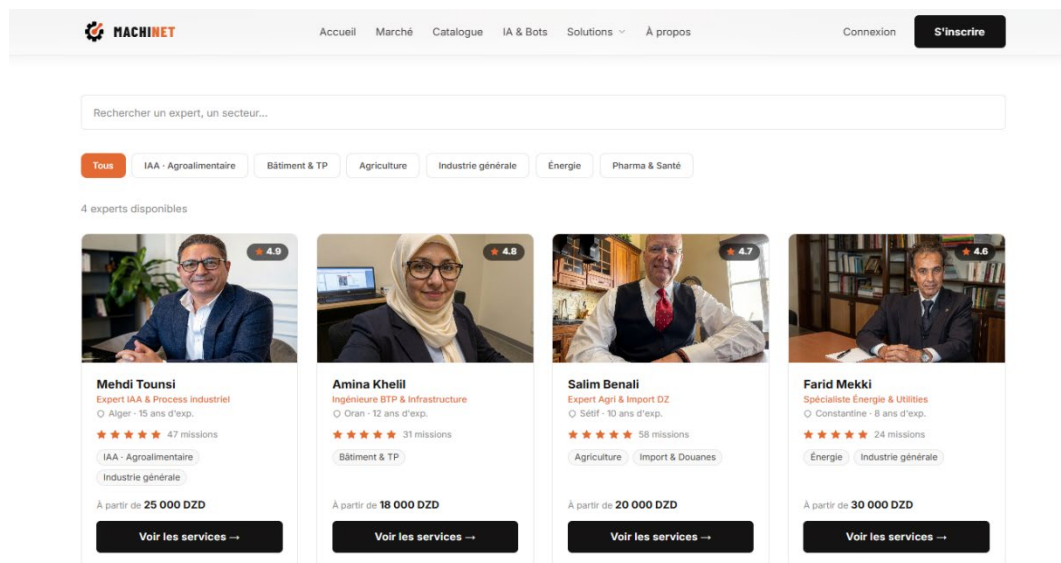
### 6.6 Services experts :

Pour les projets complexes, MachiNet met en relation les acheteurs avec des experts humains vérifiés. Chaque expert dispose d'un profil public avec sa spécialité, ses années d'expérience, sa note et ses missions réalisées. Les services sont détaillés avec les tarifs en DZD et la durée estimée.

L'inscription est gratuite pour l'expert ; MachiNet prélève 15% de commission sur chaque prestation réalisée. Un formulaire de contact permet à l'acheteur d'envoyer directement sa demande.

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

Figure 27: Interface des prestataires de services experts



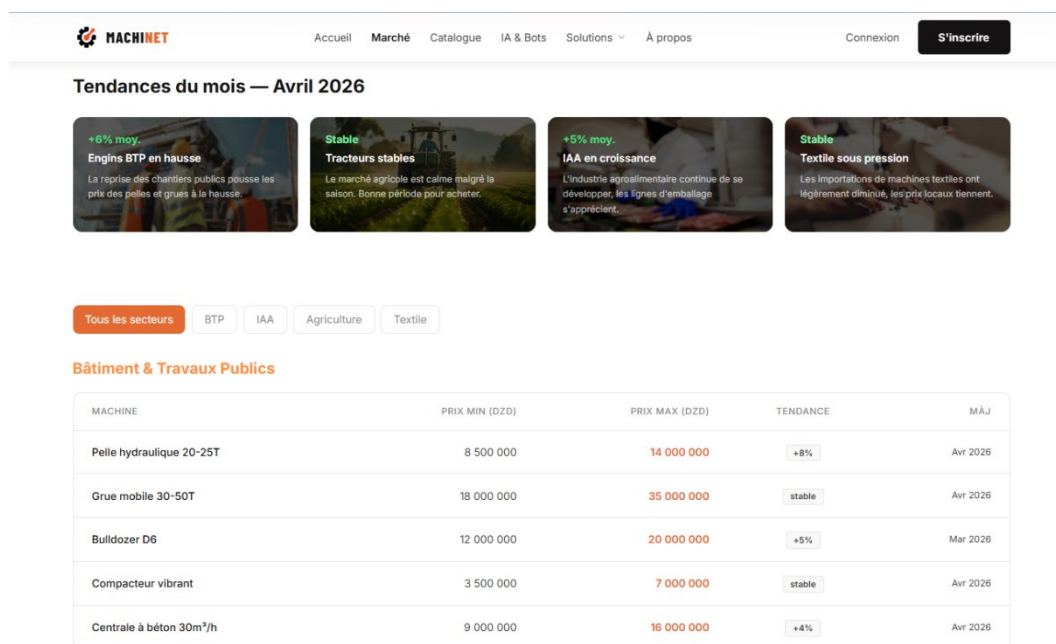
Source : Prototype MachiNet

### 6.7 Marché des machines industrielles (prix réels) :

La page Marché présente les fourchettes de prix réels du marché algérien, mises à jour mensuellement. Les données couvrent 200+ types de machines dans 69 wilayas. L'utilisateur peut filtrer par secteur (BTP, IAA, Agriculture, Textile...) et consulter pour chaque machine : le prix minimum, le prix maximum, la tendance (hausse, stable, baisse) et la date de mise à jour. Cette transparence permet aux acheteurs de ne jamais se faire surprendre et aux vendeurs de positionner leurs prix correctement. L'accès complet au marché est réservé aux plans Silver et Gold.

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

Figure 28: Visualisation des tendances du marché des machines industrielles

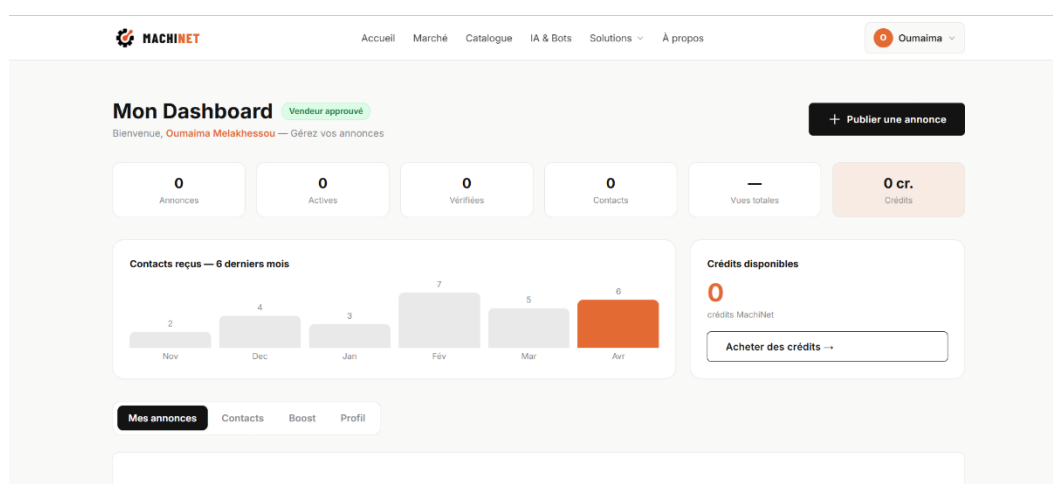


Source : Prototype MachiNet

### 6.8 Dashboard vendeur :

Une fois connecté, le vendeur accède à son espace de gestion complet. Il y retrouve ses métriques clés (vues, leads reçus, machines publiées, taux de conversion), la liste de ses leads entrants avec leur statut, le catalogue de ses annonces avec les performances de chaque machine, ainsi que son plan actif et son badge de vérification. Tout se gère depuis cet unique tableau de bord.

Figure 29: Tableau de bord du vendeur



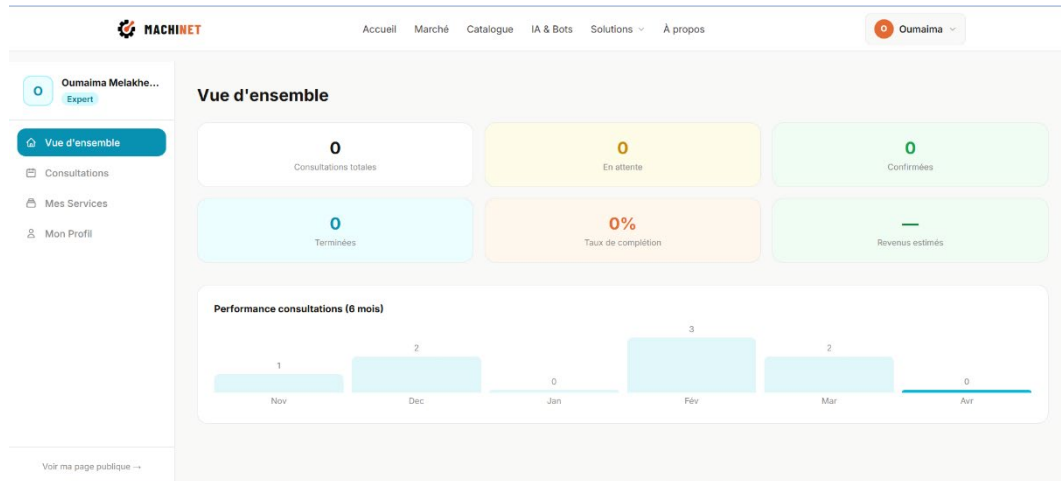
Source : Prototype MachiNet

## CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental

### 6.10 Dashboard expert :

L'expert dispose d'un espace dédié pour gérer ses missions, suivre ses revenus et contrôler sa disponibilité. Chaque mission affichée détaille le montant total facturé au client, la commission de 20% prélevée par MachiNet, et le montant net reversé à l'expert. Un récapitulatif mensuel des revenus, les avis clients reçus et un bouton de disponibilité (activable/désactivable) complètent le tableau de bord.

Figure 30: Tableau de bord de l'expert



Source : Prototype MachiNet

## Conclusion générale

---

### Conclusion générale

Notre aventure avec MachiNet a été bien plus qu'un simple projet universitaire : elle a constitué une véritable expérience entrepreneuriale, riche en apprentissages, en défis et en opportunités. Pendant plusieurs mois, nous avons mobilisé nos connaissances, notre créativité et notre détermination afin de concevoir une solution innovante capable de répondre à une problématique concrète du marché industriel algérien : la difficulté d'accès à l'information, aux fournisseurs fiables et aux équipements industriels adaptés aux besoins des entreprises.

Dès les premières étapes de notre travail, nous avons été confrontés à la réalité d'un marché caractérisé par un manque de structuration, une faible digitalisation et une forte asymétrie de l'information. Les PME, les ateliers artisanaux, les entrepreneurs agricoles ainsi que les porteurs de projets rencontrent souvent des difficultés pour identifier les équipements correspondant à leurs besoins et établir des relations de confiance avec les fournisseurs. Face à ce constat, nous avons mené une analyse approfondie du secteur, étudié les besoins des différents acteurs et élaboré une solution capable d'apporter une réelle valeur ajoutée.

MachiNet est ainsi née d'une volonté de moderniser et de digitaliser le processus d'achat et de vente des machines industrielles en Algérie. La plateforme propose un environnement numérique centralisé permettant aux acheteurs de rechercher, comparer et sélectionner des équipements industriels, tout en offrant aux fournisseurs une vitrine professionnelle pour promouvoir leurs produits et développer leur activité commerciale. Grâce à l'intégration de technologies innovantes telles que l'intelligence artificielle, les systèmes de recommandation intelligents, la notation des fournisseurs et l'accompagnement technique spécialisé, MachiNet ambitionne de transformer durablement les pratiques du marché industriel algérien.

L'étude de marché réalisée a mis en évidence l'existence d'un potentiel de développement important. La croissance du nombre d'entreprises, l'essor de l'entrepreneuriat et la volonté croissante des acteurs économiques d'adopter des solutions numériques constituent des facteurs favorables à l'émergence d'une plateforme telle que MachiNet. Par ailleurs, l'analyse concurrentielle a confirmé l'absence d'une solution locale spécialisée capable d'offrir un service aussi complet et adapté aux spécificités du marché algérien.

Sur le plan économique et financier, les résultats prévisionnels démontrent la viabilité du projet ainsi que sa capacité à générer une croissance durable. Le modèle économique adopté, basé sur les abonnements professionnels, les packs de services et les commissions associées aux prestations proposées sur la plateforme, permet d'assurer une rentabilité progressive tout en garantissant la création de valeur pour l'ensemble des parties prenantes.

## Conclusion générale

---

Les perspectives de développement de MachiNet sont particulièrement prometteuses. À court terme, la startup vise à renforcer sa présence sur le marché national et à développer progressivement sa communauté d'utilisateurs. À moyen terme, elle prévoit d'intégrer de nouvelles fonctionnalités reposant sur l'intelligence artificielle, d'élargir son réseau de partenaires techniques et financiers, et de proposer des services complémentaires à forte valeur ajoutée. À long terme, MachiNet ambitionne d'étendre son activité aux marchés maghrébins et africains, afin de devenir une référence régionale dans le domaine des marketplaces industrielles B2B.

Au-delà des résultats obtenus, ce projet nous a permis de développer de nombreuses compétences en entrepreneuriat, en gestion de projet, en marketing, en analyse stratégique et en innovation. Il nous a également appris l'importance de l'écoute du marché, de l'adaptation aux besoins des utilisateurs et de la persévérance face aux difficultés rencontrées.

Enfin, nous tenons à adresser nos sincères remerciements à nos encadreurs, à nos enseignants, à nos familles ainsi qu'à toutes les personnes qui nous ont accompagnés et soutenus tout au long de cette aventure. Leurs conseils, leur confiance et leurs encouragements ont largement contribué à la réalisation de ce projet.

Aujourd'hui, MachiNet n'est plus seulement une idée ou un projet académique : c'est une vision ambitieuse qui aspire à contribuer à la modernisation du secteur industriel algérien. Convaincus que la transformation numérique constitue un levier essentiel de développement économique, nous espérons que MachiNet pourra, à terme, devenir un acteur de référence dans la construction d'un écosystème industriel plus performant, plus transparent et davantage connecté aux opportunités du futur.

**L'avenir de l'industrie algérienne se construit dès aujourd'hui, et MachiNet aspire à devenir un acteur de référence dans sa modernisation et son développement durable.**

## Annexes

### Annexe 1 : Note du Centre National du Registre de Commerce (CNRC) relative à l'inscription des activités START-UP au Registre de Commerce

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
Ministère du Commerce  
Centre National du Registre de Commerce  
المركز الوطني للسجل التجاري

Le Directeur Général

المدير العام

تاريخ: 2019/10/24  
الجزائر - في:

مذكرة إلى  
السيدات والسادة مأموري  
الفروع المعنية للمركز الوطني للسجل التجاري

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

تتبعاً للترسالية المسندة عن السيد الأمين العام لوزارة التجارة تحت رقم 1742 المؤرخة في 2019/10/24 أهدكم علماً أن المؤسسات الناشئة START UP الناشئة في ميادين التقنيات الحديثة للإعلام و الاتصال، تندرج كلها في المفهوم الشامل للمستثمر الأولي (primo-investisseur) وبالتالي فهي معفاة من تقديم المبرر المتعلق بحيازة المحل 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 القامة الممثل القانوني للشركة، بالنسبة للأشخاص المعنويين.

هذه النشاطات تتمثل فيما يلي:

- مكتب الدراسات والاستشارة في الإعلام الآلي (كوسولتينج (607.001).
- تركيب الشبكات و معالجة المعطيات (607.002).
- مؤسسة الهندسة في الإعلام الآلي الصناعي و الإنتاجي (607.019).
- إنشاء و استغلال خدمات توفير النفاذ إلى الأنترنت (607.025).
- إنشاء و استغلال خدمات تحويل الصوت عبر الأنترنت (607.065).
- برمجة أنظمة الإعلام الآلي (607.069).
- تركيب، صيانة و تصليح التجهيزات و البرامج المعلوماتية للترميز (613.233).

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

أولي اهتماماً بالغاً، للتطبيق الصارم لهذه المذكرة.

المدير العام

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
المركز الوطني للسجل التجاري

رقم 24 السيد، المحمدية الجزائر - ص.ب 18 برج الكيفان - الرمز البريدي  
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

## Annexe 2 : Nomenclature des Activités Economiques Soumises a l'inscription au Registre du Commerce



République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère du Commerce Intérieur et de la Régulation du  
Marché National  
Centre National Du Registre Du Commerce

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التجارة الداخلية و ضبط السوق الوطنية  
المركز الوطني للسجل التجاري



### Nomenclature des Activités Economiques Soumises a l'Inscription au Registre du Commerce

**Code:** 607002

**Libelle:** Installation de réseaux et traitement de données

**Contenue:**

- Installation de réseaux informatiques;
- Traitement de données pour les tiers, saisie de données, conversion de fichiers, etc...;

**Accessoires:**

- Mise à disposition de matériels et fournitures à la clientèle.
- Vente au détail de consommable et fourniture à la clientèle.

### Annexe 3: Business Model Canvas (BMC) de MachiNet



Source : Équipe de MachiNet

# Formulaire d'enquête visant à analyser la faisabilité et l'acceptabilité d'une plateforme B2B regroupant des machines industrielles

Dans le cadre de notre projet de fin d'études en Master 2, et conformément au décret ministériel 1275, nous menons cette enquête afin d'analyser l'intérêt du marché pour une nouvelle plateforme digitale dédiée au regroupement des machines industrielles dans différents secteurs d'activité.

Durée : 3-4 minutes

Réponses anonymes usage académique uniquement

---

\* Indique une question obligatoire

1. Adresse e-mail \*

---

## Profil du répondant

2. Type de structure : \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Grande Entreprise
- ☐ PME
- ☐ Auto-entrepreneur
- ☐ Atelier
- ☐ Autre :

---

3. Secteur d'activité : \*

---

4. Votre fonction : \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Dirigeant / Gérant
- ☐ Responsable technique
- ☐ Responsable achats
- ☐ Autre :

5. À quelle fréquence investissez-vous dans de nouvelles machines ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Plusieurs fois par an
- ☐ Une fois par an
- ☐ Tous les 2–3 ans
- ☐ Plus 3 ans
- ☐ Rarement

6. **Rencontrerez- vous des difficultés pour trouver des machines industrielles adaptés ?** \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Parfois

7. Quel est votre principal canal d'achat ? \*

*Plusieurs réponses possibles.*

- ☐ Fournisseurs locaux
- ☐ Importateurs
- ☐ Achat direct à l'étranger
- ☐ Réseaux informels
- ☐ Internet / plateformes en ligne

8. **Trouvez-vous facilement des informations techniques complètes en ligne ? \***

*Une seule réponse possible.*

|               |                                                                  |                       |                       |                       |                       |                 |
|---------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
|               | 1                                                                | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |                 |
|               | <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 0;"/> |                       |                       |                       |                       |                 |
|               | <input type="radio"/>                                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |                 |
| Difficilement | <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 0;"/> |                       |                       |                       |                       | Très facilement |

9. Quelles sont les principales difficultés rencontrées ? \*

*Plusieurs réponses possibles.*

- ☐ Manque d'informations techniques claires
- ☐ Difficulté à comparer les offres
- ☐ Manque de transparence des prix
- ☐ Délais longs
- ☐ Manque de confiance
- ☐ Problèmes de service après-vente
- ☐ Difficulté à trouver un fournisseur fiable

Autre :

---

10. Quels critères influencent le plus votre décision d'achat ? \*

*Plusieurs réponses possibles.*

- ☐ Prix
- ☐ Qualité
- ☐ Garantie
- ☐ Service après-vente
- ☐ Disponibilité des pièces
- ☐ Délai de livraison
- ☐ Réputation du fournisseur
- ☐ Accompagnement technique

11. Combien de fournisseurs consultez-vous avant de prendre une décision ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ 1
- ☐ 3-4
- ☐ +4

12. Seriez-vous prêt à utiliser cette plateforme régulièrement ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

Peut être

13. Seriez-vous intéressé par une plateforme qui permettrait : \*

*Plusieurs réponses possibles.*

- ☐ Comparaison des fournisseurs en un seul endroit
- ☐ Accès aux fiches techniques détaillées
- ☐ Consultation avec un expert avant achat
- ☐ Avis et évaluations clients
- ☐ Demande de devis en ligne
- ☐ Paiement sécurisé
- ☐ Suivi de commande
- ☐ Leasing

14. Si une telle plateforme existait, seriez-vous prêt(e) à l'utiliser ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Oui certainement
- ☐ Probablement
- ☐ Peut-être
- ☐ Non

15. Seriez- vous prêt (e) à payer pour accéder à des services principaux ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

16. Pensez –vous que ce projet soit ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Très utile
- ☐ Utile
- ☐ Peu utile
- ☐ Inutile

17. **Recommanderiez – vous cette plateforme à d'autres professionnels ? \***

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

18. Qu'est-ce qui rendrait l'achat de machines plus simple pour vous ? \*

---



---



---

---

---

---

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

**Google** Forms

**Source :** Équipe de MachiNet

## Annexe 5 : Questionnaire destiné aux fournisseurs de machines industrielles

Diagnostic du marché des fournisseurs de machines industrielles

### Diagnostic du marché des fournisseurs de machines industrielles

Dans le cadre d'une étude sur la digitalisation du secteur industriel en Algérie, nous menons ce questionnaire destiné aux importateurs, distributeurs et fournisseurs de machines industrielles.

L'objectif est de mieux comprendre vos pratiques actuelles, les défis rencontrés, ainsi que vos besoins en matière de visibilité, de gestion des demandes clients et de diffusion de vos catalogues.

Ce questionnaire est entièrement anonyme et ne vous prendra que 2 à 3 minutes.

Les informations collectées seront utilisées uniquement à des fins d'analyse globale du marché.

Nous vous remercions sincèrement pour le temps que vous nous accordez

### Industrial Machinery Suppliers Market Assessment

As part of a study on the digitalization of the industrial sector in Algeria, we are conducting this survey targeting importers, distributors, and suppliers of industrial machinery.

The objective is to better understand your current practices, the challenges you face, and your needs in terms of visibility, customer request management, and catalog distribution.

This survey is fully anonymous and will only take 2–3 minutes to complete.

The information collected will be used solely for general market analysis purposes.

We sincerely appreciate your time and valuable contribution.

---

*\* Indique une question obligatoire*

Language selection / Choix de la langue

1. **Please select your preferred language:**

**Veillez choisir votre langue préférée : \***

*Une seule réponse possible.*

☐ English

☐ Français

Version française

2. **Nom de l'entreprise \***

---

3. **Dans quels secteurs vendez-vous principalement vos machines ? \***

*Plusieurs réponses possibles.*

☐ Restaurants / restauration rapide / cafés

☐ Agroalimentaire

☐ Agriculture

☐ Construction / BTP

☐ Textile

☐ Emballage

☐ Boulangerie / pâtisserie

☐ Électronique

☐ Métallurgie

☐ Chimie / Pharmaceutique

☐ Papier et bois

☐ Impression Industrie automobile

☐ Autre :

☐

4. Quel canal vous apporte le plus de clients ? \*

*Une seule réponse possible.*

☐ Réseaux sociaux

☐ Bouche-à-oreille

☐ Site web

☐ Foires

5. Combien de machines vendez-vous en moyenne par mois ? \*

*Une seule réponse possible.*

☐ 1 – 5

☐ 5 – 20

☐ Plus de 20

6. Quel est le prix moyen des machines que vous vendez ? \*

*Une seule réponse possible.*

☐ Moins de 100 000 DA

☐ 100 000 – 500 000 DA

☐ 500 000 – 1 000 000 DA

☐ Plus de 1 000 000 DA

7. Quels sont les principaux problèmes que vous rencontrez dans votre activité ? \*

*Plusieurs réponses possibles.*

- ☐ Difficulté à trouver des clients
- ☐ Difficulté à présenter les spécifications techniques
- ☐ Absence de plateforme spécialisée pour les machines industrielles
- ☐ Manque de visibilité Autre :

☐ \_\_\_\_\_

8. Pensez-vous avoir besoin d'une plateforme dédiée aux machines industrielles ? \*

*Une seule réponse possible.*

☐ Oui

☐ Non

9. Si une plateforme pouvait vous apporter plus de clients, l'utiliseriez-vous ? \*

*Une seule réponse possible.*

☐ Oui

☐ Non

10. Si oui, quelles fonctionnalités seraient les plus utiles pour vous ? \*

*Une seule réponse possible.*

☐ Publication de photos et vidéos

☐ Présentation détaillée des spécifications techniques

☐ Messagerie directe avec les clients

☐ Avis et notes des clients

☐ Annonces sponsorisées pour plus de visibilité

11. Quels avantages attendez-vous d'une telle plateforme ? \*

*Plusieurs réponses possibles.*

☐ Plus de clients

☐ Meilleure visibilité de mes machines

☐ Gain de temps dans le processus de vente Suivi plus facile des ventes et des contacts clients

☐ Autre :

☐ \_\_\_\_\_

12. Seriez-vous prêt(e) à payer un abonnement mensuel pour améliorer votre visibilité sur la plateforme ? \*

*Une seule réponse possible.*

☐ Oui

☐ Non

13. Quel montant seriez-vous prêt à payer mensuellement pour plus de visibilité ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Moins de 5 000 DA
- ☐ 5 000 – 10 000 DA
- ☐ 10 000 – 20 000 DA
- ☐ Plus de 20 000 DA

14. Seriez-vous prêt(e) à payer une commission uniquement lorsqu'une vente est réalisée via la plateforme ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

15. Quel pourcentage de commission vous semble acceptable ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Moins de 3%
- ☐ 3% – 5%
- ☐ 5% – 10%
- ☐ Plus de 10%

16. Comment évaluez-vous l'idée d'une plateforme regroupant toutes les **machines industrielles** ? \*

*Une seule réponse possible.*

1    2    3    4    5

Peu utile ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Excellente

17. Souhaitez-vous être informé(e) lors du lancement de la version test ? \*

*Une seule réponse possible.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

18. Avez-vous des remarques ou suggestions supplémentaires à formuler ? \*

---

---

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

**Google** Forms

Source : Équipe de MachiNet

# Bibliographie

## Ouvrages:

- Aguilar, F. J. (1967). *Scanning the Business Environment*. (Macmillan, Éd.)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (Pearson, Éd.)
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation*. (Pearson, Éd.)
- Mouton, & Rousseau. (2018). *Techniques de vente et négociation commerciale* (éd. 3e édition). Paris: Dunod.
- OCDE, & Eurostat. (2018). *Manuel d'Oslo : Lignes directrices pour le recueil, la communication et l'utilisation des données sur l'innovation*. Paris.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. (J. W. Sons, Éd.) Hoboken, NJ.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. (F. Press, Éd.)

## Articles scientifiques

- Ma, M. (2025). *Impacts and Responses of Global Industrial Chain Restructuring: Changing Roles of Developed and Developing Countries*. *Highlights in Business, Economics and Management*, 59, 52-57.

## Rapports, études de marché et sources statistiques

- Algeria Invest. (2025). *Importations et exportations en 2024 : l'ONS dévoile ses chiffres*. Avril 2025.
- Global Market Insights Inc. (2026). *Industrial Machinery Market Size, Share Report, 2026-2035*.
- Mordor Intelligence. (2026). *Industrial Machinery Market Size, Share Analysis & Growth Forecasts Report, 2026-2031*.
- Observ'Algérie. (2025). *Algérie : exportations en baisse, importations en forte hausse au premier semestre 2025*. Données de l'Office National des Statistiques (ONS), novembre 2025.
- Office National des Statistiques (ONS). (2025). *Commerce extérieur de l'Algérie 2024*. Rapport cité par *Echos Plus* et *La Nouvelle République Algérie*, avril 2025.
- Research Nester. (2026). *Industrial Machinery Market Size, Share & Forecast Report, 2026-2035*.

## Document de cours :

- Brahimi, A. (2023-2024). Cours sur la Loi 04-08 [Cours destinés aux étudiants de quatrième année, spécialité management financière]. Département du second cycle, École Supérieure de Management, Tlemcen.

## Décisions, lois et décrets :

- Décret exécutif n° 97-41 du 9 Ramadan 1417 correspondant au 18 janvier 1997. Journal officiel de la République algérienne, n° 5, 19 janvier 1997.
- Décret exécutif n° 00-307 du 14 octobre 2000. Journal officiel de la République algérienne.
- Loi n° 04-08 du 27 Djoumada Ethania 1425 correspondant au 14 août 2004 [relative à la réglementation de l'activité commerciale]. Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 18 août 2004.
- 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.
- Décret exécutif n° 15-249 du 15 Dhou al-Hijah 1436 correspondant au 29 septembre 2015. Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 30 septembre 2015.
- Loi n° 18-05 du 10 mai 2018 relative au commerce électronique. Journal officiel de la République algérienne.

#### **Sites web et bases de données professionnelles**

- Kompass. *Solution Kompass Data Services*. Disponible sur : <http://fr.kompass.com>

## Résumé

**MachiNet** est une plateforme digitale B2B innovante dédiée aux machines industrielles en Algérie. Elle met en relation les fournisseurs, les acheteurs, les consultants et les techniciens au sein d'un écosystème unique. La plateforme permet de rechercher, comparer et acquérir des équipements industriels tout en bénéficiant d'un accompagnement technique et d'un support humain spécialisé. Grâce à l'intégration de l'intelligence artificielle, à la vérification des acteurs et à des outils de gestion avancés, MachiNet vise à digitaliser, structurer et moderniser le marché des machines industrielles en Algérie.

## Summary

**MachiNet** is an innovative B2B digital platform dedicated to industrial machinery in Algeria. It connects suppliers, buyers, consultants, and technicians within a single ecosystem. The platform enables users to search, compare, and purchase industrial equipment while benefiting from technical guidance and specialized human support. By integrating artificial intelligence, verified stakeholders, and advanced management tools, MachiNet aims to digitalize, structure, and modernize the industrial machinery market in Algeria.

## الملخص

هي منصة رقمية مبتكرة موجهة لقطاع الآلات والمعدات الصناعية في الجزائر، تجمع بين الموردين والمشتريين والخبراء والتقنيين ضمن منظومة رقمية موحدة. تُمكن المنصة المستخدمين من البحث عن المعدات الصناعية ومقارنتها والتواصل المباشر مع الموردين، مع الاستفادة من المراقبة التقنية والدعم البشري المتخصص. وبفضل اعتمادها على تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتحقق من المستخدمين، وأدوات الإدارة المتطورة، تسعى إلى رقمنة وتنظيم وتطوير سوق الآلات الصناعية في الجزائر وتحسين تجربة الشراء والبيع للمؤسسات الصناعية

# Table des matières

|                                                                      |             |
|----------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Remerciements.....</b>                                            | <b>I</b>    |
| <b>Dédicace.....</b>                                                 | <b>II</b>   |
| <b>Sommaire .....</b>                                                | <b>V</b>    |
| <b>Liste des figures .....</b>                                       | <b>VI</b>   |
| <b>Liste des tableaux .....</b>                                      | <b>VII</b>  |
| <b>Liste des abréviations.....</b>                                   | <b>VIII</b> |
| <b>Introduction générale.....</b>                                    | <b>1</b>    |
| <b>1 CHAPITRE 1 : Présentation du projet .....</b>                   | <b>4</b>    |
| 1.1 L'idée du projet .....                                           | 5           |
| 1.1.1 Le Golden Circle de Simon Sinek .....                          | 6           |
| 1.2 Les valeurs proposées .....                                      | 7           |
| 1.2.1 Value Proposition Canvas (Théorique).....                      | 8           |
| 1.2.2 Value Proposition Canvas appliquée sur MachiNet.....           | 9           |
| 1.2.2.1 Profil Client de MachiNet (Customers Profiles).....          | 9           |
| 1.2.2.2 Carte de Valeur : Ce que MachiNet apporte aux acheteurs..... | 11          |
| 1.3 Les membres de l'équipe .....                                    | 13          |
| 1.4 Objectifs du projet.....                                         | 22          |
| 1.4.1 Objectifs à court terme .....                                  | 22          |
| 1.4.2 Objectif à moyen terme .....                                   | 22          |
| 1.4.3 Objectif à long terme .....                                    | 23          |
| 1.5 Chronogramme du projet .....                                     | 23          |
| 1.6 Aspect juridique .....                                           | 27          |
| <b>Personnes physiques.....</b>                                      | <b>34</b>   |
| <b>Personnes morales : .....</b>                                     | <b>34</b>   |
| <b>2 CHAPITRE 2 : Les aspects innovants.....</b>                     | <b>36</b>   |
| 2.1 La nature de l'innovation .....                                  | 37          |
| 2.1.1 La matrice d'innovation (Explication théorique) .....          | 37          |
| 2.1.2 La matrice d'innovation de MachiNet .....                      | 38          |
| 2.2 Domaines de l'innovation .....                                   | 40          |
| 2.2.1 Innovation technologique .....                                 | 41          |
| 2.2.2 Nom du projet.....                                             | 42          |
| 2.2.3 Pourquoi MachiNet ?.....                                       | 43          |
| 2.2.4 Choix du logo .....                                            | 44          |
| 2.2.5 Logotype.....                                                  | 45          |
| 2.2.6 Les fonctionnalités de la plateforme.....                      | 47          |
| 2.3 Impact de l'innovation sur le marché B2B des machines .....      | 50          |

|          |                                                                        |           |
|----------|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.1    | Impact sur les acheteurs.....                                          | 50        |
| 2.3.2    | Impact sur les fournisseurs .....                                      | 50        |
| 2.3.3    | Impact sur l'écosystème industriel algérien .....                      | 51        |
| <b>3</b> | <b>CHAPITRE 3 : L'analyse stratégique du marché .....</b>              | <b>52</b> |
| 3.1      | Business Model Canvas (BMC).....                                       | 53        |
| 3.1.1    | Proposition de valeur .....                                            | 53        |
| 3.1.2    | Segments de clientèle .....                                            | 56        |
| 3.1.3    | Canaux de distribution.....                                            | 56        |
| 3.1.4    | Relations clients.....                                                 | 57        |
| 3.1.5    | Flux de revenus.....                                                   | 59        |
| 3.1.6    | Ressources clés .....                                                  | 60        |
| 3.1.7    | Activités clés.....                                                    | 60        |
| 3.1.8    | Partenaires clés .....                                                 | 60        |
| 3.1.9    | Structure des coûts.....                                               | 61        |
| 3.2      | Analyse PESTEL .....                                                   | 62        |
| 3.2.1    | Facteurs politiques.....                                               | 62        |
| 3.2.2    | Facteurs économiques.....                                              | 63        |
| 3.2.3    | Facteurs socioculturels .....                                          | 64        |
| 3.2.4    | Facteurs technologiques .....                                          | 64        |
| 3.2.5    | Facteurs environnementaux.....                                         | 65        |
| 3.2.6    | Facteurs légaux .....                                                  | 65        |
| 3.3      | L'analyse SWOT .....                                                   | 66        |
| 3.3.1    | Forces (Strengths).....                                                | 67        |
| 3.3.2    | Faiblesses (Weaknesses).....                                           | 68        |
| 3.3.3    | Opportunités (Opportunities).....                                      | 69        |
| 3.3.4    | Menaces (Threats) .....                                                | 69        |
| 3.4      | Analyse des 5 + 1 forces de Porter.....                                | 71        |
| 3.4.1    | Rivalité entre les concurrents existants.....                          | 71        |
| 3.4.2    | Menace des nouveaux entrants .....                                     | 72        |
| 3.4.3    | Pouvoir de négociation des fournisseurs .....                          | 72        |
| 3.4.4    | Pouvoir de négociation des clients .....                               | 73        |
| 3.4.5    | Menace des produits ou services de substitution.....                   | 73        |
| 3.4.6    | Influence des pouvoirs publics et des contraintes réglementaires ..... | 74        |
| 3.5      | L'étude de marché et l'analyse concurrentielle.....                    | 74        |
| 3.5.1    | L'étude de marché.....                                                 | 74        |
| 3.5.1.1  | Problématique du marché.....                                           | 75        |
| 3.5.1.2  | Méthodologie de l'étude.....                                           | 75        |
| 3.5.1.3  | Résultats du questionnaire acheteurs.....                              | 76        |

|          |                                                                   |            |
|----------|-------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.5.1.4  | Résultats du questionnaire fournisseurs.....                      | 80         |
| 3.5.1.5  | Synthèse de l'étude de marché.....                                | 83         |
| 3.5.2    | L'analyse concurrentielle.....                                    | 83         |
| 3.5.2.1  | Concurrents directs .....                                         | 83         |
| 3.5.2.2  | Concurrents indirects .....                                       | 86         |
| 3.5.2.3  | Avantages Concurrentiels Stratégiques de MachiNet.....            | 87         |
| 3.6      | La stratégie marketing adéquate : .....                           | 88         |
| 3.6.1    | Démarche marketing adoptée par MachiNet : .....                   | 90         |
| 3.6.1.1  | Analyse du marché : .....                                         | 90         |
| 3.6.1.2  | Étude de la concurrence : .....                                   | 90         |
| 3.6.1.3  | Identification des besoins clients .....                          | 90         |
| 3.6.1.4  | Définition de l'offre .....                                       | 90         |
| 3.6.1.5  | Stratégie de communication .....                                  | 90         |
| 3.6.1.6  | Lancement et amélioration continue .....                          | 91         |
| 3.6.2    | Modèle SCP.....                                                   | 91         |
| 3.6.2.1  | Segmentation .....                                                | 91         |
| 3.6.2.2  | Ciblage .....                                                     | 91         |
| 3.6.2.3  | Positionnement .....                                              | 92         |
| 3.6.3    | Définition d'un domaine d'activité stratégique (DAS) : .....      | 92         |
| 3.6.4    | Le e-marketing mix étendu de MachiNet : 4P + 2P + 2C + 3S .....   | 93         |
| 3.6.4.1  | Produit (Valeur numérique) .....                                  | 94         |
| 3.6.4.2  | Prix (Tarification) .....                                         | 95         |
| 3.6.4.3  | Place (Distribution).....                                         | 96         |
| 3.6.4.4  | Promotion.....                                                    | 97         |
| 3.6.4.5  | Personnalisation .....                                            | 98         |
| 3.6.4.6  | Privacy (Confidentialité) .....                                   | 98         |
| 3.6.4.7  | Customer Service (Service Client) .....                           | 99         |
| 3.6.4.8  | Community (Communauté) .....                                      | 101        |
| 3.6.4.9  | Site .....                                                        | 102        |
| 3.6.4.10 | Security (Sécurité) .....                                         | 105        |
| 3.6.4.11 | Sales Promotion (Promotion des ventes).....                       | 105        |
| <b>4</b> | <b>CHAPITRE 4 : Plan de développement et d'organisation .....</b> | <b>107</b> |
| 4.1      | Processus de servuction .....                                     | 108        |
| 4.2      | L'Approvisionnement .....                                         | 108        |

|          |                                                        |            |
|----------|--------------------------------------------------------|------------|
| 4.3      | La Main-d'œuvre .....                                  | 109        |
| 4.4      | Les Partenaires .....                                  | 109        |
| <b>5</b> | <b>CHAPITRE 5 : Plan Financier .....</b>               | <b>111</b> |
| 5.1      | Les hypothèses & la tarification : .....               | 113        |
| 5.2      | Le chiffre d'affaires prévisionnel : .....             | 114        |
| 5.3      | Les coûts et les charges : .....                       | 115        |
| 5.4      | Les comptes de résultats escomptés (TCR) : .....       | 118        |
| 5.5      | Le bilan prévisionnel.....                             | 119        |
| <b>6</b> | <b>CHAPITRE 6 : Le prototype expérimental .....</b>    | <b>122</b> |
| 6.1      | Page d'accueil : .....                                 | 122        |
| 6.2      | Les trois profils d'accès : .....                      | 123        |
| 6.3      | Tarifs vendeurs : .....                                | 123        |
| 6.4      | Catalogue machines et comparateur : .....              | 124        |
| 6.5      | MachiBot IA industrielle intégrée : .....              | 125        |
| 6.6      | Services experts : .....                               | 126        |
| 6.7      | Marché des machines industrielles (prix réels) : ..... | 127        |
| 6.8      | Dashboard vendeur : .....                              | 128        |
| 6.10     | Dashboard expert : .....                               | 129        |
|          | <b>Conclusion générale .....</b>                       | <b>130</b> |
|          | <b>Annexes .....</b>                                   | <b>132</b> |
|          | <b>Bibliographie.....</b>                              | <b>144</b> |
|          | <b>Résumé .....</b>                                    | <b>146</b> |