

L'ENTREPRENEURIAT DIGITAL EN ALGÉRIE ENTRE DEFIS, OBSTACLES ET PERSPECTIVES DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN ALGERIA BETWEEN CHALLENGES, OBSTACLES AND PROSPECTS

Amina STITI¹

Laboratoire PERMANAN, École des Hautes études commerciales EHEC-
Koléa (Algérie)
aminastiti1@gmail.com

<i>Date de Réception :</i> 04 /11/2024	<i>Date d'acceptation :</i> 27/11/ 2024	<i>Date de Publication</i> 27/06/2025
---	--	--

Abstract: Digital entrepreneurship, at the intersection of digital technologies and the entrepreneurial spirit, explores and exploits new business opportunities by leveraging digital innovations to accelerate business transformation. In the face of these changes, it is essential to identify the specific challenges that the founders of these companies confront. This article aims to clarify the notion of digital entrepreneurship, and to present the determinants of digital entrepreneurship (DE). It also addresses the main obstacles encountered by digital entrepreneurs in the creation, operation, and development phases of their digital startups. The results highlight in particular difficulties related to financing, bureaucracy, and access to qualified skills.

Keywords : Digital Entrepreneurship, digital entrepreneur, digital technologies, opportunity, challenges.

JEL Classification Codes: L26.

Résumé : L'entrepreneuriat digital, à l'intersection des technologies numériques et de l'esprit entrepreneurial, explore et exploite de nouvelles opportunités commerciales en s'appuyant sur les innovations numériques pour accélérer la transformation des entreprises. Face à ces changements il est essentiel d'identifier les défis spécifiques auxquels les fondateurs de ces

¹ Auteur correspondant

entreprises sont confrontés. Cet article vise à clarifier la notion de l'entrepreneuriat digital et à présenter les déterminants de l'entrepreneuriat digital (ED). Il aborde également les principaux obstacles que rencontre l'entrepreneur digital dans les phases de création, d'exploitation, et de développement de leurs startups digitales. Les résultats soulignent notamment des difficultés liées au financement, à la bureaucratie et l'accès aux compétences qualifiées.

Mots clés : Entrepreneuriat digital, entrepreneur digital, technologies numériques, opportunités, défis.

Code de classification Jel : L26.

1- Introduction :

De nos jours, l'entrepreneuriat est un domaine académique à part entière, influencé par plusieurs disciplines, et confronté à des problématiques nouvelles dues aux technologies de l'information et de la communication (TIC). L'émergence de ces TIC a bouleversé l'entrepreneuriat en introduisant des innovations radicales telles que l'analyse des big data et l'adoption des infrastructures numériques. Le taux de numérisation, en constante augmentation, reflète cette dynamique globale et souligne la nécessité de se préparer aux changements constants et aux risques imprévus. Dans ce contexte, l'entrepreneur, véritable moteur de la transformation numérique, doit s'adapter à cette ère numérique en intégrant ces technologies dans sa stratégie et son développement. L'entrepreneuriat digital devient alors un processus dynamique, reposant sur l'utilisation des nouvelles technologies pour saisir des opportunités et créer de la valeur ajoutée. L'adoption de cette approche permet non seulement d'accélérer la transformation des entreprises, mais aussi de générer des compétences individuelles et collectives au fil du parcours entrepreneurial. Cet article vise à améliorer la compréhension du concept de l'entrepreneuriat digital et à répondre à la problématique suivante : **Quels sont les obstacles rencontrés par les entrepreneurs durant la phase de création, d'exploitation et du développement de leurs startups ?**

2- Revue de la littérature : L'entrepreneuriat digital est l'évolution de la définition classique de l'entrepreneuriat, en intégrant un

ensemble de participants en constant mouvement dans un environnement marqué par le numérique.

2-1. L'émergence de l'entrepreneuriat digital :

L'entrepreneuriat digital peut être défini comme, un processus d'ouverture de nouvelles entreprises via Internet et la technologie (Davidson et Vaast, 2010, p.8 ; Ngoasong, 2018). Il est similaire à l'entrepreneuriat traditionnel en ce qui concerne la recherche d'opportunités entrepreneuriales en créant de nouvelles entreprises ou en commercialisant des produits et services (Davidson et Vaast, 2010).

Pour Hul et al, l'entrepreneuriat numérique se divise en trois catégories. La première, l'entrepreneuriat numérique faible, qui consiste à intégrer des activités dans l'économie numérique tout en s'appuyant sur des établissements plus traditionnels. La deuxième catégorie, appelée entrepreneuriat numérique modéré, se concentre davantage sur les produits numériques, la distribution numérique et d'autres éléments numériques de l'entreprise, qui ne pourraient exister sans une infrastructure numérique solide. Enfin, l'entrepreneuriat numérique extrême qui désigne un modèle où l'ensemble de l'entreprise est numérique, englobant la production, les produits ou services, la publicité, la distribution et les clients. D'après ces définitions, nous constatons que l'entrepreneuriat digital est un processus entrepreneurial qui intègre de manière extensive les technologies numériques pour créer, gérer et développer des entreprises. Ce type d'entrepreneuriat se distingue par son ancrage dans l'environnement numérique, que ce soit à travers des plateformes, des outils technologiques ou l'exploitation des données. Il englobe la création de nouvelles entreprises ainsi que la transformation des entreprises existantes, visant à générer de la valeur économique et sociale en exploitant les opportunités offertes par la numérisation.

2-2. L'évolution du concept de l'entrepreneuriat digital :

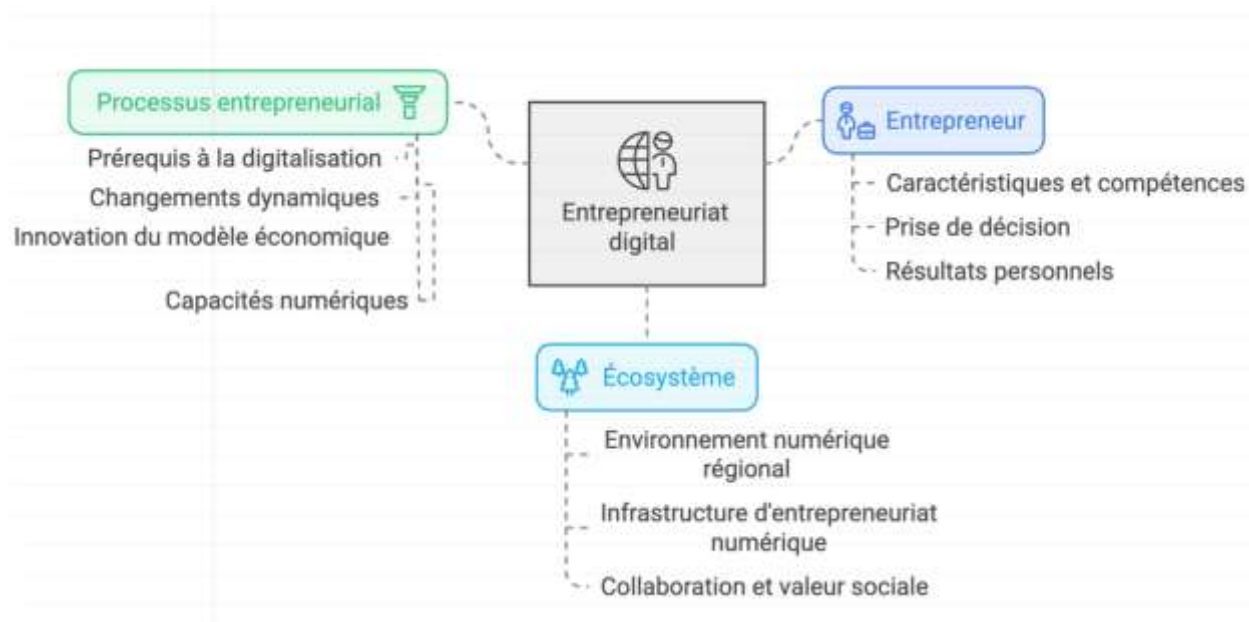
L'analyse du phénomène de l'entrepreneuriat dans un ordre chronologique bien déterminé met l'accent sur les différents changements de la définition du concept et son développement à travers le temps. L'évolution du concept de l'entrepreneuriat digital a été limitée en trois phases en raison du nombre important des documents analysés de la littérature qui a connu une croissance rapide durant les phases, qui a doublé dans la deuxième phase et qui a triplé durant la troisième.

La première phase (1993-2003) a été marquée par, le rôle fonctionnel d'Internet dans la création de la valeur de l'entreprise dans un environnement connu par une utilisation faible de la technologie avec un nombre réduit d'utilisateurs (Amit et Zott, 2001). Le contexte commercial est le plus évoqué comme indiqué par la vision de (Porter 2001), d'une stratégie pour l'internet basée sur sa théorie de la chaîne de valeur. Tandis, il n'y qu'une petite partie qui s'est dirigée vers l'internet entrepreneurial, qui est centré sur la digitalisation du contenu existant, le partage d'informations et la réalisation de transaction en ligne (Kollman et al. ; 2016). Dans la seconde phase (2004-2012), le terme e-entrepreneuriat émerge, par lequel les fondateurs conceptualisent un business model afin de digitaliser non seulement le contenu de l'entreprise, mais également les procédures afin de répondre aux besoins croissants des clients.

La nature du e-entrepreneuriat est « ce qu'est- ou peut être physique dans une organisation traditionnelle digitalisée » Hull et al. ; 2007). Finalement, la dernière phase (2013-2019) est marquée par un changement qui converge vers l'émergence de l'entrepreneuriat digital. Et par la transformation du business model dans un environnement omniprésent de connectivité et d'utilisation saturée d'internet

2-3. Les déterminants de l'entrepreneuriat digital :

Dans la recherche de Stalkina et Steiner 10 déterminants de l'entrepreneuriat digital ont été Identifiés en procédant par la méthode (PRISMA). Les auteurs ont classé les déterminants de l'entrepreneuriat digital en trois dimensions distinctes (l'entrepreneur, processus entrepreneurial et l'écosystème). La première dimension est liée au comportement, aux compétences, aux motivations, ainsi qu'aux résultats personnels et aux conséquences de l'activité entrepreneuriale. La deuxième dimension fait référence aux activités liées à la numérisation dans le processus de gestion organisationnelle, aux transformations au sein des activités stratégiques et opérationnelles, à la création de start-up numériques, etc. La troisième dimension concerne l'influence que les infrastructures et les institutions externes ont sur le développement de l'entrepreneuriat numérique.



Source : l'auteur

Figure N°1 : les déterminants de l'entrepreneuriat digital

3- Méthodologie de la recherche :

Durant l'enquête, nous avons opté pour une étude descriptive analytique d'ordre quantitatif par le biais d'un questionnaire distribué auprès d'un échantillon de 8 fondateurs de startups, et qualitatifs à travers des entretiens semi directifs avec 8 entrepreneurs. Dans une première partie, la méthode d'échantillonnage de convenance a été adoptée pour effectuer notre travail de recherche. Nous avons élaboré un trombinoscope de 40 startups en se dirigeant vers la foire de l'emploi et les organismes de soutien et d'accompagnement tels que ANVREDET, ANSEJ, l'incubateur de sidi Abdellah. La liste a été réduite à 15 startups après une mise en contact par différents moyens (téléphone et e-mail). Ensuite, par contrainte de disponibilité et de moyens, le nombre a été limité à 8 startups opérant dans de différents secteurs d'activité économique, tourisme ; e-commerce, VTS, programmation, gaming. La diminution de la taille de notre échantillon est justifiée par la redondance des données collectées au sein de l'échantillon initial ainsi que certaines startups n'ont pas répondu aux critères d'éligibilité de notre recherche.

D'autres, ont pu se retirer au cours de l'enquête pour des raisons liées à des difficultés interne. De plus, nous nous sommes proposés de récolter les données les plus pertinentes des startups les plus représentatives. De ce fait, nous avons interviewé à travers des entretiens semi-directifs huit fondateurs et co-fondateurs de startups, en utilisant des enregistrements vocaux et en prenant note afin de récolter le maximum d'information et de donner une marge de liberté aux entrepreneurs lors des entretiens

4- Résultats de la recherche :

Dans cette partie, nous allons présenter les principaux résultats obtenus lors de notre investigation.

4-1. Caractéristique démographique :

Selon l'enquête menée auprès des entrepreneurs interviewés, on note que la totalité sont des hommes, et que l'analyse de la variable âge nous a permis de constater que :

L'enquête auprès des entrepreneurs révèle une population exclusivement masculine, ce qui soulève des questions sur la diversité de genre dans l'écosystème entrepreneurial actuel. Concernant l'âge, l'analyse montre que **50% des répondants** appartiennent à la **génération Z**, souvent qualifiée de « digital natives ». Cette génération, ayant grandi avec les technologies numériques, semble particulièrement attirée par les opportunités offertes dans le secteur entrepreneurial, peut-être en raison de leur familiarité avec le digital.

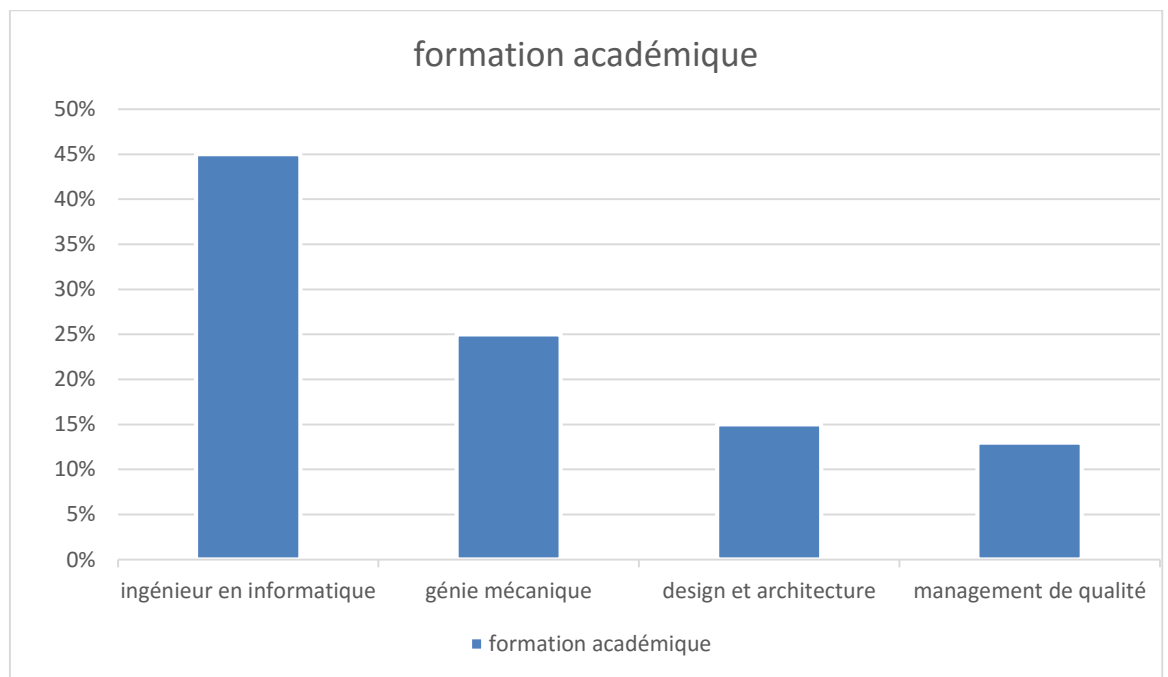
Par ailleurs, **25% des entrepreneurs** ont entre **30 et 35 ans** et font partie de la **génération Y** ou "millennials," une génération qui a accompagné les débuts de l'ère numérique et qui continue d'exploiter le potentiel des nouvelles technologies dans leurs entreprises. Enfin, **25% des entrepreneurs** ont plus de **40 ans**, également issus de la génération Y, ce qui témoigne de la durabilité de leur implication dans le domaine entrepreneurial et de leur capacité à s'adapter aux évolutions numériques.

Cette distribution souligne une large présence des générations Z et Y, ce qui est indicatif d'un dynamisme générationnel. Les digital natives apportent des compétences nouvelles, tandis que les millennials, dotés

d'expérience, jouent un rôle essentiel dans le développement du secteur entrepreneurial digital.

4-2. Niveau d'instruction :

L'analyse du niveau d'instruction des entrepreneurs interrogés montre une population hautement qualifiée, avec **100% des répondants** ayant suivi une formation universitaire. Cette forte proportion de diplômés du supérieur souligne l'importance de la formation académique dans le domaine de l'entrepreneuriat en Algérie.



Source : l'auteur

Figure N°2 : Répartition des entrepreneurs selon leur formation académique

Parmi les spécialités représentées :

- **45% des entrepreneurs** sont ingénieurs en informatique, ce qui reflète une affinité pour le secteur numérique et l'innovation

technologique. Ces compétences techniques sont essentielles pour répondre aux exigences croissantes du marché numérique.

- **25%** possèdent un diplôme en Génie mécanique, ce qui peut indiquer un intérêt pour des domaines tels que la fabrication numérique ou l'innovation technique appliquée.
- **15%** sont des architectes, apportant une expertise en design et en structuration, compétences potentiellement bénéfiques pour le développement d'infrastructures et de projets complexes.
- **15%** ont suivi une formation en Management de la qualité, une compétence clé pour assurer la satisfaction client et optimiser les processus entrepreneuriaux.

Cette diversité de formations suggère que l'entrepreneuriat attire des talents variés, combinant compétences techniques, créatives et managériales, et souligne également l'importance des connaissances interdisciplinaires pour relever les défis de l'entrepreneuriat numérique.

4-3 Formation avant la création de l'entreprise :

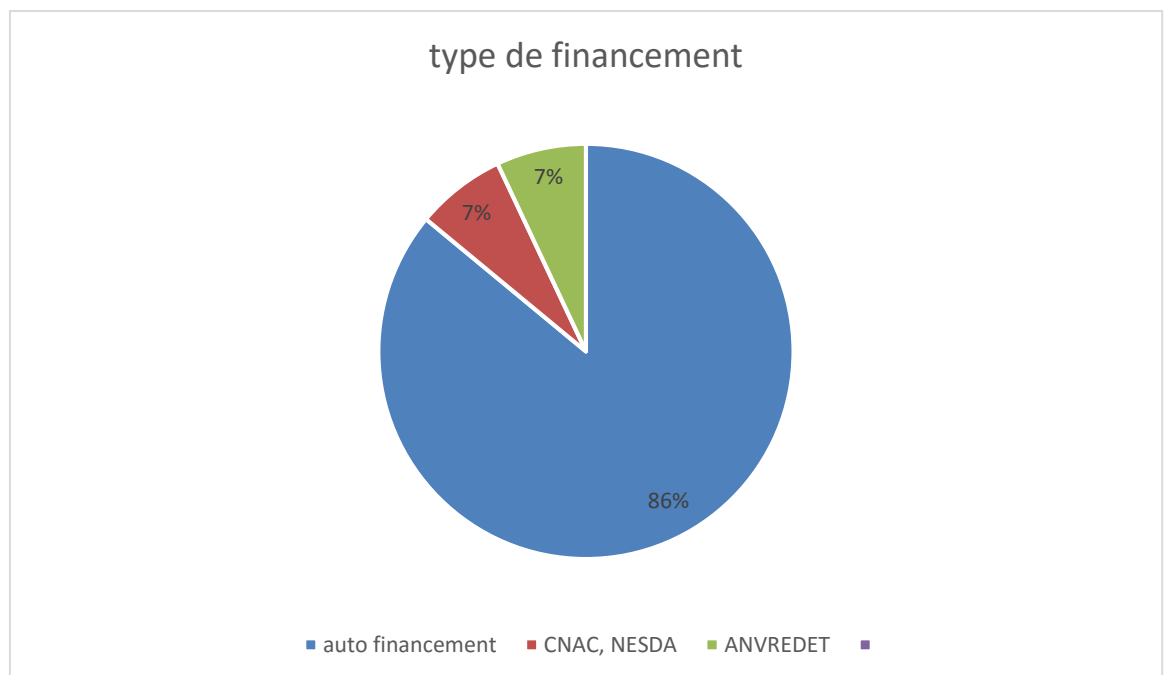
L'analyse de la formation préalable à la création d'entreprise montre que la majorité des entrepreneurs ont pris des initiatives pour se préparer à l'entrepreneuriat. En effet, **80% des entrepreneurs** interrogés ont suivi une formation spécifique avant de lancer leur entreprise. Cela met en évidence l'importance de la formation initiale pour acquérir les compétences nécessaires à la gestion d'une entreprise, surtout dans un environnement de plus en plus digitalisé et compétitif.

Cette démarche proactive indique également une prise de conscience de la complexité des défis entrepreneuriaux par l'entrepreneur digital en Algérie de la nécessité d'acquérir des connaissances variées, que ce soit en gestion, finance, marketing ou en compétences techniques spécifiques. Le pourcentage élevé de formation préalable énonce l'existence d'un écosystème de soutien entrepreneurial en Algérie et des divers programmes d'accompagnement et d'appui qui encouragent les futurs entrepreneurs à se former avant de se lancer, contribuant ainsi au développement de projets plus solides et mieux préparés.

4-4. Financement du départ :

L'analyse des sources de financement initial montre que **86%** des entrepreneurs ont démarré leur entreprise par **autofinancement**, suggérant une forte dépendance envers leurs propres ressources pour lancer leurs projets. Cette tendance peut témoigner de la volonté d'indépendance des entrepreneurs algériens. En plus de la difficulté d'accéder aux financements extérieurs pour les nouvelles entreprises.

7% des entrepreneurs ont eu recours au programme de financement **NESDA** et **CNAC**, qui cible les jeunes entrepreneurs en fournissant un soutien financier et logistique. Cette faible proportion pourrait indiquer des barrières administratives, un manque de sensibilisation ainsi que des conditions d'éligibilité restrictives qui limitent l'accès de nombreux entrepreneurs à ce type de programme. Enfin, **7%** des entrepreneurs ont été soutenus par l'**ANVREDET**, un programme de financement axé sur l'innovation et le développement technologique, souvent destiné aux entreprises à fort potentiel d'innovation. Bien que ce programme propose des avantages précieux, sa portée reste limitée au regard de la demande potentielle.

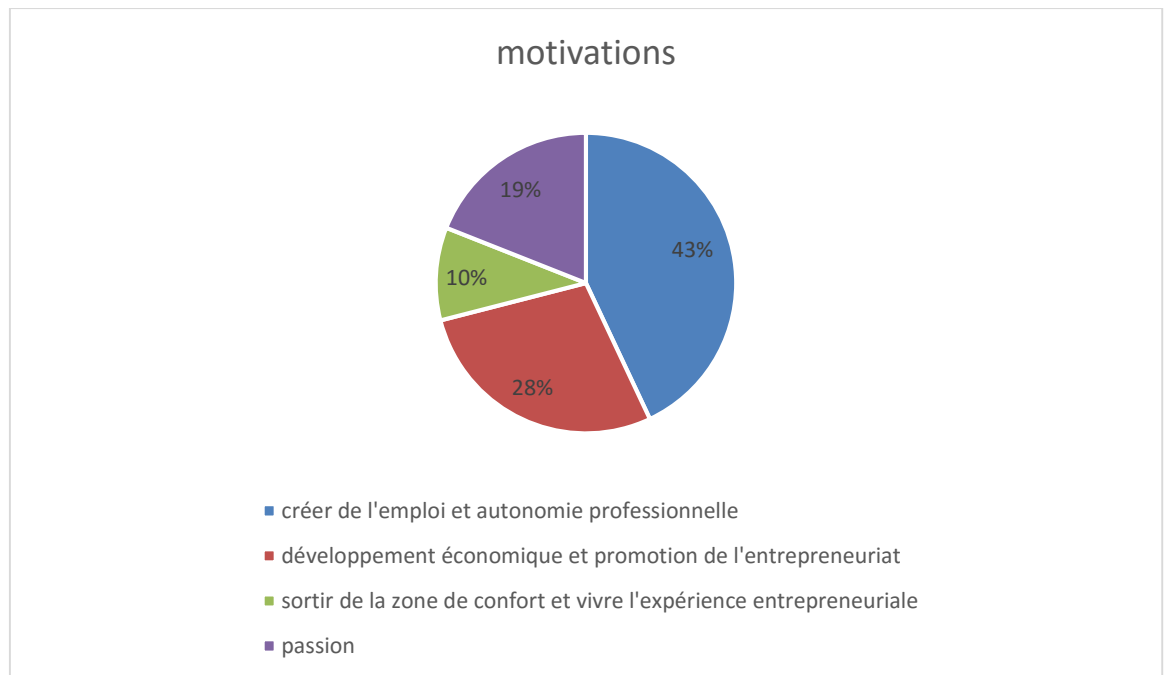


Source : l'auteur

FigureN°3 : Type et programme de financement

4-5. Motivations entrepreneuriales :

L'analyse des motivations entrepreneuriales révèle trois principales raisons qui poussent les entrepreneurs algériens à se lancer dans la création d'entreprise :



Source : l'auteur

Figure N° 4 : Répartition des entrepreneurs selon leurs motivations entrepreneuriales

- 1. Indépendance du salariat et autonomie professionnelle (43%)**
: une majorité relative des entrepreneurs souhaite se détacher des contraintes associées au salariat traditionnel pour atteindre une plus grande autonomie professionnelle. Cette motivation reflète un désir d'indépendance dans la prise de décisions, de flexibilité et de contrôle sur leur propre activité.

2. **Développement économique et promotion de l'entrepreneuriat en Algérie (28%)** : près de 29% des répondants souhaitent contribuer à la croissance économique du pays en promouvant l'entrepreneuriat. Cette motivation illustre une vision à long terme, avec une ambition de participer au développement socio-économique de l'Algérie en créant des emplois et en encourageant une culture entrepreneuriale locale.
3. **Sortir de la zone de confort et vivre l'expérience entrepreneuriale (10%)** : Le même pourcentage des entrepreneurs se lancent dans l'aventure pour expérimenter un nouveau mode de vie et relever des défis personnels. Ils voient l'entrepreneuriat comme une
4. **Vivre la passion du digital (9%)**
Ces motivations révèlent un profil d'entrepreneur digital marqué par le désir d'indépendance, d'impact socio-économique, et de développement personnel. Elles mettent en lumière des valeurs d'autonomie et d'innovation, ainsi qu'une forte volonté de transformation, tant au niveau individuel que national.

4-6 . Les défis et les obstacles de l'entrepreneuriat digital :

Le tableau suivant est un état récapitulatif des obstacles rencontrés par l'entrepreneur digital durant son aventure entrepreneurial ainsi que des suggestions d'amélioration.

Tableau N°1 : les défis rencontrés par l'entrepreneur digital algérien

Défis et obstacles	Témoignage de l'entrepreneur	Suggestion d'améliorations
1. Difficultés liées au financement	E7 « Le financement constitue un élément essentiel dans le développement de l'activité entrepreneuriale. Il est nécessaire de disposer de ressources pour l'acquisition ou la location de serveurs, le financement de publicités sur les réseaux sociaux, ainsi que la	- Mettre en place des mécanismes de financement plus flexibles, visant spécifiquement les start-ups prometteuses. - Encourager le financement par l'appui

	location d'un espace physique pour assurer la présence de l'entreprise. Bien que la startup soit de nature digitale, sa création reste onéreuse ». <i>E2</i> « Le financement représente le fondement du projet entrepreneurial, dans la mesure où l'autofinancement se révèle généralement insuffisant pour assurer la création d'une startup ».	publique et les canaux privés
2. Manque de formation spécialisée et manque de compétences digitales	<i>E5</i> : « Il devient de plus en plus complexe de recruter des talents possédant des compétences spécifiques ou de mobiliser une main-d'œuvre qualifiée, maîtrisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication, et capable de s'adapter aux évolutions rapides d'un marché du travail en constante mutation». <i>E1</i> : « L'absence de compétences telles que l'agilité, la flexibilité et l'adaptabilité peut indiquer que l'entrepreneur n'est pas éligible pour une éventuelle digitalisation »	- Comblar le déficit de compétences numériques grâce à des programmes éducatifs dans les universités et les écoles
3. Lourdeur et lenteur administrative	<i>E1</i> : « Les obstacles administratifs ralentissent considérablement la progression des projets entrepreneuriaux, entravant ainsi leur développement optimal. En Algérie, environ 3,5 milliards de dollars sont alloués chaque année pour traiter les complications liées aux formalités	- La digitalisation des procédures administratives - Faciliter les démarches et limiter les procédures - S'inscrire dans une politique de

	administratives. Une prise de conscience, au niveau des responsables administratifs, quant aux coûts financiers que chaque retard dans l'exécution des tâches impose au pays, pourrait favoriser une révision de ces pratiques et encourager une gestion plus efficace et proactive des processus». <i>E4</i> : « La bureaucratie exerce une forte emprise sur l'écosystème entrepreneurial en Algérie, limitant ainsi la capacité des entrepreneurs à se concentrer pleinement sur l'innovation. Pour un chercheur, la gestion des formalités administratives – comme la multiplication des factures pro forma pour l'acquisition de composants – devient une tâche chronophage qui ralentit considérablement le développement des projets. Cette lourdeur administrative est particulièrement préjudiciable dans le domaine de l'innovation, où la rapidité d'exécution est cruciale. Dans un environnement digital en perpétuelle évolution, une idée innovante peut perdre rapidement sa valeur si elle n'est pas mise en œuvre rapidement, devenant obsolète au rythme même de cette transformation digitale ».	partenariat-public-privé (ppp) - Évaluations feedback des demandes en cours de traitement - Former et mobiliser les agents publics
--	--	--

Source : l'auteur

5- Discussion des résultats :

L'analyse des données recueillies dans cette recherche montre que les entrepreneurs numériques en Algérie naviguent entre opportunités et défis dans leurs activités numériques, tout en adoptant des stratégies pour s'adapter à l'écosystème digital. Nous avons relevé plusieurs facteurs qui stimulent l'entrepreneuriat numérique. Les résultats indiquent que, malgré des obstacles conséquents, les entrepreneurs numériques en Algérie bénéficient également d'opportunités significatives. En effet les start-ups numériques ont des barrières d'entrée très faibles, des structures souples et des frontières poreuses, ainsi qu'une flexibilité de leurs produits ou services, qui évoluent constamment (Nambisan 2017). Elles bénéficient d'un accès au financement via des sources diversifiées comme le capital-risque et le financement participatif. Ces formes de financement permettent une interaction directe avec les clients et les investisseurs, ce qui enrichit le processus de création. Ces défis et opportunités, parfois propres aux entrepreneurs eux-mêmes, mais aussi liés aux responsabilités de l'État ou de la gouvernance, nécessitent une action concertée de l'ensemble des acteurs de l'écosystème entrepreneurial. L'analyse indique une multitude de défis dans toutes les dimensions institutionnelles, économique, technologiques dans les niveaux hiérarchiques suivant : entreprise et gouvernement. Un déficit de financement pour les startups en Algérie pèse lourdement sur ces jeunes entreprises dès leur création. En effet malgré l'existence de soutien public comme celui apportés par les organismes d'accompagnement et d'aides et de financement tel que, l'ANVREDET, CNAC, ANDE, ET l'ANGEM et la ASF créés récemment en collaboration avec le ministère des startups avec 6 banques publique, afin de financer les entreprises disposant du label Startup les entrepreneurs expriment quand même la nécessité d'un plus grand soutien financier. Ces appuis indispensables pourraient remédier aux insuffisances financières et aux dépenses particulièrement à la phase de création de la jeune pousse durant les premières années d'exploitation.

Par ailleurs, le manque de formation pertinente des jeunes, spécifiquement en entrepreneuriat numérique, s'avère souvent être un obstacle pour la numérisation et le développement de l'entreprise

digitale. Cette insuffisance en guise de formation spécialisée s'accompagne d'ailleurs d'un manque de compétences en management sachant que la plupart des fondateurs sont des ingénieurs de formation, en parallèle d'autres sont issus d'une école de gestion et de commerce, se rapprochant et cherchant à perfectionner et développer des compétences digitales. Le pourquoi de ces lacunes relatives au manque de formation adéquate en entrepreneuriat digital trouve son origine dans le domaine étudié par chaque entrepreneur. C'est-à-dire que qu'ils ont besoin de suivre des formations en permanence dans d'autres domaines complémentaires. Cependant, il est probable que le jeune créateur fait appel à des collaborations ou bien s'intègre dans une institution d'incubation afin de bénéficier d'une assistance selon son besoin auprès des coachs spécialisés dans le domaine souhaité, qu'il ne maîtrise pas forcément quoique cela engendre des coûts supplémentaire qu'une jeune startup ne peut pas couvrir compte tenu du manque des ressources financières. En dépit des contraintes et défis exprimés préalablement, il est important d'énoncer à partir des données collectés durant cette enquête qu'il existe des opportunités et des avantages pour soutenir l'entrepreneuriat digital, et il faut également préciser que certaines opportunités révèlent plus des entrepreneurs et de leurs startups, tandis que d'autres relèvent de l'état et de la dynamique digitale nationale qui encourage les jeunes à prendre le risque et créer de l'emploi et de la richesse et se diriger vers l'entrepreneuriat, afin de promouvoir l'économie nationale. Concrètement, les entrepreneurs interviewés ont rencontrés des difficultés et des obstacles financièrement encore matériellement avant le lancement de leurs projets, des fois même ils ont été découragés la part de leurs famille, car dans un pays comme l'Algérie, ou on est inscrit dans une approche de résistance au changement et une culture qui ne tolère pas l'échec et que la majorité cherchent à rester dans leurs zone de confort et la stabilité, et d'essayer de monter une belle carrière dans un domaine assez connu et porteur plutôt que de recourir à l'entrepreneuriat ou le taux de risque est élevé

6- Conclusion :

L'entrepreneuriat numérique en Algérie présente un potentiel remarquable et offre de vastes opportunités dans divers secteurs de l'économie. Cependant, le chemin vers une croissance durable et solide pour les entreprises digitales algériennes nécessite des actions concrètes pour surmonter les défis structurels, en particulier l'accès au financement. Il est essentiel que les acteurs publics et privés se mobilisent pour développer des mécanismes de soutien financier adaptés aux startups, notamment en phase de démarrage, là où les besoins sont les plus pressants.

La formation et le développement des compétences numériques doivent également être renforcés, en s'appuyant à la fois sur les talents locaux et la diaspora mondiale pour former une main-d'œuvre qualifiée capable de répondre aux exigences d'un secteur numérique en plein essor. L'introduction de nouvelles filières académiques, comme la numérisation et l'enseignement numérique mobile, pourrait par ailleurs enrichir l'écosystème éducatif et mieux préparer les futurs entrepreneurs aux défis d'un environnement digital.

Enfin, pour prospérer, l'entreprise digitale algérienne doit bénéficier d'un écosystème favorable. Impliquer activement le secteur privé est incontournable, car il joue un rôle clé dans la dynamique entrepreneuriale. Ainsi, la mise en place de partenariats public-privé (PPP) serait une solution stratégique, permettant de tirer parti des synergies entre institutions publiques et entreprises privées, et de favoriser des collaborations plus étroites entre les ministères, les banques, et les startups. Un tel cadre tripartite pourrait créer une structure de soutien efficace, maximisant les ressources et expertises au service de l'entrepreneuriat numérique en Algérie.

Bibliographie :

1. AMIT R ., et ZOTT C: Value creation in E-business. *Strategic Management Journal*, 22, 493-520, 2001.
2. DAVIDSSON, P :Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674-695, 2015.
3. DAVIDSON E., VAAST, E :*Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment*. the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, Washington, DC, 2010.

4. HULL C., HAIR N., PEROTTI V., DEMARTINO R., et HUNG Y :Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship, *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303, 2007.
5. KOLLMANN T :What is e-entrepreneurship? Fundamentals of company founding in the net economy. *Handbook of Research on Techno-Entrepreneurship* (2 end),Edward Elgar Publishing, 2014.
6. NGOASONG ., ZISUH M: Digital entrepreneurship in a resource-scarce context: A focus on entrepreneurial digital competencies, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 483-500, 2018.
7. NAMBISAN S :Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship,*Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055, 2017.
8. STALKINA L., STEINER G : Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for Sustainable Transitions, *Sustainability*, 12(7), 2764-2790, 2020.