

EXPLORATION DE L'ECOSYSTEME DES STARTUPS : De la conception à la prospérité

EXPLORING THE STARTUP ECOSYSTEM: From conception to prosperity

ALAOUI MDAGHRI Abdelouahed

Enseignant chercheur

Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales – Ain chok

Université Hassan II - Casablanca

Laboratoire finance banque et gestion des risques

Maroc

MIHRAJ Zineb

Doctorante

Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales – Ain chok

Université Hassan II - Casablanca

Laboratoire finance banque et gestion des risques

Maroc

Date de soumission : 25/03/2024

Date d'acceptation : 08/05/2024

Pour citer cet article :

ALAOUI MDAGHRI A. & MIHRAJ Z. (2024) «EXPLORATION DE L'ECOSYSTEME DES STARTUPS : De la conception à la prospérité», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 2 » pp : 744 - 762

Résumé:

Cet article offre une revue de littérature qui s'articule autour des principales étapes et aspects liés aux startups, il commence par une explication approfondie du terme startup, en mettant en lumière ses caractéristiques spécifiques et ses nuances par rapport aux PME, ainsi que les principales étapes de sa création. En se penchant sur l'importance du business plan dans leur développement, il met en lumière les dimensions du succès des startups et les pratiques recommandées pour les entrepreneurs. Toutefois, il souligne également les erreurs courantes qui peuvent compromettre leur réussite, notamment la sous-estimation de la concurrence et l'absence de modèle économique solide. Enfin, l'article met en évidence le défi majeur du financement des startups, soulignant les obstacles tels que l'accès limité aux capitaux et le manque de compréhension des investisseurs. Il conclut en appelant à des politiques de soutien adaptées et à un engagement continu des acteurs publics et privés pour favoriser l'essor des startups et stimuler l'économie, tout en soulignant l'importance de résoudre les problèmes de financement auxquels elles sont confrontées.

Mots clés : startup ; création ; business plan, entrepreneur, innovation.

Abstract:

This article provides a literature review that focuses on the main stages and aspects associated with startups. It begins with an in-depth explanation of the term startup, highlighting its specific characteristics and nuances compared with SMEs, as well as the main stages in its creation. Focusing on the importance of the business plan in their development, it highlights the dimensions of startup success and recommended practices for entrepreneurs. However, it also highlights common mistakes that can jeopardize their success, including underestimating the competition and lacking a solid business model. Finally, the article highlights the major challenge of financing startups, highlighting obstacles such as limited access to capital and a lack of understanding among investors. It concludes by calling for appropriate support policies and a continued commitment from public and private players to encourage the growth of startups and stimulate the economy, while stressing the importance of solving the financing problems they face.

Keywords: startup; creation; business plan; entrepreneur; innovation.

Introduction

Dans un monde en constante évolution, les startups jouent un rôle essentiel en tant que moteurs de l'innovation et de la croissance économique. Depuis les années 2000, le paysage entrepreneurial a connu une transformation significative, marquée par l'émergence de ces entreprises dynamiques et innovantes. Dans cette optique, cette revue de littérature vise à explorer en profondeur le concept de startup, en examinant ses caractéristiques distinctives, ses étapes de création et les défis auxquels elle est confrontée.

Cette revue de littérature repose sur une analyse approfondie d'une variété de sources académiques et professionnelles, y compris des articles de recherche, des ouvrages spécialisés et des rapports sectoriels. En utilisant une approche méthodologique rigoureuse, nous avons identifié les principaux thèmes et tendances liés aux startups, en mettant l'accent sur leurs objectifs, leurs stratégies de création et les facteurs de succès. Cette démarche nous permettra de fournir un aperçu complet et informatif du paysage des startups, ainsi que des défis et des opportunités qui façonnent leur parcours entrepreneurial.

Pour parvenir à cette analyse, nous avons adopté une méthodologie combinant une recherche exhaustive dans les bases de données académiques avec une analyse approfondie des publications et des rapports sectoriels pertinents. Cette approche nous a permis d'identifier les travaux les plus pertinents dans le domaine et d'établir une base solide pour notre revue de littérature.

Dans un contexte où l'innovation est devenue un moteur essentiel de la compétitivité économique : *Comment les décisions de financement influent-elles sur le succès et la pérennité des startups ?* En explorant cette question, cette revue de littérature vise à offrir des perspectives éclairantes sur le rôle des startups dans l'économie contemporaine et les meilleures pratiques pour favoriser leur croissance et leur succès.

Dans cette revue de littérature, nous structurerons notre analyse autour des points suivants : la définition d'une startup et ses caractéristiques distinctives, les étapes de création d'une startup et les défis associés, le rôle du financement dans le succès et la pérennité des startups, les meilleures pratiques et les facteurs de succès pour favoriser la croissance des startups, ainsi que les tendances émergentes et les défis futurs pour le paysage des startups.

1. Définition d'une startup

Originaire des États-Unis, le terme « startup » évoque un concept dynamique et novateur dans le monde de l'entrepreneuriat. Cette expression, qui trouve son origine dans la contraction de

« start-up company », désigne une entreprise en phase de démarrage ou de lancement. En français, elle peut être traduite par « jeune pousse », « société en démarrage » ou « firme qui débute ». Souvent associée à un fort potentiel de croissance, la startup incarne l'audace et l'ambition de ses fondateurs, qui cherchent à révolutionner un secteur ou à répondre à un besoin non satisfait sur le marché.

Une start-up est généralement définie comme « *une nouvelle entreprise que les entrepreneurs lancent en combinant des idées commerciales et des ressources* » (Low & MacMillan, 1988).

Au cœur de la culture entrepreneuriale des startups réside l'innovation. Ces entreprises sont animées par le désir de proposer des solutions nouvelles ou améliorées, souvent basées sur les dernières avancées technologiques. Cette recherche constante de nouveauté et d'amélioration leur permet de se démarquer dans des marchés concurrentiels et en constante évolution. L'innovation est ainsi le moteur de la croissance et de la pérennité des startups, leur permettant d'anticiper les besoins futurs et de s'adapter rapidement aux changements de l'environnement économique.

Lorsqu'une startup est fondée, elle représente souvent un projet porté par une équipe restreinte de personnes ou par un entrepreneur visionnaire. Ces individus sont animés par une passion commune et une volonté de résoudre un problème spécifique ou de saisir une opportunité unique. Cependant, le chemin vers le succès est semé d'embûches, et les fondateurs doivent faire preuve de détermination et de persévérance pour surmonter les défis qui se présentent à eux.

Pour valider leur concept sur le marché, les fondateurs d'une startup doivent passer par plusieurs étapes clés. Tout d'abord, ils doivent évaluer la viabilité de leur idée en menant des recherches approfondies sur leur marché cible et en identifiant les besoins des consommateurs. Ensuite, ils doivent développer un plan d'affaires solide, qui servira de feuille de route pour le développement de leur entreprise. Ce plan doit prendre en compte les aspects financiers, commerciaux et opérationnels de la startup, et définir clairement les objectifs à atteindre à court et à long terme.

Une fois leur plan établi, les fondateurs passent à la phase de développement, où ils mettent en œuvre leur vision et commencent à construire leur produit ou service. Cette phase peut être longue et complexe, mais elle est essentielle pour transformer une idée en une réalité tangible. Les fondateurs doivent être prêts à faire face à de nombreux défis, notamment la gestion des ressources, le recrutement de talents et la gestion des risques.

L'un des principaux défis pour une startup est de trouver un modèle économique viable. Cela implique d'identifier une source de revenus durable et de construire une base solide de clients ou d'utilisateurs. Pour y parvenir, les fondateurs doivent expérimenter différents modèles et stratégies, et être prêts à pivoter si nécessaire pour s'adapter aux évolutions du marché.

En fin de compte, une startup est une aventure passionnante et exigeante, qui demande à la fois créativité, résilience et engagement. Bien que le chemin vers le succès puisse être semé d'embûches, les fondateurs qui parviennent à surmonter les obstacles et à construire une entreprise prospère peuvent voir leur travail récompensé par une croissance rapide et une reconnaissance sur le marché.

2. Les caractéristiques d'une startup

Les startups se distinguent par plusieurs caractéristiques qui façonnent leur identité et leur mode de fonctionnement. Tout d'abord, elles sont souvent associées à des projets risqués, où l'entrepreneur doit faire face à une incertitude importante. Cette notion de risque inhérent est centrale dans la théorie de l'entrepreneuriat, notamment dans les travaux de (Knight, 1921) et de (Schumpeter, 1934), qui ont mis en avant l'importance de l'innovation et du risque dans la création de valeur économique.

La structure d'une startup est également différente de celle des entreprises traditionnelles. Elle se caractérise par sa souplesse et sa réactivité, Cette souplesse et réactivité, comme mentionné dans la théorie de la flexibilité organisationnelle (Tushman & O'Reilly, 1996), lui permettant de s'adapter rapidement aux changements du marché. Cette agilité est essentielle pour survivre dans un environnement en constante évolution, où les règles ne sont pas encore définies.

Une autre caractéristique des startups est leur état temporaire, un concept souvent exploré dans la théorie de la trajectoire de l'entreprise (Sarasvathy, 2001). Dans une startup, le projet peut réussir et devenir une entreprise prospère, ou échouer et disparaître. Cette précarité fait partie intégrante de l'aventure entrepreneuriale et pousse les fondateurs à prendre des risques calculés pour atteindre leurs objectifs.

Les besoins financiers des startups sont souvent importants. Ils s'inscrivent dans le cadre de la théorie du financement de l'entrepreneuriat (Birley & Muzyka, 2000), qui met en évidence la nécessité d'investissements humains et matériels adaptés pour transformer une idée en réalité. Pour transformer une idée en réalité, elles ont besoin d'investissements humains et matériels

adaptés à leurs besoins. Cela peut impliquer de faire appel à des capital-risqueurs ou à d'autres sources de financement externes pour soutenir leur croissance et leur développement.

La rentabilité est également une notion différente pour les startups. Elle est abordée dans la théorie du développement de l'entreprise (Amit & Zott, 2001) qui reconnaît qu'en raison de leurs investissements initiaux élevés, elles peuvent enregistrer des pertes importantes au début de leur activité. Cependant, une fois leur modèle économique validé, elles ont un potentiel élevé de rentabilité à long terme, ce qui les rend attrayantes pour les investisseurs.

La croissance rapide est un objectif clé pour de nombreuses startups. Ce concept est soutenu par la théorie de la croissance de l'entreprise (Penrose, 1959). Cette croissance est perçue comme un signe de confiance, de dynamisme et de bonne santé de l'entreprise, ce qui la rend plus attractive pour les investisseurs potentiels.

Enfin, lorsque la startup atteint un certain niveau de maturité, elle doit décider de son avenir. Elle peut choisir de modifier sa structure juridique pour devenir une entreprise à part entière, en réduisant les risques et en se concentrant sur ses produits ou services. Alternativement, elle peut envisager de se rapprocher d'une entreprise existante par le biais d'une fusion ou d'une acquisition, ce qui lui permettrait de bénéficier de ressources supplémentaires et d'opportunités de croissance.

3. Distinction entre PME et startup

La distinction fondamentale entre les startups et les PME s'inscrit dans des théories clés en entrepreneuriat, qui mettent en lumière leurs approches différentes de l'innovation, de la croissance, du modèle économique et de la temporalité.

Tout d'abord, les travaux de (Schumpeter, 1934) ont souligné l'importance de l'innovation dans la croissance économique, mettant en avant le rôle des entrepreneurs dans la création et la diffusion de nouvelles idées. Les startups incarnent cette vision en étant caractérisées par leur potentiel de croissance exponentielle et leur utilisation de technologies innovantes pour révolutionner leur secteur d'activité.

En ce qui concerne le modèle économique, les recherches sur les modèles d'affaires, notamment celles d'(Osterwalder et Pigneur, 2010) avec leur Business Model Canvas, ont mis en évidence l'importance pour les startups d'expérimenter différents modèles de revenus et stratégies commerciales pour trouver la formule optimale qui leur permettra de croître rapidement et de devenir rentables.

Sur le plan organisationnel, la théorie de la flexibilité organisationnelle (Tushman & O'Reilly, 1996) explique les différences entre les startups et les PME en termes d'agilité et de flexibilité. Les startups favorisent généralement un environnement de travail collaboratif et informel, tandis que les PME ont souvent des structures plus hiérarchiques et formelles.

Enfin, la temporalité des startups et des PME est abordée dans la théorie de la trajectoire de l'entreprise (Sarasvathy, 2001), qui reconnaît que les startups sont souvent considérées comme temporaires dans le sens où elles visent à évoluer rapidement pour devenir des entreprises établies et rentables, ou à échouer rapidement si leur modèle économique ne fonctionne pas, tandis que les PME ont vocation à perdurer dans le temps en consolidant leur activité et en assurant leur pérennité sur le long terme.

4. Objectifs et approches de financement pour la mise en place d'une startup

Dans son ouvrage « *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win* », (Steven Blank, 2020) met en lumière une réalité souvent négligée : toutes les startups sont uniques. Cette observation souligne l'importance critique d'une analyse approfondie du marché cible avant le lancement d'un produit ou d'un service. Cette démarche permet à l'entrepreneur de définir une stratégie adaptée en fonction du positionnement de sa startup sur le marché et des caractéristiques de sa clientèle potentielle. Ces différences stratégiques et financières influenceront considérablement la trajectoire et le succès de la startup, ce qui souligne l'importance de les comprendre et de les maîtriser.

Dans ce contexte, les objectifs revêtent une importance capitale. Ils représentent les jalons essentiels que la startup vise à atteindre dans le cadre de ses projets de financement. Ces objectifs fournissent un cadre tangible pour évaluer les progrès réalisés et obtenir des résultats mesurables sur lesquels la startup et ses investisseurs peuvent s'appuyer pour évaluer l'avancement des projets.

La définition et la réalisation d'objectifs clairs et mesurables offrent plusieurs avantages à la startup. Premièrement, ils servent de repère pour suivre les progrès et l'efficacité des actions entreprises. En mesurant les résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés, l'entrepreneur peut prendre des décisions éclairées pour ajuster ou affiner sa stratégie de financement en fonction de l'évolution du marché.

De plus, ces objectifs constituent un moyen de communication essentiel avec les parties prenantes, en fournissant une vision claire et concrète des ambitions de la startup. Ils

permettent de créer un alignement autour des objectifs communs et d'engager les parties prenantes dans le processus de réalisation des objectifs financiers.

Finalement, les objectifs ont une importance capitale dans le renforcement de la confiance des investisseurs en termes de financement. En démontrant une planification solide et réaliste, la startup montre qu'elle est engagée dans une démarche sérieuse et réfléchie. Cela permet aux investisseurs d'évaluer plus précisément le potentiel de réussite de la startup et de les encourager à soutenir financièrement ses projets, ce qui peut être déterminant pour assurer la croissance et le développement de l'entreprise.

4.1. Analyser le marché cible

Pour distinguer ces quatre types de marchés, nous pouvons nous appuyer sur deux concepts clés : l'innovation disruptive et l'innovation incrémentale. Selon (Clayton Christensen, 1997) dans son ouvrage « *The Innovator's Dilemma* » publié en 1997, il a avancé que « *l'innovation disruptive est celle qui crée, transforme ou détruit un marché* ». Ainsi, la disruptive innovation réinvente une technologie ou un modèle économique, entraînant la création d'un nouveau marché et une valeur ajoutée significative. En revanche, l'innovation incrémentale, ou sustaining innovation, ne crée pas de marché nouveau, mais contribue à l'amélioration et au développement d'un marché existant.

Dans ce contexte, l'entrepreneur se trouve confronté à différentes situations :

Lorsqu'une startup lance un nouveau produit sur un nouveau marché, elle comble un vide en répondant à un problème spécifique ou en satisfaisant des besoins réels des consommateurs avec une solution novatrice et originale. Dans ce scénario, l'absence de concurrents directs confère à l'entrepreneur un quasi-monopole sur le marché, faisant de la recherche de clients potentiels sa principale préoccupation. L'objectif premier est donc d'identifier précisément les besoins des consommateurs et de se positionner de manière claire et distinctive dans leur esprit.

En revanche, lorsque la startup lance un nouveau produit sur un marché existant, elle évolue dans un environnement concurrentiel où la présence de concurrents définit les règles du jeu. Dans cette situation, l'entrepreneur doit concentrer ses efforts sur la compétitivité de son produit, visant à offrir une meilleure qualité, de meilleures performances ou des caractéristiques supérieures pour se démarquer de la concurrence. Le défi majeur est alors étroitement lié à la compétition sur le marché.

Dans ce contexte concurrentiel, la différenciation émerge comme l'une des principales stratégies pour se démarquer et développer ses parts de marché. La différenciation, définie comme un ensemble de mesures visant à diversifier les caractéristiques d'un produit pour se distinguer de ses concurrents, est essentielle pour développer la diffusion du produit sur le marché.

Il est cependant important de noter que la plupart des entrepreneurs optent souvent pour une approche consistant à créer un nouveau produit et à re-segmenter un marché existant. Cette resegmentation implique un découpage du marché en sous-ensembles homogènes, selon divers critères tels que l'âge, le sexe, le revenu ou le style de vie, afin d'adapter les produits aux besoins spécifiques des consommateurs. Ainsi, le produit répond de manière précise au besoin réel du consommateur. Pour réussir dans ce contexte, l'entrepreneur doit avoir une vision claire et précise de son positionnement sur le marché.

4.2. Etablir un business plan

La rédaction d'un business plan est une étape fondamentale pour tout entrepreneur, mais son importance est encore plus prononcée dans le contexte d'une startup. En effet, le business plan joue un rôle déterminant pour convaincre des investisseurs potentiels de soutenir financièrement le projet.

Ce document détaillé présente la vision globale de l'entreprise, sa stratégie, ses objectifs, ainsi que les moyens pour les atteindre. Il constitue un outil essentiel pour démontrer la viabilité du projet, la pertinence de l'idée commerciale, et la capacité de l'entrepreneur à mettre en œuvre efficacement ses plans.

Dans le cas spécifique d'une startup, où les risques et l'incertitude sont généralement plus élevés, le business plan revêt une importance particulière. Les investisseurs, qu'ils soient des venture capitalists, des business angels ou d'autres sources de financement, cherchent à s'assurer que leur investissement sera rentable et que l'entrepreneur a une vision claire et réaliste du marché, des clients cibles et de la concurrence.

Par conséquent, le business plan doit être complet, convaincant et solidement argumenté. Il doit mettre en lumière les atouts et les avantages compétitifs de la startup, ainsi que les projections financières réalistes pour les années à venir. Les investisseurs portent également une attention particulière à la personnalité de l'entrepreneur, à son expérience dans le domaine d'activité de la startup, et à sa capacité à constituer une équipe solide.

4.2.1. L'utilité du business plan dans une startup

Le business plan, dans le contexte entrepreneurial, trouve sa justification à travers plusieurs théories clés en gestion et en entrepreneuriat, développées au fil des années et offrant des perspectives éclairantes sur son rôle et ses utilisations.

Tout d'abord, il s'inscrit dans la théorie de la planification stratégique. Cette approche, popularisée par Igor Ansoff dans son ouvrage de 1965 « *Corporate Strategy* », met en avant l'importance pour une entreprise de définir ses objectifs, ses stratégies et ses actions pour atteindre ces objectifs. Le business plan se positionne ainsi comme l'outil par excellence pour matérialiser cette planification stratégique spécifiquement dans le cadre de la création et du développement d'une startup.

Ensuite, le business plan s'aligne avec la théorie de l'agence, développée par Jensen et Meckling en 1976. Cette théorie examine les relations entre les actionnaires et les gestionnaires d'une entreprise, mettant en lumière l'importance de la communication et de la transparence. Dans le contexte d'une startup, le business plan joue un rôle très important en tant qu'outil de communication entre les fondateurs (actionnaires) et les investisseurs potentiels (gestionnaires), en explicitant les objectifs, les stratégies et les prévisions financières de l'entreprise.

Par ailleurs, le business plan est étroitement lié à la théorie du capital-risque. Cette théorie, développée au cours des années 1940 et 1950, met en avant le rôle des investisseurs en capital-risque dans le financement des entreprises à fort potentiel de croissance. Le business plan devient ainsi un outil essentiel pour convaincre ces investisseurs de soutenir financièrement la startup, en démontrant le potentiel de croissance et de rentabilité de l'entreprise à travers une vision claire du projet et des projections financières détaillées.

Enfin, le business plan s'appuie sur la théorie de la création de valeur. Cette théorie, développée au cours des dernières décennies, met en avant l'objectif ultime d'une entreprise de créer de la valeur pour ses parties prenantes. Le business plan permet à la startup de démontrer comment elle compte créer cette valeur à travers ses produits ou services, ses stratégies de croissance et ses initiatives d'innovation, offrant ainsi une vision claire de son potentiel de succès et de sa pérennité.

4.2.2. Les composants du business plan

Un business plan se compose de deux parties, la première présente le volet économique et la seconde le volet financier. Le business plan ne doit pas être trop long (une trentaine de pages maximum), et ne pas comporter trop d'annexes.

4.2.2.1. Volet économique :

Le volet économique du business plan met l'accent sur les aspects non financiers du projet. Il comprend des informations détaillées sur le marché cible, la concurrence, le positionnement stratégique de l'entreprise, les produits ou services proposés, ainsi que les stratégies marketing et de développement commercial. Cette partie vise à démontrer la compréhension approfondie du marché par l'entrepreneur, ainsi que la pertinence et la faisabilité de son offre.

- *L'Executive Summary :*

Ce résumé exécutif offre une vue d'ensemble concise du projet. Son objectif est de captiver l'attention du lecteur et de susciter son intérêt pour approfondir la lecture du business plan.

- *Présentation du marché et du business model :*

Cette section analyse en profondeur le marché cible. Elle inclut la description détaillée du marché visé, une analyse concurrentielle approfondie et une étude des tendances pertinentes. De plus, elle établit le modèle économique de l'entreprise, décrivant comment elle prévoit de générer des revenus et de créer de la valeur.

- *Présentation des fondateurs et de l'équipe projet :*

L'identification et la présentation des membres fondateurs ainsi que de l'équipe projet sont essentielles. Les investisseurs portent une attention particulière à cette section pour évaluer les compétences, l'expérience et la complémentarité de l'équipe, des éléments déterminants pour la réussite du projet.

- *Présentation du montage financier, juridique et fiscal :*

Cette partie détaille les aspects techniques du montage de la startup. Elle inclut des informations sur le choix du statut juridique, la législation applicable, la répartition du capital social et les sources de financement mobilisées.

- *Présentation de l'avancement du projet et du calendrier :*

Cette section met en lumière l'état d'avancement du projet. Elle décrit les réalisations déjà accomplies, telles que les phases de recherche et développement ou les tests effectués, ainsi que les interactions avec les parties prenantes telles que les clients, les fournisseurs et les

organismes de soutien à la création. De plus, elle énonce les prochaines étapes prévues et établit un calendrier d'exécution des travaux.

4.2.2.2. Volet financier :

Le volet financier, quant à lui, se concentre sur les aspects financiers du projet. Il comprend des projections financières détaillées, telles que le compte de résultat prévisionnel, le bilan prévisionnel, le plan de financement et le tableau de trésorerie. Cette partie permet d'évaluer la rentabilité attendue de l'entreprise, sa capacité à générer des liquidités et son besoin éventuel de financement externe.

- *Le compte de résultat prévisionnel :*

Ce premier élément financier met en lumière les performances de la startup sur une période définie, en projetant son chiffre d'affaires et ses dépenses futures. Il récapitule les revenus (ventes, subventions, etc.) et les charges (achats, frais généraux, salaires, charges sociales, etc.) pour calculer le résultat final (bénéfice ou perte).

- *Le bilan prévisionnel :*

Ce document offre une vision globale de la situation financière de l'entreprise à la fin de chaque exercice sur la période envisagée. Il distingue les actifs (investissements, stocks, créances, trésorerie) des passifs (capital social, réserves, dettes financières, dettes fournisseurs, etc.), fournissant ainsi un aperçu de la santé financière globale de la startup.

- *Le tableau de trésorerie :*

Ce tableau, généralement dressé sur une base mensuelle, trace l'évolution de la trésorerie de la startup en fonction des hypothèses établies. Il enregistre les entrées de fonds (paiements des clients, apports en capital, etc.) ainsi que les sorties de fonds (paiements aux fournisseurs, remboursements de crédits, salaires, etc.).

- *Le plan de financement :*

Ce document expose l'équilibre financier du projet en détaillant les besoins de financement de la startup et les ressources financières disponibles. Il identifie les différentes sources de financement (capital social, subventions, prêts, etc.) nécessaires pour couvrir les investissements et les dépenses prévus.

- *Les indicateurs financiers importants :*

Dans cette partie, l'entrepreneur utilise divers indicateurs financiers pour évaluer la santé financière de la startup. Ces indicateurs incluent des ratios traditionnels tels que le fonds de roulement, le besoin en fonds de roulement et la capacité d'autofinancement, ainsi que des

ratios spécifiques au secteur d'activité de la startup, tels que le panier moyen, le coût d'acquisition client et le taux de conversion.

5. Synthèse des travaux

La littérature académique sur les startups est vaste et diversifiée, abordant une multitude de sujets allant des déterminants de la réussite entrepreneuriale aux défis spécifiques rencontrés par les fondateurs d'entreprises émergentes. Des chercheurs de renom tels que Shane et Venkataraman (2000) ont souligné l'importance fondamentale de la vision entrepreneuriale et de la capacité d'innovation pour le succès des startups, mettant en lumière comment ces éléments façonnent les décisions et les actions des entrepreneurs. Parallèlement, des travaux comme ceux de Sarasvathy (2001) ont exploré les processus cognitifs et comportementaux sous-tendant la prise de décision entrepreneuriale, mettant en évidence l'approche effectuale qui privilégie l'action opportuniste et la gestion des incertitudes plutôt que la planification linéaire.

Une tendance émergente dans la recherche sur les startups est la reconnaissance croissante de l'importance des écosystèmes entrepreneuriaux dans le soutien à la création et à la croissance des nouvelles entreprises. Des travaux récents ont examiné comment les réseaux sociaux, les clusters d'innovation et d'autres formes de capital social peuvent influencer le développement des startups, en facilitant l'accès aux ressources, aux connaissances et aux opportunités.

Cependant, malgré les progrès réalisés dans ce domaine, des lacunes persistent dans notre compréhension des facteurs contextuels et culturels qui influencent les trajectoires entrepreneuriales. Des études futures pourraient approfondir l'analyse des dynamiques régionales et sectorielles, ainsi que des différences culturelles dans les pratiques entrepreneuriales.

6. les dimensions de succès d'une startup

Les entrepreneurs s'orientent souvent en se référant à quatre "points cardinaux" essentiels, qui agissent comme une boussole pour guider leur démarche entrepreneuriale (Littunen & al., 1998) :

- *L'impact économique & financier:*

Cette dimension revêt une importance capitale, reposant sur plusieurs aspects clés. Tout d'abord, elle évalue la croissance de la startup, en analysant des indicateurs tels que le chiffre d'affaires généré et le nombre d'emplois créés. Ensuite, elle examine les sources de financement de l'entreprise, incluant les levées de fonds, les prêts bancaires et sa capacité

d'autofinancement. Enfin, elle se penche sur la rentabilité de l'entreprise, en évaluant ses perspectives futures ou son niveau actuel de rentabilité. Cette perspective est étayée par la théorie de la croissance économique, formulée par des économistes comme Robert Solow dans les années 1950, qui souligne l'importance de la croissance économique pour mesurer le succès d'une entreprise. Cette théorie trouve écho dans la dimension de l'impact économique, où la croissance du chiffre d'affaires et la création d'emplois sont des indicateurs cruciaux de la réussite d'une startup.

Tandis que l'impact financier examine les différentes sources de financement de l'entreprise, à savoir les levées de fonds, les prêts bancaires et sa capacité d'autofinancement. Une analyse approfondie du financement permet d'évaluer la stabilité financière de la startup et sa capacité à soutenir sa croissance. Les décisions de financement prises par l'entreprise auront un impact significatif sur sa trajectoire et son succès à long terme.

- ***La gouvernance responsable :***

Enfin, cette dimension met l'accent sur les pratiques de gouvernance et de gestion de l'entreprise. Cela inclut la manière dont la startup gère ses ressources humaines, en favorisant un environnement de travail favorable et en adoptant des pratiques de gestion éthiques. Elle examine également les efforts de l'entreprise pour minimiser son empreinte environnementale et sociale, en intégrant des considérations de durabilité dans ses activités et ses processus internes. En plaçant la responsabilité au cœur de son fonctionnement, la startup aspire à créer de la valeur à long terme pour toutes ses parties prenantes. Cette perspective est éclairée par la théorie de la gouvernance d'entreprise, développée notamment par Michael C. Jensen et William H. Meckling dans les années 1970. Cette théorie met l'accent sur l'importance de bonnes pratiques de gouvernance pour assurer le succès à long terme d'une entreprise. Ces pratiques comprennent la gestion éthique et la prise en compte des parties prenantes, des éléments clés pour garantir la durabilité de la startup dans son fonctionnement et ses interactions avec son environnement.

- ***L'innovation :***

Par ailleurs, la théorie de l'innovation, notamment portée par Joseph Schumpeter dans les années 1930, met en avant le rôle central de l'innovation dans le processus entrepreneurial et la création de valeur. Cette théorie trouve une application directe dans la dimension de l'innovation, où la capacité de la startup à proposer des solutions nouvelles et créatives est primordiale pour son succès sur un marché concurrentiel. Au cœur de toute startup se trouve l'innovation. Cette dimension explore la capacité de l'entreprise à proposer des produits ou des

services innovants, mais aussi à repenser son modèle économique ou à adopter de nouvelles approches pour accéder au marché. L'innovation est essentielle pour maintenir la compétitivité sur un marché en constante évolution et pour répondre aux besoins changeants des clients.

- ***L'impact sociétal :***

Cette dimension met en lumière les contributions positives de la startup à la société dans son ensemble. Cela englobe l'impact environnemental de ses produits ou services, leur influence sociale, ainsi que la manière dont elle contribue à une redistribution équitable de la valeur créée avec ses partenaires. En mettant l'accent sur la durabilité et la responsabilité sociale, cette dimension vise à intégrer les préoccupations sociétales au cœur même de l'activité entrepreneuriale.

7. Les clés de succès de la startup et son financement

Cinq bonnes pratiques émergent de manière récurrente pour maximiser les chances de succès d'une startup (Chell et al., 1991):

- ***S'appuyer sur un réseau de soutien :***

Une startup bénéficie énormément d'un réseau solide. Cela peut inclure la constitution d'un conseil d'experts externes, tels qu'un advisory board, composé d'entrepreneurs chevronnés. La présence d'un mentor pour accompagner le développement de l'entreprise et de coaches pour renforcer les compétences de l'équipe contribue également à sa croissance, en particulier lors des transitions clés, comme le passage du rôle d'entrepreneur à celui de manager.

- ***Assurer une gestion financière solide :***

Pour assurer sa pérennité, une startup doit avoir les moyens de financer ses activités, que ce soit par autofinancement, des prêts ou des levées de fonds. La capacité à payer les fournisseurs et à financer ses projets est essentielle pour maintenir son développement.

- ***Tester et s'adapter rapidement :***

Il est essentiel pour une startup de confronter son projet au monde réel dès que possible. Cela implique de tester le produit ou le service, de comprendre le positionnement sur le marché et d'acquérir les premiers clients. Être à l'écoute de l'écosystème et avoir la flexibilité nécessaire pour s'adapter ou pivoter en cas de besoin sont des éléments clés de cette pratique.

- ***S'assurer que le projet est en accord avec la vision entrepreneuriale:***

Le projet de la startup doit refléter la vision, les aspirations et les valeurs de l'entrepreneur. Il doit également répondre à un besoin réel du marché et être en adéquation avec les attentes de la société.

- ***Construire une équipe solide et complémentaire :***

Le succès d'une startup repose en grande partie sur la qualité de son équipe. Il est important d'avoir une équipe soudée, avec des profils complémentaires. En outre, s'entourer de partenaires stratégiques peut fournir à la startup les ressources nécessaires à son développement, comme la crédibilité scientifique ou l'accès à un marché spécifique. Ceci leur permettra d'attirer les investisseurs et d'obtenir le financement nécessaire pour le développement de sa startup.

8. Les erreurs courantes et les pièges financiers conduisant à l'échec de la startup

L'échec d'une startup peut résulter d'un certain nombre d'erreurs courantes, parmi lesquelles :

- ***Vendre un produit dont le marché n'a pas besoin :***

Lancer un produit ou un service sans une demande réelle sur le marché peut conduire à un échec commercial. Cette observation est soutenue par la théorie de la demande, formulée par Alfred Marshall dans les années 1870. Il est essentiel de comprendre les besoins des clients et de s'assurer que le produit répond à ces besoins.

- ***S'assurer d'un financement adéquat :***

Une mauvaise planification financière ou un manque de sources de financement peuvent rapidement mettre en péril la viabilité d'une startup. Il est recommandé de gérer efficacement les ressources financières afin d'assurer l'évolution et la croissance de son projet.

- ***Manquer de contrôle et de rationalisation des dépenses :***

Une mauvaise gestion financière peut rapidement mettre une startup en difficulté. Il est important de contrôler les dépenses, d'investir de manière judicieuse et de suivre de près les flux de trésorerie. Cette nécessité est corroborée par la théorie de la gestion financière, développée dans les années 1950 par des experts en finance tels qu'Eugene Fama et Kenneth French.

- ***Constituer une équipe inappropriée et incompetente :***

L'équipe fondatrice d'une startup est essentielle à son succès. Recruter trop rapidement ou choisir des membres d'équipe qui ne sont pas adaptés peut entraîner des problèmes de communication, de culture d'entreprise et de performances.

- ***Sous-estimer la concurrence :***

Ignorer ou minimiser la concurrence peut être une erreur coûteuse. Il est important de comprendre le paysage concurrentiel, les forces et les faiblesses des concurrents, ainsi que les opportunités et les menaces qu'ils représentent.

- ***Ne pas établir un prix approprié pour le produit ou le service offert:***

Un mauvais positionnement tarifaire peut avoir un impact négatif sur les revenus et la rentabilité de la startup. Il est important de mener une analyse approfondie du marché et de fixer un prix qui reflète la valeur perçue par les clients tout en assurant la rentabilité de l'entreprise.

- ***Viser la perfection de manière excessive:***

Viser la perfection absolue peut entraîner un retard dans le lancement du produit ou du service, ce qui peut permettre à la concurrence de prendre de l'avance. Il est important de trouver un équilibre entre la recherche de la qualité et le temps nécessaire pour mettre le produit sur le marché.

- ***Ne pas accorder suffisamment d'importance à l'encadrement et l'accompagnement:***

Ne pas chercher ou accepter de conseils et d'accompagnement peut limiter les opportunités de croissance et d'apprentissage pour la startup. Il est bénéfique de s'entourer de mentors, de conseillers et de réseaux professionnels pour bénéficier de conseils et d'expérience.

Conclusion

Pour conclure, le financement demeure un enjeu majeur pour les startups, confrontées à des difficultés telles que l'accès limité aux capitaux et la méconnaissance des investisseurs. Pour y remédier, des politiques de soutien adaptées et un environnement favorable à l'investissement dans l'innovation sont nécessaires. Investir dans les startups peut stimuler l'économie et créer des emplois. Du point de vue managérial, cela souligne l'importance de diversifier les sources de financement et de développer des stratégies efficaces. Sur le plan scientifique, cette recherche enrichit notre compréhension des défis spécifiques auxquels sont confrontées les startups en matière de financement, ouvrant de nouvelles pistes de recherche. Les futures études pourraient se concentrer sur l'évaluation de l'efficacité des politiques de soutien et l'exploration de nouveaux mécanismes de financement. Cette recherche sensibilise aux défis du financement des startups et ouvre de nouvelles perspectives dans l'entrepreneuriat et la finance.

Bibliographie

- ABDELBAKI, N. (2016). Université marocaine et culture entrepreneuriale: quels enjeux et quelles perspectives de développement?. *Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management*, 1(1), 84-97.
- Barrow, C., Barrow, P. et Brown, R. (2005). Le cahier de business plan . Éditeurs de pages Kogan.
- Blanc, S. (2020). *Les quatre étapes vers l'épiphanie : des stratégies réussies pour des produits gagnants* . John Wiley et fils.
- Charreaux, G. (2000). La théorie positive de l'agence: positionnement et apports. *Revue d'économie industrielle*, 92(1), 193-214.
- Christenson, C. (1997). Le dilemme de l'innovateur. *Presses de la Harvard Business School, Cambridge, Mass* .
- Churchill n. Lewis v. les cinq stades de l'évaluation d'une PME Harvard l'expansion, n 30, automne 1983, pp 51-60
- D'andria, A. (2014). Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs. Étude exploratoire de leur dynamique effectuale. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 13(1), 11-33.
- David Hiller, Sylvain de Chadirac, Lana Halaoui & Camile Jouvét (2019) : l'émergence des start-up, Voll. p.6
- Foucarde c. développer les petites entreprises, ORCES, cahier n 1 mars 1988, pp 39-61
- Garrette, B., Durand, R., Dussauge, P., Lehmann-Ortega, L., Leroy, F., Sibony, O., Pointeau, B. (2019). *Strategor: La référence en stratégie, de la start-up à la multinationale*. Dunod.
- JABRAOUI, S., & BOULAHOUAL, A. (2018). Les facteurs déterminants du succès de l'entrepreneuriat au Maroc: Cas de la région de Casablanca. *Revue Marocaine de la Prospective en Sciences de Gestion*, (1).
- Jeune entreprise : la phase cruciale du démarrage – Sylvie SAMMUT – édition l'Harmattan – PP 16-19
- Kacioui-Maurin, E. (2011). *Exploration et exploitation, les formes d'ambidextrie organisationnelle dans l'innovation de services: le cas des prestataires de services logistiques* (Doctoral dissertation, Aix-Marseille 2).
- Lasch, F., Le Roy, F., & Yami, S. (2005). Les déterminants de la survie et de la croissance des start-up TIC. *Revue française de gestion*, (2), 37-56.
- Leroy, F. (2017). Filemanagement stratégique en France: facteurs de déclin et de renouveau. *Dossier «La stratégie a-t-elle un avenir*, 21-29.

Low, MB et MacMillan, IC (1988). *Entrepreneuriat : recherches passées et défis futurs. Journal de gestion* , 14 (2), 139-161.

Noailles 0, P. (2011). De l'innovation à l'innovateur Pour une approche structuraliste de l'innovation. *La Revue des sciences de gestion*, (1), 13-28.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons.

Séville, M., & Wirtz 2, P. (2010). Caractéristiques et dynamique de l'équipe dirigeante dans une jeune entreprise en hypercroissance 1. *Revue internationale PME*, 23(3), 43-70.

Start-up. (2005). *Dictionnaire Larousse de poche 2003* (p. 773). Paris, France : Edition Larousse

Warnier 2, V., Lecocq 3, X., & Demil 4, B. (2018). Les business models dans les champs de l'innovation et de l'entrepreneuriat. Discussion et pistes de recherche 1. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 17(2), 113-131.