

Date de réception: 2019/01/15 **Date d'acceptation:** 18/04/2019

Les Startups touristiques : un fer de lance pour le tourisme interne en ALGERIE

(Cas de la Startup Nbatou)

Tourism Startups: a spearhead for internal tourism in ALGERIA (Case of the Startup Nbatou)

Tekfi Saliha

teksali82@hotmail.com

Université de Sidi Bel Abbas

Laouedj Zouaoui

laouedjz@yahoo.com

University of Sidi-Bel-Abbes

Résumé :

L'objectif de cette étude est de montrer comment les startups touristiques peuvent contribuer au développement du tourisme interne en Algérie?

L'exemple de « **Nbatou** » cité dans cette étude, a révélé que la création des startups touristiques est un véritable fer de lance pour le tourisme interne en Algérie.

En fait, la startup « **Nbatou** » joue un rôle très puissant dans le développement du tourisme interne, et cela dans la mesure où elle incite les algériens à découvrir leur pays, en leur facilitant la tâche de trouver l'hébergement qui leur convient en termes de prix/qualité.

Par ailleurs, l'étude a montré que l'état doit encourager les entrepreneurs algériens à la création de startups touristiques, en leur présentant toutes les facilités possibles : un cadre réglementaire convenable à l'activité de la startup, mise en place de moyens de paiement en ligne, etc.

Mots-clés : Startups touristiques ; Tourisme interne ; Startup « Nbatou ».

Abstract:

This study aims to show how tourism startups can contribute to the development of internal tourism in Algeria?

The example of the startup "Nbatou" cited in this study revealed that the creation of tourism startups is a real spearhead for internal tourism in Algeria.

In fact, the startup "Nbatou" plays a powerful role in the development of internal tourism, by facilitating to Algerians the

task of finding accommodation that suits them in terms price / quality to discover their country.

In other hand, the study showed that the state must encourage the Algerian entrepreneurs to create tourism startups, by offering them all the possible facilities: a regulatory framework suitable for the activity of the startup, setting up means of e-payment, etc.

Key Words: Tourism startups; Internal tourism; Startup "Nbatou".

Introduction

Suite à la forte utilisation des outils web 2.0* par les voyageurs, ces derniers sont devenus aujourd'hui : hyper-connectés, hyper-comparateurs, hyper-exigeants, hyper-mobiles, hyper-communautaires et hyper-prescripteurs⁽¹⁾.

Cependant, les voyageurs de nos jours, ont le pouvoir de comparer et de choisir facilement les sites sur lesquels ils vont acheter leur expérience de voyage (hébergement, transport, visites, etc.), d'autre part ils ont le pouvoir de donner leurs avis et de partager leur expérience en direct avec leur communauté.

Cependant, cette révolution numérique qui caractérise le tourisme contemporain, a mené plusieurs entrepreneurs dans le monde à la création de startups touristiques, afin de mieux répondre aux besoins des voyageurs qui s'appuient sur l'emploi de l'internet pour organiser leur voyage soit au niveau national ou international.

En Algérie, « **NBATOU** » est la première startup touristique fondée par deux entrepreneurs algériens, elle est spécialisée en hébergement et son objectif principal est de promouvoir le tourisme interne en Algérie.

L'objectif de la présente communication est de montrer par le biais de l'exemple de « **Nbatou** », comment les startups touristiques peuvent contribuer au développement du tourisme interne en Algérie?

L'étude s'articulera alors sur trois phases dont :

- la première, présente la définition et les avantages des startups touristiques ;
- la deuxième, étudie le tourisme interne en Algérie;
- la troisième, montre par le biais de la plateforme algérienne « Nbatou », la contribution des startups touristiques au développement du tourisme interne en Algérie.

1. Les startups touristiques : définition et avantages

Les startups touristiques ont fait leur apparition avec l'émergence du web 2.0, il s'agit de startups qui inventent de nouvelles applications touristiques et des services innovants dédiés aux touristes hyper connectés qui s'appuient sur l'utilisation de l'internet pour collecter des informations sur une offre touristique⁽²⁾. La création des startups touristiques est un phénomène qui prend de plus en plus d'ampleur dans le monde, ce qui a été constaté par la firme de recherche PhoCusWright* dans la seconde édition de son rapport «State of Travel Startups», où 528 startups touristiques ont été fondées entre 2005 et 2012 qui représentent des investissements globaux estimés à 2,6 milliards de dollars américains. La moitié d'entre elles étaient nord-américaines, 32% européennes et 13% de l'Asie-Pacifique⁽³⁾.

Par ailleurs, les startups touristiques présentent aux internautes plusieurs avantages qui se présentent comme suit⁽⁴⁾:

* **Offrir aux internautes des contenus de qualité** : face à un univers digital, la qualité et la variété (textes, photos et surtout vidéos) des contenus, devient très importante pour répondre aux sollicitations des clients qui sont aujourd'hui submergés d'informations.

* **Donner la parole aux visiteurs et aux habitants** : la publicité et les discours officiels des institutions touristiques sur le web sont le plus souvent inefficaces, suite à un manque de confiance de la part des internautes qui consultent massivement les notes, les avis et les partages de leurs pairs. De ce fait, dans le tourisme le meilleur ambassadeur est celui qui a vécu l'expérience.

Par ailleurs, la mobilisation des habitants pour la promotion d'une destination permet d'une part, de produire des contenus (photos, vidéos, avis, recommandations, bons plans) plébiscités par les visiteurs potentiels. D'autre part, impliquer des habitants pour faire connaître sa destination est la meilleure façon possible pour travailler à l'acceptation du tourisme par les habitants et commencer à bâtir une réelle culture de l'accueil.

* **Augmenter l'expérience du voyage** : avec l'apparition des outils numériques les internautes ont la possibilité d'aller plus loin dans la découverte d'une destination. Dans ce cadre, la vidéo s'impose comme le média majeur à chaque étape du cycle du voyage, qu'il s'agisse des vidéos regardées pour trouver des idées de vacances ou choisir sa destination (72% des américains regardent au moins une vidéo pendant leur recherche de voyage) ; des vidéos que l'on filme pendant son séjour et que l'on partage immédiatement ou des vidéos pour choisir sa chambre d'hôtels ou son camping⁽⁵⁾.

Aujourd'hui, il y a des startups touristiques qui utilisent la Réalité Virtuelle (3D) et la Réalité Augmentée pour permettre aux internautes de transcender un lieu, un monument ou une destination. A titre d'exemple, la startup française **Timescope** lancée en 2015, est spécialisée dans la conception et le développement d'expériences de réalité virtuelle. Installé en ville, l'appareil Timescope offre à l'utilisateur une vue à 360° et lui permet de voir comment se présentaient des lieux dans le passé, et même dans le présent et le futur⁽⁶⁾.

En fait, de nombreuses startups touristiques se positionnent avec succès dans le domaine du tourisme digital, parmi lesquelles on peut citer les exemples suivants⁽⁷⁾:

* **Make it Travel** :

Make It Travel est une startup marseillaise lancée en 2015 pour louer des affaires de voyage entre particuliers (tente, surf, ski, sac à dos, etc.). Cette startup permet aux internautes de rentabiliser leurs affaires de voyage, de voyager moins cher et de rencontrer d'autres voyageurs pour échanger des bons plans et des expériences de voyage⁽⁸⁾.

* **Bubble Globe** :

Bubble Globe est une plateforme collaborative française créée en 2014, dans le but de permettre aux internautes de réserver des activités telles que: des ballades culturelles et insolites, des expériences de vie, des ateliers créatifs, etc., en compagnie d'habitants du quartier et de passionnés locaux. A ce jour, les offres de la startup sont présentes dans cinq grandes villes: Paris, New York, Londres, Barcelone et Rome⁽⁹⁾.

* **Vayable** :

Vayable est une start-up américaine fondée en 2011, elle propose aux touristes de rémunérer des locaux qui s'improvisent guides de leur ville. Autrement dit, le travail de la startup consiste à mettre en relation à travers sa plateforme en ligne des guides du monde entier (essentiellement des grandes villes occidentales) avec des touristes. Les premiers proposent un « tour » de leur ville et fixent librement leurs tarifs et disponibilités ⁽¹⁰⁾.

*** Hellotrip :**

Hellotrip est une startup française créée en 2014, elle propose aux internautes des recherches détaillées de lieux de vacances par le prisme du budget alloué. Le service permet de trouver aux prix les plus avantageux vols et hôtels pour toutes les destinations ⁽¹¹⁾.

***Kazaden :**

Kazaden est une plateforme française fondée en 2014, elle permet de réserver des activités et des séjours sportifs un peu partout en France. Le choix des activités est extrêmement large et adapté à tous les budgets et envies ⁽¹²⁾. Cependant, une vingtaine de catégories sportives sont disponibles, référencant près de 1000 activités auprès de 400 professionnels, diplômés d'Etat ⁽¹³⁾.

***TripnCo :**

Fondée en 2012, TripnCo est une jeune start-up française qui permet aux internautes de se regrouper par centres d'intérêt pour voyager. En effet, celle-ci présente l'avantage de mutualiser les coûts pour permettre aux intéressés de partir en vacances moins cher, tout en rencontrant des personnes dont ils partagent les goûts et les valeurs.

TripnCo aspire à mettre en place un outil susceptible de mettre en relation les personnes ayant des passions communes et qui ne savent pas avec qui partir ⁽¹⁴⁾.

2. Le tourisme interne en ALGERIE : définition, typologies et faiblesses de développement

D'après la conférence d'OTTAWA tenue en 1991, le touriste interne se définit comme étant: « *toute personne qui se rend pour période inférieure à six mois dans un lieu situé dans son pays de résidence, mais autre que celui correspondant à son environnement habituel et dont le motif principal de la visite est autre que celui d'exercer une activité qui soit rémunérée dans le lieu visité* » ⁽¹⁵⁾.

De cette définition, il apparaît qu'un voyageur ne peut être qualifié de touriste interne que s'il respecte les éléments suivants ⁽¹⁶⁾:

- la durée maximale du séjour ne doit pas dépasser les six mois, au-delà desquels la personne serait considérée comme résidente du lieu visité.

- le changement de l'environnement habituel. Cet élément nous permet de faire la distinction entre les vrais déplacements touristiques et ceux à caractère routinier effectués par les personnes résidentes dans le cadre de leur activité journalière.

- l'activité exercée dans le lieu visité, ne doit pas être du genre rémunérée. Cependant, le but du voyage doit être d'un ordre professionnel ou portant sur d'autres volets tels que les études, traitement médical, les visites des stations thermales, les visites culturelles ou encore la visite des parents et amis, etc.

En fait, l'Algérie par ses richesses naturelles et culturelles, offre la possibilité de développer plusieurs types de tourisme interne, tels que : le tourisme lié à la richesse de la nature, le tourisme thermal, le tourisme culturel, le tourisme d'affaires, le tourisme gastronomique, le tourisme balnéaire, le tourisme de montagnes et le tourisme saharien.

- **Le tourisme lié à la richesse de la nature** : il permet de découvrir les parcs et réserves naturels d'une région qui couvrent encore des espèces végétales et animales rares ou en voie de disparition, comme le Parc national du Djurdjura, du Gouraya et d'El Kala, etc. ⁽¹⁷⁾.

- **Le tourisme thermal** : connu également par le tourisme de cure ou de santé, a pour objectif l'amélioration de la santé du touriste, en utilisant des séjours qui intègrent des soins curatifs ou préventifs ⁽¹⁸⁾.

- **Le tourisme culturel** : ce type de tourisme exploite les valeurs patrimoniales en relation avec les acquis historiques d'une région. Il peut s'agir de valeurs immatérielles comme les arts et les activités traditionnelles (artisanales, agricoles, architecturales), ou des éléments plus physiques en rapport avec le vécu historique et qui sont rassemblés dans les musées ⁽¹⁹⁾.

- **Le tourisme d'affaires** : désigne les déplacements à but professionnel, il comprend quatre types d'activités : les congrès et les conventions d'entreprise, les foires et les salons, les séminaires

et réunions d'entreprises ainsi que les voyages d'affaires individuels (20).

- **Le tourisme gastronomique** : il permet de découvrir les plats propres à une région, son histoire et son savoir-faire.

- **Le tourisme balnéaire** : il représente la forme de tourisme la plus répandue dans le monde ainsi qu'en Algérie. La cote, la plage, la mer et le soleil sont des attraits indéniables pour les touristes. Le tourisme balnéaire est la première forme touristique apparue en Algérie, avec l'inauguration des premiers bains de mer en 1896 (21).

- **Le tourisme de montagnes** : permet aux touristes de faire du Ski en hiver, ou faire des randonnées ou des campings sur des espaces protégés, comme les montagnes de Chréa (22).

- **Le tourisme saharien** : permet de découvrir le Sahara, qui constitue un espace très vaste composé de plusieurs milieux naturels, offrant des potentialités touristiques indéniables (23).

Cependant, par rapport aux pays voisins (le Maroc et la Tunisie), le tourisme interne en Algérie reste peu développé en raison des faiblesses suivantes (24):

- **Absence de lisibilité des produits du tourisme algérien** avec des sites non entretenus et insuffisamment mis en valeur.

- **Un hébergement et une hôtellerie très insuffisants et de mauvaise qualité** avec des infrastructures d'hébergement obsolètes et relativement chères pour la population locale, nécessitant une importante réhabilitation (10 % des hôtels répondent aux normes internationales).

- **Un manque de qualification et de performance des personnels** dans les établissements et les services touristiques, dû à l'inadéquation de la formation avec les exigences d'une offre touristique d'excellence.

- **Une faible qualité du produit et des prestations du tourisme algérien** avec des prestations chères pour la population locale, et de qualité inférieure à celle de la concurrence internationale (maghrébine).

- **Une faible pénétration des technologies de l'information et de la communication dans le tourisme** avec l'insuffisance des sites Internet et une concentration sur la promotion du désert et la découverte culturelle.

- **Un mode de transport et d'accessibilité de faible qualité** avec une incapacité à fournir un transport quantitativement et qualitativement adapté à la demande, et accentuée par une tarification excessive comparée aux pratiques internationales.

- **Des banques et des services financiers inadaptés au tourisme moderne** avec une inadaptation et insuffisance des moyens de paiement modernes au niveau des banques et des établissements recevant des touristes.

- **Une gouvernance, une organisation et une culture inadaptées au tourisme moderne** avec une absence d'outils d'évaluation et de suivi de l'évolution du tourisme au niveau national et international.

3. La Startup touristique algérienne « Nbatou » et son apport au tourisme interne:

« Nbatou » est la première startup algérienne spécialisée en hébergement. Elle propose aux internautes des maisons et des appartements voir même des « Khymates » à travers tout le territoire national pour des séjours d'une nuitée à 30 nuitées. Jusqu' à présent elle couvre 24 wilayas dont 7 wilayas du grand Sahara ⁽²⁵⁾, avec presque 300 maisons qui reflètent le confort et l'identité de chaque région ⁽²⁶⁾.

Cette startup est largement inspirée de la plateforme mondiale AirBnB* qui permet aux propriétaires d'appartements de louer leurs biens en ligne ⁽²⁷⁾.

Un peu comme l'AirBnB, Nbatou.com offre la possibilité à n'importe qui de proposer sa maison ou son appartement pour une location de courte (ou moyenne) durée, en échange d'une rétribution. Le concept consiste à mettre en lien propriétaires de logement et touristes dans une seule plateforme en ligne ⁽²⁸⁾.

La startup a été lancée en 2015 par les frères Chaib (Fayçal et Oussama), son équipe de travail est constituée de développeurs , de marketeurs et de commerciaux qui ont un seul objectif en commun qui est le développement du tourisme algérien.

Les fondateurs de la startup ont pour ambition d'attirer plus de touristes algériens et leur donner l'envie de voyager dans leurs pays afin de mieux le découvrir, au lieu de visiter d'autres pays ⁽²⁹⁾.

La première cible de la startup est bien les Algériens qui veulent découvrir leurs pays, mais cela n'empêche pas qu'elle reçoit une

clientèle variée venant de la Turquie, la Tunisie, la France, l'Allemagne, l'Inde, etc.

Par ailleurs, la startup s'appuie sur un système communautaire qui rend les gens plus à l'aise, par exemple une personne qui vient du sud pour visiter la Casbah, va être accueillie au sein d'une véritable famille algéroise. Cela lui permet de découvrir la ville ainsi que la culture et l'histoire de la Casbah ⁽³⁰⁾.

En outre, la startup n'est plus qu'un site d'annonces de maisons à louer, mais c'est une plateforme de recherche personnalisée selon des critères détaillés (localisation, superficie, genre de maison ou appartement et budget). La startup permet aussi de dresser une liste des commodités dans les alentours des logements qu'ils comptent louer, comme les marchés de proximités, les moyens de transports disponibles, les plages les plus proches et autres services (pharmacies, établissements de santé, etc.)⁽³¹⁾.

Parmi les contraintes rencontrées par la startup : le manque d'encadrement réglementaire pour ce genre de location, l'absence de paiement en ligne et le poids de l'informel.

A ces contraintes les fondateurs de la startup ont apporté des solutions alternatives telles que le paiement par virement ou directement, la vérification des appartements mis en ligne pour se prémunir de mauvaises surprises. En fait, les agents de « Nbatou » se déplacent chez les propriétaires des appartements, afin de vérifier eux même la qualité des mobiliers proposés à la location.

Dans le but d'assurer un bon fonctionnement de la startup, les fondateurs de « Nbatou » ont bien défini les conditions de réservation sur la plateforme et qui se présentent comme suit : ⁽³²⁾

- Le voyageur a le droit d'envoyer des demandes d'hébergement à plusieurs hébergeurs en même temps.

- La demande d'hébergement comprendra des informations sur le voyageur désirant se faire héberger (prénom, âge, sexe et ville de résidence).

- Dès la réception d'une demande d'hébergement, l'hébergeur a le droit de l'accepter ou de la refuser. L'hébergeur a un délai pour répondre à la demande d'hébergement du voyageur, qui est de 3 jours, dans le cas contraire, la demande d'hébergement sera annulée. Dans le cas où l'hébergeur donne son accord pour

l'hébergement, le voyageur va procéder au paiement de l'hébergement au niveau du siège social de l'entreprise « Turing Innovation Technology SARL » qui gère la plateforme Nbatou.com, ou par des virements (ou versements) au compte bancaire de l'entreprise, et cela dans un délai qui ne dépasse pas 5 jours.

Depuis sa création à ce jour, la startup « Nbatou » a prouvé son efficacité dans le domaine du tourisme interne avec un nombre d'annonces effectives dépassant les 150 annonces, qui proposent des locations variant de 4000 da -jour pour un modeste appartement à plus de 30 000 da -jour pour une villa avec piscine en bord de mer. De même pour le nombre de clics qui a dépassé les 10 000 clics par mois ⁽³³⁾.

Conclusion :

En guise de conclusion, nous retenons que l'exemple de « **Nbatou** » cité dans cette étude, nous permet de déduire que la création des startups touristiques est un véritable fer de lance pour le tourisme interne en Algérie.

En fait, « **Nbatou** » permet de surmonter le problème d'hébergement qui se pose le plus souvent aux voyageurs algériens, lorsqu'ils souhaitent visiter une ville algérienne. De ce fait, cette startup joue un rôle très puissant dans le développement du tourisme interne, et cela dans la mesure où elle incite les algériens à découvrir les richesses naturelles et culturelles de leur pays, en leur facilitant la tâche de trouver l'hébergement qui leur convient en termes de prix/qualité.

Suite à leur importance dans le développement du tourisme interne, l'état doit encourager les entrepreneurs algériens à la création de startups touristiques, en leur présentant toutes les facilités possibles : un cadre réglementaire convenable à l'activité de la startup, mise en place de moyens de paiement en ligne, etc.

Enfin, les startups touristiques étrangères telles que: Make it Travel, Vayable, Hellotrip, Kazaden, TripnCo, etc., peuvent constituer une source d'inspiration pour les entrepreneurs algériens, souhaitant créer des startups touristiques en Algérie.

Références Bibliographiques:

(1) : Nicolas Barret, « Tourisme : le Client a le pouvoir, illustrations du concept d'empowerment », 03/07/2017, <http://unigo->

conseil.com/tourisme-le-client-a-le-pouvoir-illustrations-du-concept-dempowerment/

- (2) : Erick Haehnsen et Eliane Kan, « Le tourisme fait sa révolution numérique sous la pression des start-up », 02/05/2014, <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/tourisme-loisirs/20140430trib000827782/le-tourisme-fait-sa-revolution-numerique-sous-la-pression-des-start-up.html>
- (3) : May-Lisa Vézina, « L'essor de l'entrepreneuriat technologique en tourisme », 07/10/2013, <http://veilletourisme.ca/2013/10/07/lessor-de-lentrepreneuriat-technologique-en-tourisme/>
- (4) : Nicolas Barret, « Tourisme & Digital : Voyage au cœur des tendances », 06/11/2017, <http://unigo-conseil.com/tourisme-digital-voyage-au-coeur-des-tendances/>
- (5) : Nicolas Barret, « Tourisme : les tendances digitales 2016 – 2017, 11/09/2017 », <http://unigo-conseil.com/les-tendances-digitales-2016-2017/>
- (6) : Usine-digitale, « Timescope », 27/12/2014, <https://www.usine-digitale.fr/annuaire-start-up/timescope,305171>
- (7) : Dynamique Entrepreneuriale, « Le top 10 des start-up spécialisées dans le tourisme », 08/08/2015, <http://www.dynamique-mag.com/article/top-start-up-specialisees-dans-tourisme.6806>
- (8) : Startup.info , « Make It Travel: Location d'affaires de voyage entre particuliers », 2017, <https://startup.info/fr/makeittravel/>
- (9) : Startup.info, « BubbleGlobe: un site communautaire pour découvrir de nouvelles expériences auprès de passionnés locaux », 2017, <https://startup.info/fr/bubbleglobe/>
- (10) : L'OBS, « Vayable, le site qui fait de vous un guide (ou un touriste) unique », 04/08/2013, <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-internet/20130804.RUE7966/vayable-le-site-qui-fait-de-vous-un-guide-ou-un-touriste-unique.html>
- (11) : Dynamique Entrepreneuriale, op.cit.
- (12) : Maïlys Cusset, « Kazaden, le site qui permet de réserver des activités sportives en vacances », 10/07/2017,

- <https://www.bibamagazine.fr/lifestyle/sport/kazaden-le-site-qui-permet-de-reserver-des-activites-sportives-en-vacances-69226>
- (13): Startup.info, « Kazaden, la plateforme de réservation des activités et séjours outdoor », 2017, <https://startup.info/fr/kazaden/>
- (14) : Usine-digitale, « TripnCo », 20/04/2014, <https://www.usine-digitale.fr/annuaire-start-up/tripnco,256378>
- (15) : Kenza Badiri, Imane Abassi et Abdelali Laloun, « Quelle politique marketing pour le développement et la promotion du tourisme interne au Maroc ? », Institut supérieur international du tourisme Tanger, 2013, https://www.memoireonline.com/01/14/8621/m_Quelle-politique-marketing-pour-le-developpement-et-la-promotion-du-tourisme-interne-au-Maroc-2.html
- (16) : Kenza Badiri, Imane Abassi et Abdelali Laloun, Ibid.
- (17) : Me Serge Pautot, « Algérie : Les potentialités de développement du tourisme sportif », <https://manifest.univ-ouargla.dz/documents/Archive/.../test/serge.pdf>
- (18) : Fatima Zohra Harouat, « Comment promouvoir le tourisme en algerie ? », Mémoire de Magister, Université Abou Bekr Belkaid Tlemcen, 2011, 2012, <dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/4693/1/harouat-fatima.mag.pdf>
- (19) : Marouf Naima Bouazza, « La communication touristique à l'international : cas du sud Algérien, » Mémoire de Magister, Université d'Oran, 2011/2012.
- (20) : Brahim Douar, « Quelles stratégies pour la relance du secteur touristique en Algérie ? », Université de Tizi Ouzou, <https://docplayer.fr/56558747-Quelles-strategies-pour-la-relance-du-secteur-touristique-en-algerie-resume.html>
- (21): Brahim Douar, Ibid.
- (22): Brahim Douar, Ibid.
- (23) : Fatima Zohra Harouat, op.cit.
- (24) : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, « Schéma directeur d'aménagement touristique » "Sdat 2025", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien, 01/ 2008, <http://qualitetourisme.ccm-cg.net/medias/files/sdat-schema->

directeur-d-amenagement-touristique-2025/Livre-1-Diagnostic-du-tourisme-algerien.pdf

- (25) : Algeria Entreprise, « Nbatou, une startup au service du tourisme algérien ! », 30/06/2018, <https://algeriaentreprise.com/2018/06/30/nbatou-une-startup-au-service-du-tourisme-algerien/startups>
- (26) : AS Baha eddine, « Interview exclusive avec Fayçal Chaib : créateur de la plateforme » « Nbatou », 03/04/2018, <https://www.android-dz.com/interview-exclusive-avec-faycal-chaib-createur-de-la-plateforme-nbatou-34960>
- (27) : Dz Entreprise, « La startup up est présente dans 13 wilayas : « Nbatou.com » propose des locations à courtes durées », 30/06/2017, <http://www.dzentreprise.net/startup-up-presente-13-wilayas-nbatou-com-prend-marques/>
- (28) : dzeriet-dz, « Nbatou.com, 1re plateforme de location de vacances à la AirBnb ! », 29/08/2017 <http://www.dzeriet-dz.com/fr/nbatou-com-1re-plateforme-de-location-de-vacances-a-la-airbnb/>,
- (29) : Nassim Lounes, « Ubérisation : le défi d'une nouvelle économie », N'tic, N°127, 09/2017, www.nticweb.com/version-pdf/138.raw?task=download
- (30) : <https://algeriaentreprise.com/2018/06/30/nbatou-une-startup-au-service-du-tourisme-algerien/startups>, op.cit.
- (31) : Khaled Aboubaker, « "Nbatou.com", la startup du tourisme algérien de demain », 29/06/2017, https://www.huffpostmaghreb.com/2017/06/29/startup-du-tourisme-alger_n_17330686.html
- (32) : <https://www.nbatou.com/conditions>
- (33) : <http://www.dzentreprise.net/startup-up-presente-13-wilayas-nbatou-com-prend-marques/>, op.cit.

* : Un type de web où l'internaute n'est plus un simple récepteur d'informations, mais joue également le rôle d'un producteur de contenus en interaction avec les autres acteurs.

* : Société américaine spécialisée dans le domaine de l'industrie du voyage, elle effectue des recherches sur les relations entre les voyageurs, les fournisseurs et les intermédiaires.

* : Airbnb : une plateforme communautaire payante d'origine américaine fondée en 2007 pour la location et la réservation de logements de particuliers.