

## Les start-up un levier de développement du tourisme saharien en Algérie : cas de start-up Nbatou

المؤسسات الناشئة آلية لدفع التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر: دراسة حالة المؤسسة الناشئة نباتوا

Yamina RAHMANI <sup>1</sup>, Ghalia BENYAHIA-TAIBI <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Maître assistant (B), Université Mohamed El Bachir El Ibrahimi - Bordj Bou Arreridj, E-mail: yamina.rahmani@univ-bba.dz

<sup>2</sup> Professeur - Université d'Oran 2 – Mohamed Ben Ahmed, E-mail : g.taibi@yahoo.fr

Received: 12./01/2021

Accepted: 27/12/2021

Published:31/12/2021

### Résumé :

L'Algérie est sans nul doute renferme un potentiel touristique riche et diversifié. Son passé historique, son climat et sa géographie, en particulier le Sahara constitue l'essentiel de ce patrimoine. Bien que la beauté des paysages à l'état brut ne soit pas suffisante pour susciter un développement touristique. Il s'agit de transformer les potentialités qui constituent le territoire algérien en produits touristiques. Les start-ups touristiques considérées comme un des acteurs à prendre en considération pour susciter un développement touristique.

A partir de ce constat, il nous a paru intéressant d'étudier l'expérience algérienne en matière de développement touristique à travers la création des start-up touristiques, dont la start-up Nbatou constituée le meilleur exemple en la matière.

**Mots clés :** Start-up ; Tourisme Saharien ; Algérie ; Start-up « Nbatou ».

JEL Classification Codes: L83, O14

### ملخص:

الجزائر دون أدنى شك تعد من الدول التي تملك مقومات سياحية بامتياز. فتاريخ الجزائر، مناخها

وموقعها الجغرافي خاصة الصحراء التي تعد أحد أهم هذه المقومات السياحية. غير أن الجمال المناظر

الطبيعية في حالتها الخام غير كافية لوحدها لتوليد التنمية السياحية لبد ما، إذ يجب تحويل هذه

الإمكانيات إلى منتجات سياحية على أرض الواقع. تعتبر الشركات الناشئة السياحية أحد الركائز التي يجب أخذها بعين الاعتبار من أجل دفع عجلة التنمية في القطاع السياحي.

من هذا المنطلق ارتأينا دراسة التجربة الجزائرية من خلال إنشاء مؤسسات ناشئة من أجل النهوض

بقطاع السياحة وخاصة الصحراوية منها. وتعتبر الشركة الناشئة نباتوا أحسن مثال في هذا المجال.

**كلمات مفتاحية:** الشركات الناشئة، السياحة الصحراوية، الجزائر، الشركة الناشئة نباتوا.

تصنيفات JEL: L83، O14

*Auteur correspondant : Yamina RAHMANI, e-mail : yamina.rahmani@univ-bba.dz*

## 1. INTRODUCTION

Le secteur du tourisme, avec l'arrivée de l'internet, la croissance effrénée de l'usage des nouvelles technologies, des touristes hyperconnectés, hyper-comparateurs, hyper-exigeants, hyper-mobiles, hyper-communautaires et hyper-prescripteurs, est un des secteurs qui a connu une renaissance de ses usages traditionnels. Les touristes d'aujourd'hui se sont laissé prendre au jeu du tourisme numérique, beaucoup de touristes préfèrent en effet d'utiliser les nouveaux moyens de préparer, planifier et réserver leurs vacances, de comparaison en temps réel, agrégation d'offres, que de déplacé chez les agences de voyage pour le faire.

Cette révolution numérique qui caractérise le tourisme contemporain, a donné naissance à des start-up touristiques afin de mieux répondre aux besoins des voyageurs qui s'appuient sur l'utilisation de l'internet pour organiser leur voyage soit au niveau national ou international, dont le secteur le secteur de l'hébergement compte le plus grand nombre d'initiatives d'entrepreneures (Vezina, 2013).

En Algérie, Nbatou est la première start-up touristique spécialisée en hébergement qui s'inspire des tendances dans le tourisme et qui se positionne avec succès sur cette branche en plein essor.

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 saharien en Algérie. De ce fait, notre

communication se pose l'interrogation suivante : quel est l'apport de la start-up algérienne Nbatou pour le tourisme saharien en Algérie ?

En vue d'apporter des éléments de réponse à la problématique posée, notre article traitera d'abord les concepts : start-up et le tourisme saharien, avant de mettre en lumière la contribution de la start-up Nbatou au développement du tourisme saharien en Algérie.

## **2. Les start-up: éléments de définition**

Vers la fin des années 1990, les start-ups ont fait leur apparition notamment grâce à l'engouement vers les nouvelles technologies (télécommunication, biotechnologies, informatiques, etc.) et l'éclatement de la bulle Internet. Lancé en 1994, et orienté vers la start-up de la Silicon Valley, le programme d'études de l'université de Stanford « Stanford Project Emerging Companies (SPEC) » est pionnier en matière de recherches sur la start-up (Gaujard, 2008, p. 6)

A l'origine, start-up est un mot anglais composé de Start qui désigne « le commencement » et de Up qui désigne « Le haut ou le sommet ». La Startup est donc une entreprise de petite taille en processus de construction qui ne s'est pas encore lancé dans le marché commercial (Alem & Aoussat, 2008).

Il est cependant, difficile de proposer une seule définition aux start-ups mais des éléments de définition.

D'abord, la start-up s'inscrit dans le domaine de l'entrepreneuriat dans lequel on explore de nouvelles opportunités, à travers l'innovation. Les start-ups « apparaissent ainsi comme une forme d'entreprise pouvant représenter de nouveaux principes de fonctionnement aux cœurs des organisations, stimulés par un contexte propice à leur émergence ». (Gaujard, 2008, p. 6) Par ailleurs, l'innovation et l'inscription dans le court terme obligent les start-ups à maintenir une structure et des métiers très évolutifs (Marty, 2002).

Ensuite, le concept de start-up est associé à l'entreprise high-tech mais se distingue par le fait que la première est une entreprise qui s'intègre dans la nouvelle économie, alors que la deuxième s'associe avec les nouvelles technologies applicatives (Gaujard, 2008, p. 7)

En 3ème lieu, la start-up est associée à la croissance rapide de son

chiffre d'affaires et/ou son capital grâce à l'innovation qui trouve son terrain de prédilection à travers une flexibilité et une créativité incomparable, un processus de développement souple et informel (Krieger, 2001)

Dernière élément de définition de la start-up ; il s'agit du financement. Selon Steve Blank, une start-up est une organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable et permettant une croissance exponentielle. Alors qu'une entreprise dans sa vision traditionnelle, a un business model bien déterminé et a pour objectif de l'exécuter et de l'optimiser, la start-up est une entreprise à la recherche du bon business model, lui permettant d'évoluer (modèle économique à retardement, selon l'expression de (Marty, 2002). Aussi, dans le mode de financement, les investisseurs jouent un rôle crucial. Il peut s'agir de business angels ou de groupes financiers. Ces acteurs créent des tensions à l'intérieur de l'entreprise entre besoin de croissance des investisseurs et besoin d'autonomie des leaders qui ont une vision bien spécifique de leur entreprise.

### **3. Le tourisme saharien en Algérie**

À l'échelle mondiale, le tourisme quel que soit sa forme, est considéré comme un important moteur de développement économique, il joue par ailleurs, un rôle non négligeable dans la création de richesses et d'emplois. Pour l'Algérie et selon le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique, (SDAT 2025), le tourisme « n'est plus un choix, c'est un impératif national, en ce sens qu'il constitue un moteur de développement, de valorisation du patrimoine culturel et historique national et un accélérateur de la croissance ».

À cet effet, l'Algérie s'est engagée « de donner au tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts » (Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008)

#### **3.1 Définition du tourisme**

Le tourisme est une notion pluridisciplinaire, complexe et difficile à définir, car il est un secteur très hétérogène et elle fait appel à plusieurs services tels que l'hôtellerie, la restauration, le transport, le commerce et beaucoup d'autres qui doivent travailler en cohérence afin de satisfaire les attentes des touristes et réaliser les objectifs économiques attendus (Bouazza Marouf, 2012, p. 5). De ce fait il est difficile de définir le tourisme d'une

manière précise car il existe une diversité de définitions variables selon le temps et le lieu, parmi lesquelles on a choisi celle de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Pour l'OMT, « le tourisme est un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but sanitaire (tourisme de santé) » (OMT, 2020).

Les trois caractéristiques du tourisme sont le changement de lieu, la durée et les motifs du séjour. Tout d'abord, il faut souligner que le tourisme est une activité humaine basée sur un déplacement, un changement d'habitat pour une période qui dépasse les 24 heures. Ces caractéristiques qui le différencient des loisirs pour lesquels le déplacement n'est pas vraiment une obligation et une condition nécessaire à leur réalisation. Car être touriste et faire du tourisme signifient quitter temporairement son lieu de vie habituel pour aller ailleurs, dans un ou des lieux situés hors de son environnement quotidien ; des lieux construits pour les touristes (Harouat, 2012, p. 12). Il existe plusieurs formes du tourisme, nous les résumons comme suit entre traditionnel et moderne. Le tourisme traditionnel regroupe le tourisme de loisirs envers les parcs, les stations balnéaires, les stations thermales, les campements, les zoos, les terrains de golf, stations de ski pour récréation et relaxation, tandis que le tourisme moderne regroupe les nouvelles formes de tourisme tel que l'écotourisme, responsable, solidaire....

### **3.2 Le tourisme saharien**

Ce type de tourisme a pour but principal de découvrir le Sahara, il est défini selon la loi 03-01 du 17/03/2003 relative au développement durable du tourisme comme « tout séjour touristique en milieu saharien reposant sur l'exploitation des différentes potentialités naturelles historiques et culturelles, accompagnées d'activités de loisirs, de détente et de découverte spécifique à ce milieu. » (Ministère du tourisme, 2020)

Selon l'expression de (Sidi Boumediene, 2020), le tourisme saharien n'est pas n'importe quel tourisme, parce que le Sahara est un espace très vaste, composé de plusieurs milieux naturels qui offrent des potentialités touristiques indéniables consolidées par une civilisation ancestrale qui lui

confère. Sa variété, sa diversité, sa grandeur, son histoire, sa culture, sa biodiversité, sa nature diverse, ses artisanats, ses rites, ses coutumes variés et couleurs multiples, etc.... ont offert à la région des potentialités et des curiosités touristiques exceptionnelles (Harouat, 2012, p. 21).

La saison saharienne débute quand les températures dans les zones du sud commencent à baisser au mois d'octobre de chaque année et s'étend peu à peu jusqu'au mois d'avril. (Ministère du tourisme, 2020)

### **3.3 Les potentiels touristiques en Algérie**

L'Algérie est considérée comme le plus grand pays d'Afrique en raison de sa grande superficie, qui est de 2 3 81 7 41 kilomètres carrés, elle occupe une place importante dans le bassin méditerranéen car elle borde la méditerranée avec un littoral de plus 1200 kilomètres, elle possède des caractéristiques géographiques diversifiées qui font d'elle un pays continent ; ceci apparaît dans son relief constitué de trois grands ensembles : le Tell au nord, les Hauts Plateaux et le Sahara au sud. Par ailleurs, le climat en Algérie est aussi favorable, la carte climatique se découpe en trois zones : méditerranéen au nord, continental à l'intérieur des terres, et désertique au sud. Bien entendu, du nord au sud la carte de l'Algérie se dessine sous une multitude de formes et de reliefs : mer, montagne, désert....

Sur le plan culturel et historique, l'Algérie possède un grand patrimoine culturel réparti à travers tout son territoire, il diffère d'une région à une autre. C'est un véritable carrefour de rencontre entre différentes cultures dues aux différentes civilisations qu'a connues l'Algérie et aux différentes colonisations qui ont marqué son histoire et ont laissé des traces au niveau des traditions, coutumes et festivités.

La région du Sahara constituée le désert algérien et couvre environ 85% de la surface totale du pays soit près de deux millions de kilomètres carrés. Ce milieu constitue une spécificité et un atout supplémentaire du patrimoine touristique algérien. Le Sahara algérien est un espace très vaste composé de plusieurs milieux naturels qui offrent des potentialités touristiques indéniables consolidées par une civilisation ancestrale qui lui confère tous les atouts d'une région touristique par excellence. (Harouat, 2012, p. 119).

Malgré tous ces attraits touristiques qui ont permis de classer l'Algérie parmi les 20 plus beaux pays à l'échelle internationale, cependant, le rapport

du Forum Economique Mondial a attribué à l'Algérie 118ème place parmi 138 pays puisque l'activité touristique représente 8% du PIB et 19ème place en Afrique, ce qui représente un faible classement comparé aux pays voisins (3ème place pour le Maroc et 9ème place pour la Tunisie). (Amnache-Chikh, 2017).

Ce résultat s'explique en particulier par un manque de moyens d'accueil point de vue infrastructures et qualité de service, notamment celles relatives à l'hébergement, la restauration, au transport aérien et terrestre, à la perception de sûreté et de sécurité, au système de santé et d'hygiène, en plus du manque d'informations autour du tourisme en Algérie. (Hamdi Pacha, 2017).

#### **4. La Startup touristique algérienne « Nbatou » et son apport au tourisme saharien**

Comme nous l'avons annoncé précédemment, l'Algérie possède des caractéristiques naturelles, culturelles et historiques adéquates qui peuvent lui permettent d'occuper la première place au bassin méditerranéen en matière de destination touristique. Mais cela n'est approuvable que si celle-ci est apte à offrir un produit touristique compétitif et de qualité.

En effet, le tourisme algérien en générale et le tourisme Saharien d'une façon particulière souffre de plusieurs défaillances, dont l'infrastructure touristique (hébergement, restauration, transport...) représente l'une des lacunes principales du secteur du tourisme en Algérie.

Dans la région saharienne en particulier, et vu le manque d'établissements d'hébergement, certains habitants hébergent les touristes (internes et étrangers) à des tarifs plus en moins attractifs, et proposent souvent à leurs clients d'autres services liés à l'activité touristique (Guides touristiques, circuits touristiques, soirées musicales, restaurations, ...). Ce phénomène socio-économique « le tourisme chez l'habitant » est autorisé sous conditions d'être déclarées auprès des services de la mairie. Mais la majorité des actifs dans ce domaine ne le font pas et préfèrent travailler clandestinement. L'émergence de ce type de tourisme informel et non réglementée dans la région constitué une menace pour l'économie locale et cela malgré ses effets positifs sur la population locale en matière de revenus

(Fellah & Royoux, 2017).

De ce fait, plusieurs projets ont vu le jour afin de rendre l'hébergement au Sahara plus accessible et plus réglementé, parmi ces projets on peut citer le cas des start-up touristiques dans le domaine d'hébergement.

Ces start-ups ont fait naissance avec l'émergence d'Internet et la croissance effrénée de l'usage des nouvelles technologies dans perce que tous les domaines de la vie, de plus avec l'augmentation du nombre d'internautes dans le monde, le tourisme a connu une renaissance de ses usages traditionnels. Les touristes ne réservent plus la croisière, le vol ou l'hôtel par téléphone ou dans l'agence de son quartier, mais ils ont réservé tout ou une partie de leurs séjours directement sur Internet

Au niveau mondial, le secteur de l'hébergement compte le plus grand nombre d'initiatives d'entrepreneurs, ceux de l'aérien et des locations de résidences de vacances/hébergement entre particuliers récoltent des investissements moyens plus élevés par entreprise (Vezina, 2013).

La nouvelle vague des start-up touristiques en Algérie s'inspire des tendances dans le tourisme pour améliorer l'expérience client et proposer de nouvelles offres. Parmi ces start-ups algériennes on peut citer le cas de la start-up Nbatou.

Créée en Mars 2016, Nbatou est la première start-up algérienne spécialisée en hébergement qui se positionne avec succès sur cette branche en plein essor. Cette start-up a vu le jour en Algérie pour répondre à un besoin qui est : Win nbatou ? (Où se loger ?). À travers ses solutions, la plateforme Nbatou donne accès à des solutions d'hébergement partout en Algérie, et à moindre coût. Cette startup est largement inspirée des plateformes mondiales qui permettent aux propriétaires d'appartements de louer leurs biens en ligne (Nbatou, 2020).

Elle propose aux internautes algériens et étrangers venant de la Turquie, la Tunisie, la France, l'Allemagne, l'Inde, etc., une gamme diversifiée de logements : villa, appartement, studio, niveau de villa, duplex, loft, chambre, bungalow, chalet, cabane, kheïma, gîte etc. à travers tout le territoire national pour des séjours d'une nuitée à 30 nuitées (Nbatou, 2020).

Le service couvre à présent 24 wilayas dont 7 wilayas du grand Sahara, avec près de 700maisons qui reflètent le confort et l'identité de chaque

région.

Selon les fondateurs de la plateforme Nbatou, cette dernière 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 (Android-DZ, 2020).

Cette start-up a 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.

Dans le but de bien satisfaire sa clientèle, la start-up Nbatou n'est plus qu'un site d'annonces de maisons à louer, mais elle offre de recherche personnalisée selon des critères détaillés (localisation, superficie, genre de maison ou appartement et budget). Elle 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. (Tekfi & Laouedj, 2019).

Pour ce faire, les deux frères fondateurs de la plateforme ont bien défini un ensemble des conditions sur la plateforme pour assurer le bon fonctionnement, la satisfaction et la fidélité des clients. Parmi ces conditions est la vérification des biens particuliers 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 (Nbatou, 2020).

Comme toute autre entreprise, la start-up Nbatou rencontre quelques obstacles qui empêchent son bon fonctionnement. Parmi les contraintes rencontrées par la startup : le manque d'encadrement réglementaire pour ce genre de location, l'absence de E-paiement et le poids du tourisme informel (Android-DZ, 2020).

A ces contraintes les fondateurs de la startup ont apporté des solutions alternatives telles que le paiement par virement bancaire ou mandat postal, ou bien directement au siège de Nbatou.

## **5. CONCLUSION**

L'Algérie qui s'étend sur une grande superficie classée onzième à

l'échelle mondiale, dispose d'un grand potentiel touristique très diversifiés qui lui procure un futur très prometteur. Néanmoins, le secteur du tourisme connaît certaines lacunes qui sont à l'origine du retard connu par ce secteur en Algérie, dont l'hébergement représente l'un des principales lacunes surtout dans la région du Sahara. Face à cette situation, et prenant conscience du formidable gisement touristique que constitue le Sahara, mais aussi à une offre faible en tourisme en matière d'hébergement, il ressort que les start-ups touristiques constitué un véritable levier pour le développement du tourisme en générale et le tourisme saharien en particulier.

Nbatou est un excellent exemple des start-up touristiques active dans le développement du tourisme en Algérie. Cette start-up à permet de surmonter le problème d'hébergement qui se pose le plus souvent au Sahara et par conséquence elle joue un rôle très important dans le développement du tourisme saharien, dont la mesure où elle incite les algériens à découvrir les richesses naturelles, culturelles et historiques de leur pays, en leur facilitant la tâche de trouver l'hébergement qui leur convient en termes de prix et de qualité. De plus cette même start-up

## 6. Références bibliographiques :

### Bibliographie

- Alem, B., & Aoussat, S. (2008). Incubateur de start-up au Hamma d'Alger. . *Mémoire de master. Université de Tizi Ouzou.*
- Amnache-Chikh, S. (2017). L'activité Touristique en Algérie : Réalité et Perspectives de Développement. *El-Bahith Review(17), 161-167.*
- Android-DZ. (2020). *android-dz: <https://www.android-dz.com/interview-exclusive-avec-faycal-chaib-createur-de-la-plateforme-nbatou/>.*
- Bouazza Marouf, N. (2012). La communication touristique à l'international : cas du sud Algérien. . *Mémoire de magister en sciences commerciales. Université d'Oran 2.*
- Fellah, A., & Royoux, D. (2017). La mise en valeur touristique du patrimoine saharien : Le cas de la route des ksour. *Revue GéoDév.ma., 5(Numéro spécial : « Tourisme durable et articulation entre littoral et arrière-pays en Méditerranée »).*
- Gaujard, C. (2008). L'idéaltype de la start-up : une synthèse de l'organisation du Travail et de l'emploi d'un contexte de ruptures. *Les cahiers du Lab RII(178), 1-20.*

**Titre : Les start-up un levier de développement du tourisme saharien en  
Algérie : cas de start-up Nbatou**

---

- Hamdi Pacha, N. (2017). Le tourisme, levier de développement local : Analyse du rôle des collectivités locales dans la mise en tourisme de l'Algérie. . *Revue des Sciences Humaines – Université Mohamed Khider Biskra*(46), 21-36.
- Harouat, F. (2012). Comment promouvoir le tourisme en Algérie ? . *Mémoire de Magister. Université Abou Bekr Belkaid Tlemcen.*
- Krieger, E. (2001). Créer et financer une start-up : constat et recommandations. . *Revue télécome, publication de l'association des anciens de l'ENST.*
- Marty, O. (2002). LA VIE DE START-UP (S') Investir dans les entreprises innovantes. Gérer et Comprendre. . *Les Annales des Mines, 4-15.*
- Ministère de l'Aménagement du Territoire, d. l. (2008). *Schéma directeur de l'aménagement touristique SDAT 2025.*
- Ministère du tourisme. (2020). <https://www.mtatf.gov.dz/>.
- Nbatou. (2020). <http://www.nbatou.com> .
- OMT, O. m. (2020). Récupéré sur <https://www.unwto.org/fr>.
- Sidi Boumediene, R. (2020). *Sahara des cultures et des peuples : Vers une stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara dans une perspective de lutte contre la pauvreté.* . Récupéré sur [www.polepatrimoine.org](http://www.polepatrimoine.org).
- Tekfi, S., & Laouedj, Z. (2019). Les Startups touristiques : un fer de lance pour le tourisme interne en ALGERIE : Cas de la Startup Nbatou. . *Revue de l'Ijtihad D'études Juridiques et Economiques, 8(3), 1-14.*
- Vezina, L. (2013). *Veille tourisme.* Récupéré sur <https://veilletourisme.ca/2013/10/07/lessor-de-lentrepreneuriat-technologique-en-tourisme/>.