

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
Université 8 mai 1945 Guelma
Faculté des Sciences Économique, Commercial et Sciences de Gestion



Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de Master en sciences de gestion
Option : Entrepreneuriat

Projet de création d'une plateforme
E-Commerce Multi-vendeurs des meubles et
décoration « Trado »

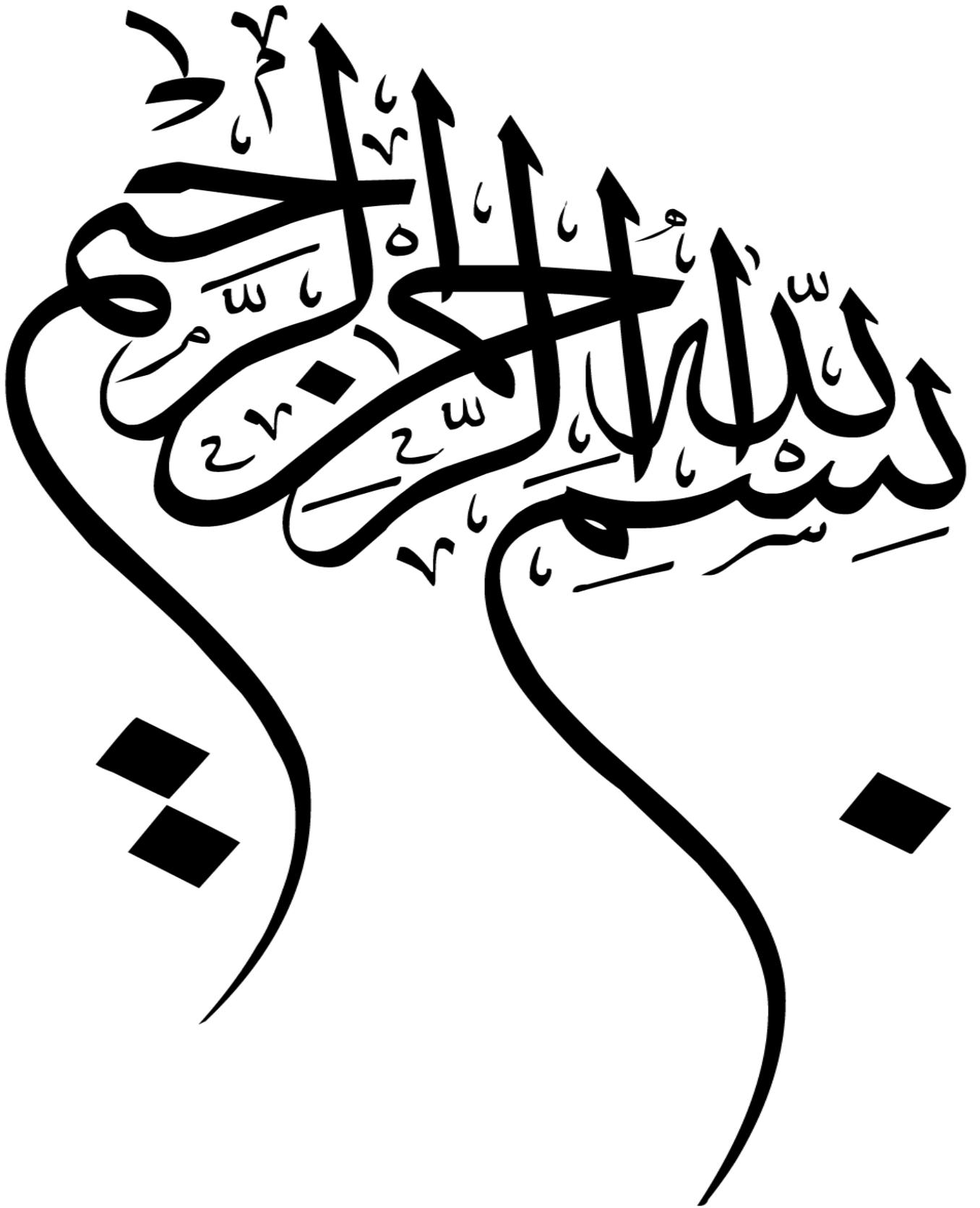
Réalisé par :

- TALDJOUN HIBATALLAH
- BENKHELIFA SAADA

Sous la direction de :

ABDELAZIZ BENKIRAT

Année universitaire 2023- 2024



SOMMAIRE

LISTES DES FIGURES.....	III
INTRODUCTION GENERALE	A
3-1 Décoration et meubles	5
2. Électronique.....	5
3. Métiers des femmes (coiffeuses, couturières, esthéticiennes...)	6
Choix du domaine: Meubles et décoration	6
II- Le problème.....	7
1- Les personas	7
2- Empathy map	11
3- User Journey Map.....	14
4- Définition de problème.....	14
4-1 Pour les Grossistes	15
4-2 Pour les Détaillants.....	15
III- Business Model Canvas	16
1- VALUE PROPOSITION CANVAS (VPC).....	16
2- Business Model Canvas (BMC 0)	17
Pimento map version 1 :.....	19
analyses des resultat pimento:	20
IV- Étude de marché	22
1- Étude de marché mondial de e-Commerce	22
1-1 Facteurs de croissance	23
1-2 Segmentation du marché mondial du e-commerce	23
1-3 Les acteurs de marché mondial de e-commerce	25
1-4 Tendances majeures du e-commerce en 2024.....	25
1-5 Opportunités et Défis Majeurs du E-commerce.....	26
1-6 Les principaux obstacles de E-Commerce en 2024	27
1-7- L'impact du COVID-19 sur le e-commerce.....	27
1-8 Tendances futures du commerce électronique	28
2- Marché mondiale de meuble et décoration	29
2-1 Taille du marché.....	29
2.2 -Taux de croissance:	30
2.3 -Segmentation du marché :.....	31

2.4- Taille et croissance du marché	34
2.5 -Acteurs clé de marché :	35
2.6- Tendances de marché :	37
2.7- Opportunités de marché :	38
2.8- Défis du marché :	39
2.9- Impact de la COVID-19	39
3-Etude de marché national de e-commerce :	39
3.1- Croissance du marché du e-commerce	39
3.2- Acteurs clés du e-commerce en Algérie	40
3.3- Défis et perspectives d'avenir du e-commerce en Algérie	40
3.4- L'impact du COVID-19 sur le e-commerce en Algérie	41
3.6- Cadre juridique et réglementaire du e-commerce en Algérie.....	41
3.7- Défis et perspectives d'avenir.....	44
3.8- Commerce électronique en Algérie :.....	44
3.9- Promotion d'un environnement favorable aux start-ups en Algérie	44
4-Étude de marché du meuble et de la décoration en Algérie	45
4.1- Taille du marché et tendances de croissance	45
4.2- Structure du marché	45
4.3- Analyse de la demande	46
4.4- Analyse de la concurrence.....	46
4.5- Acteurs clés du marché algérien du meuble et de la décoration :.....	47
4.6- Technologie :.....	50
4.7- Besoins des consommateurs	51
5- Analyse de marché national du meuble et deco :	52
5.1- Le context map :.....	52
5.2- Analyse de PESTEL:.....	52
5.3- Analyse SWOT :.....	53
6-BMC 1 :	54
7.1-Description du projet :	56
7.2 - Interface du site :.....	57
8-Le test du Business plan ET Business (Pimento Map) version 2	57
8.1-Résultat du test pimento:	58

8.2-Rapport Pimento Map :	58
9.BMC 2 :	69
CONCLUSION :	71

LISTES DES FIGURES

Figure 1: Lotus diagramme décoration et meuble	12
Figure 2 : Lotus diagramme électroniques	13
Figure 3: Lotus diagramme métiers des femmes	13
Figure 4 :Persona1	16
Figure 5 : Persona2	18
Figure 6 : Persona2	19
Figure 7 : Persona 4	20
Figure 8 : Empathy map	21
Figure 9 : Journey map	22
Figure 10 : Point of view grossistes	24
Figure 11 : Point of view détaillants	27
Figure 12 : Vpc grossistes	30
Figure 13: Vpc détaillants	31
Figure 14: BMC0	31
Figure 15: Pimento map	32
Figure 16: key e-commerce facts and insights	33
Figure 17: E-commerce global market size and leaders	33
Figure 18: Segmentation de marché de e-commerce	34
Figure 19: Top 10 countries in e-commerce	35
Figure 20: Carte géographique e-commerce dans le monde	36
Figure 21: The largest e-commerce companies	37
Figure 22: Interface du site amazon	38
Figure 23: Interface du site aliexpress	39
Figure 24: Interface du site ebay	40
Figure 25: Interface du site walmart	41
Figure 26: E-commerce market leaders	42
Figure 27: Marché globale du decor enligne	49
Figure 28: Marché gloal du meuble et decoration	50
Figure 29: Taille du marché mondial du meuble	50
Figure 30: Taux de croissance du marché du meuble	51
Figure 31: Best-seller produit meuble	53
Figure 32: Le canal préféré pour la recherche et l'achat des produits d'ameublement	54
Figure 33: Les revenus du marché du meuble en 2023	54
Figure 34 : Marché global du meuble par région	56
Figure 35: Les produits les plus achetés au cours de 2023	57

Figure 36: Acteurs clés du marché du meuble	59
Figure 37: Top 5 leaders du marché mondiale du meuble	61
Figure 38: Top 5 e-commerce retailers	62
Figure 39: Furnitures market leaders	62
Figure 40 : Context map	83
Figure 41 : Analyse de pestel	84
Figure 42 : Analyse de swot	86
Figure 43 : Interface de TRADO	91
Figure 44 : BMC 1	93
Figure 45: Pimento map2	97
Figure 46: BMC2	101

LISTES DES TABLEAUX

Tableau 1: Point of view Grossistes	16
Tableau 2 : Point of view Détaillants	17
Tableau 3: BMC0	19
Tableau 4 :Points forts et faibles	52
Tableau 5 : BMC1	56
Tableau 6 : BMC2	70

INTRODUCTION GENERALE

L'essor de l'e-commerce a transformé le paysage commercial mondial, offrant aux consommateurs des moyens novateurs d'accéder et d'acquérir des produits et services. Grâce aux avancées technologiques, à l'augmentation de la connectivité Internet et à l'usage généralisé des smartphones, ce secteur a connu une croissance rapide. Des géants tels qu'Amazon, Alibaba et eBay dominent ce marché, proposant une large gamme de produits et des services de livraison rapide. En 2024, on anticipe que l'e-commerce continuera de se développer, touchant de nouveaux segments de marché et intégrant des technologies innovantes telles que l'intelligence artificielle et la réalité augmentée pour améliorer l'expérience utilisateur.

La pandémie de COVID-19 a profondément modifié le paysage de l'e-commerce. Les confinements et les restrictions sanitaires ont forcé les consommateurs à adopter les achats en ligne, entraînant une augmentation spectaculaire des ventes sur les plateformes de commerce électronique. Ce changement a non seulement accéléré l'adoption de l'e-commerce mais a également obligé les entreprises à innover rapidement pour répondre à la demande croissante. Les entreprises qui avaient déjà une présence en ligne ont renforcé leur position, tandis que celles qui étaient uniquement physiques ont dû s'adapter en développant des solutions numériques. La pandémie a ainsi consolidé l'e-commerce comme un pilier essentiel du commerce mondial.

En Algérie, l'e-commerce est encore en développement, mais il a connu une croissance notable ces dernières années, en partie due à la pandémie. Les consommateurs Algériens, de plus en plus connectés, commencent à adopter les achats en ligne pour leur commodité et leur accessibilité. Cependant, le marché Algérien de l'e-commerce fait face à plusieurs défis, notamment en matière d'infrastructure logistique, de paiements en ligne sécurisés et de réglementation. Les entreprises locales et les startups innovent pour surmonter ces obstacles, en proposant des solutions adaptées aux spécificités du marché Algérien. La croissance de l'e-commerce en Algérie est prometteuse, mais nécessite des efforts concertés pour atteindre son plein potentiel.

Le secteur du meuble et de la décoration en Algérie est vaste et en pleine croissance, avec une demande croissante pour des produits de qualité et des designs modernes. Toutefois, ce marché est également confronté à des défis spécifiques, notamment des difficultés d'approvisionnement, des coûts élevés et une fragmentation du marché. Les restrictions d'importation dues à la pandémie ont exacerbé ces défis, entraînant des augmentations de prix et des pénuries de certains produits. Malgré cela, l'e-commerce offre des opportunités significatives pour ce secteur. En tirant parti des plateformes en ligne, les grossistes, détaillants et artisans peuvent atteindre un public plus large, améliorer leur visibilité et stimuler leurs ventes. Une marketplace dédiée au meuble et à la décoration pourrait ainsi transformer ce marché, en rendant les transactions plus efficaces et transparentes, et en facilitant l'accès des consommateurs à une large gamme de produits.

Alors, l'e-commerce, tant au niveau mondial qu'en Algérie, représente une opportunité majeure pour le secteur du meuble et de la décoration. Les acteurs du marché doivent adopter des stratégies numériques innovantes pour surmonter les défis actuels et exploiter pleinement le potentiel de croissance offert par le commerce électronique.

Hypothèses

À partir du BMC version 0, des hypothèses commerciales ont été formulées pour le projet, qui seront confirmées par l'étude sur le terrain et ses résultats figureront dans le BMC2

- Public ciblé : Grossistes, détaillants ; individus, entreprises, artisans,
- Valeur proposée : gain de temps, gain financier, transparence et confiance.
- Canaux de distribution : création d'une plateforme en ligne.
- Modèle commercial : commission, abonnement.

Méthodologie adoptée

1- Design Thinking : il s'agit d'une approche pour résoudre les problèmes et trouver des solutions novatrices, axée principalement sur la compréhension des besoins des utilisateurs, l'identification du problème, la génération d'idées innovantes, et l'amélioration continue des solutions.

2- Lean Startup : il s'agit d'une approche courante pour le développement et le lancement de nouveaux produits ou entreprises. Elle met l'accent sur un processus méthodique et itératif visant à réduire le gaspillage, valider les hypothèses commerciales, et fournir efficacement le produit ou service désiré par les clients.

Outils utilisés :

Les outils utilisés se basent sur ceux mentionnés dans les deux méthodologies ci-dessus et comprennent : Story board, Persona, entretiens d'empathie, carte d'empathie, lotus Diagram, POV, carte des parties prenantes, Business Model Canvas (BMC), Value proposition Map (VPC), analyse de SWOT, analyse de PESTEL, PIMENTO MAP

I- General Problem Statement

Dans un marché en constante évolution comme celui de l'Algérie, le secteur B2B se retrouve face à une série de défis complexes. La dynamique commerciale entre les grossistes et les détaillants est souvent entravée par des processus administratifs lourds, un marché fragmenté, et des relations commerciales peu fiables. Ces obstacles non seulement freinent la croissance des entreprises, mais génèrent également des inefficacités coûteuses. Afin de comprendre et de surmonter ces défis, une analyse approfondie est nécessaire pour identifier les principaux problèmes et secteurs affectés

1- Le problème principal du B2B en Algérie

Le marché B2B en Algérie est confronté à de nombreux défis qui entravent son développement. Parmi les principaux problèmes, on trouve des processus de commande complexes et inefficaces, une fragmentation du marché, et une difficulté à établir des connexions fiables entre les grossistes et les détaillants. Ces obstacles entraînent des inefficacités, des coûts élevés et des retards dans les transactions commerciales.

1-1 Les défis du Marché B2B en Algérie

- **Processus de commande complexes et inefficaces** : Les entreprises B2B en Algérie se heurtent souvent à des procédures administratives lourdes et chronophages. Les commandes passent par plusieurs intermédiaires, ce qui ralentit le processus et augmente les risques d'erreurs. La paperasserie excessive et le manque d'automatisation rendent les transactions moins fluides et plus coûteuses.
- **Fragmentation du marché** : Le marché B2B algérien est très fragmenté, avec de nombreux petits fournisseurs et détaillants dispersés. Cette dispersion complique la création de réseaux de distribution efficaces et cohérents. Les entreprises peinent à centraliser leurs opérations et à obtenir une vue d'ensemble des activités du marché, ce qui limite leur capacité à planifier et à prendre des décisions stratégiques.
- **Difficulté à établir des connexions fiables entre les grossistes et les détaillants**: Les relations commerciales entre grossistes et détaillants manquent souvent de transparence et de fiabilité. Les détaillants ont du mal à trouver des fournisseurs de confiance et à négocier des conditions favorables. Cette situation entraîne une incertitude et un manque de fluidité dans les échanges commerciaux, ce qui nuit à la croissance et à la compétitivité des entreprises.

2- Choix des domaines du problème

Afin d'approfondir l'analyse de ces problématiques, il est pertinent de se concentrer sur trois secteurs d'activité clés du marché B2B Algérien :

2-1 Décoration et meubles

- **Dynamique du marché** : Ce secteur est en forte croissance et attire un grand nombre d'entreprises, ce qui en fait un domaine compétitif et intéressant à analyser.
- **Complexité des processus** : Les entreprises dans ce domaine rencontrent des défis significatifs liés à l'optimisation des processus de commande et à l'établissement de relations durables avec leurs partenaires commerciaux.

- **Potentiel d'innovation** : Il existe un potentiel élevé pour des solutions innovantes qui peuvent améliorer l'efficacité et la différenciation dans le marché de la décoration et des meubles.

2-2 Électronique:

- **Croissance rapide** : Le secteur de l'électronique connaît une croissance rapide, avec une demande accrue pour les produits technologiques.
- **Défis uniques** : Les problèmes de contrefaçon, de gestion des stocks et d'innovation rapide présentent des défis uniques qui nécessitent des solutions spécifiques.
- **Impact sur d'autres secteurs** : Les innovations et les progrès dans le secteur de l'électronique peuvent avoir des effets positifs sur d'autres secteurs industriels, rendant son analyse cruciale pour une compréhension globale du marché B2B.

2-3 Métiers des femmes (coiffeuses, couturières, esthéticiennes, etc.) :

- **Importance sociale et économique** : Ce secteur, bien que souvent informel, joue un rôle vital dans l'économie locale et dans l'autonomisation des femmes entrepreneures.
- **Manque de structuration** : Les défis liés à la structuration et à l'accès aux outils digitaux adaptés sont importants, mais également surmontables avec les bonnes interventions.
- **Potentiel de transformation** : L'amélioration des connexions entre ces entrepreneures et leurs fournisseurs peut transformer le secteur, augmentant l'efficacité et la productivité, et créant ainsi un impact socio-économique positif.

3- Les problèmes par secteur sélectionné

Avant de choisir de nous concentrer sur un domaine, nous avons réalisé plusieurs interviews pour recueillir des avis et des perspectives et pour :

- Validation du marché
- Identification des besoins des utilisateurs
- Compréhension de la concurrence
- Développement du produit
- Évaluation des partenariats potentiels.

Nous avons consulté des acteurs clés de chaque secteur pour comprendre les dynamiques spécifiques et les défis rencontrés.

- **Madame Nadia** : Membres de l'équipe au pôle, Madame Nadia a partagé ses observations sur les choix des produits avant l'achat online et le problème du paiement électronique. Son expertise nous a aidés à identifier le meilleur domaine et les opportunités qui y sont disponibles.

- **Monsieur Djamel** : commerçant et détaillant en décoration, Monsieur Djamel a apporté un point de vue pratique sur les difficultés rencontrées au quotidien. Il a souligné l'importance de trouver des fournisseurs fiables et la nécessité d'une meilleure communication et coordination pour éviter les ruptures de stock et les retards de livraison.

- En plus de ces consultations, nous avons également mené **des interviews avec divers grossistes et détaillants et d'autres individus** dans les trois secteurs. Ces échanges ont été essentiels pour

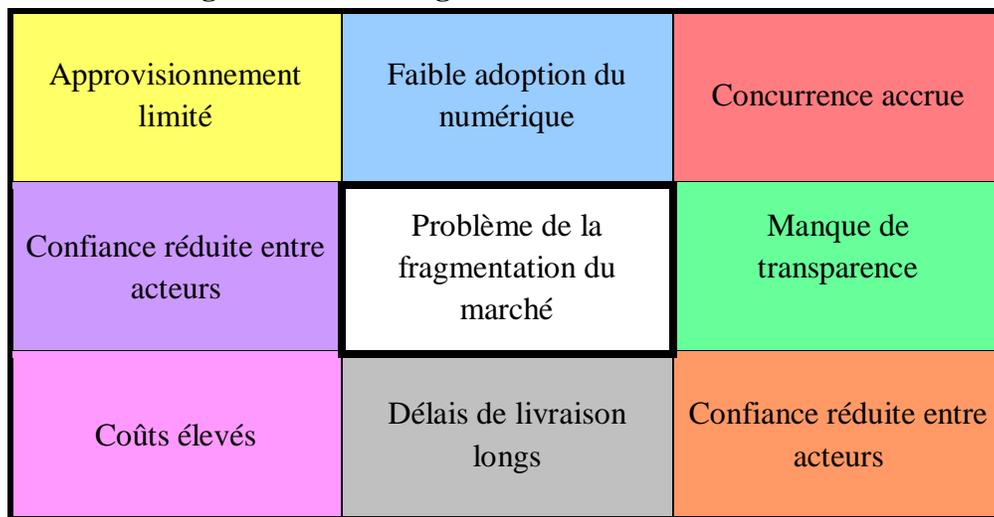
obtenir une compréhension approfondie des défis spécifiques liés à la gestion des stocks, à la logistique et aux relations commerciales.

Leurs opinions et expériences ont été précieuses pour orienter notre choix et élaborer des stratégies adaptées aux besoins réels du marché. Ces consultations ont révélé que malgré les obstacles, il existe un potentiel considérable pour améliorer l'efficacité et la transparence des transactions B2B en Algérie.

3-1 Décoration et meubles

Le secteur de la décoration et des meubles en Algérie connaît une demande croissante pour des produits de qualité et des designs modernes. Cependant, ce marché est fragmenté et confronté à des difficultés d'approvisionnement et de coûts élevés. Les restrictions d'importation exacerbent ces problèmes, entraînant des hausses de prix et des pénuries de produits.

Figure 1: Lotus diagramme décoration et meuble

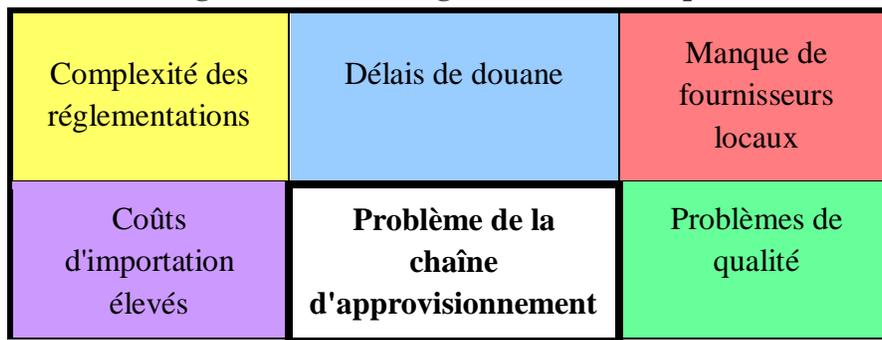


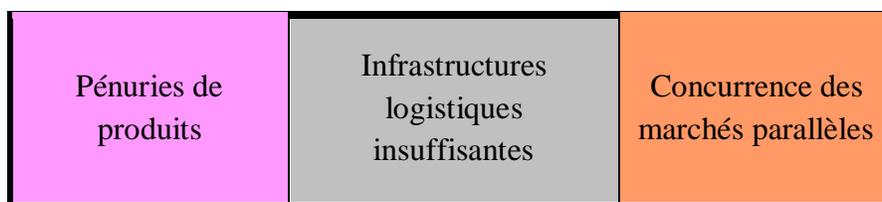
Source: Réalisé par les étudiants

2. Électronique

Le marché de l'électronique en Algérie est dynamique avec une forte demande pour des produits tels que les smartphones, les ordinateurs et autres gadgets électroniques. Cependant, les acteurs du marché sont confrontés à des défis liés à l'approvisionnement, la logistique et la régulation, qui peuvent entraîner des retards et des coûts supplémentaires.

Figure 2 : Lotus diagramme électroniques



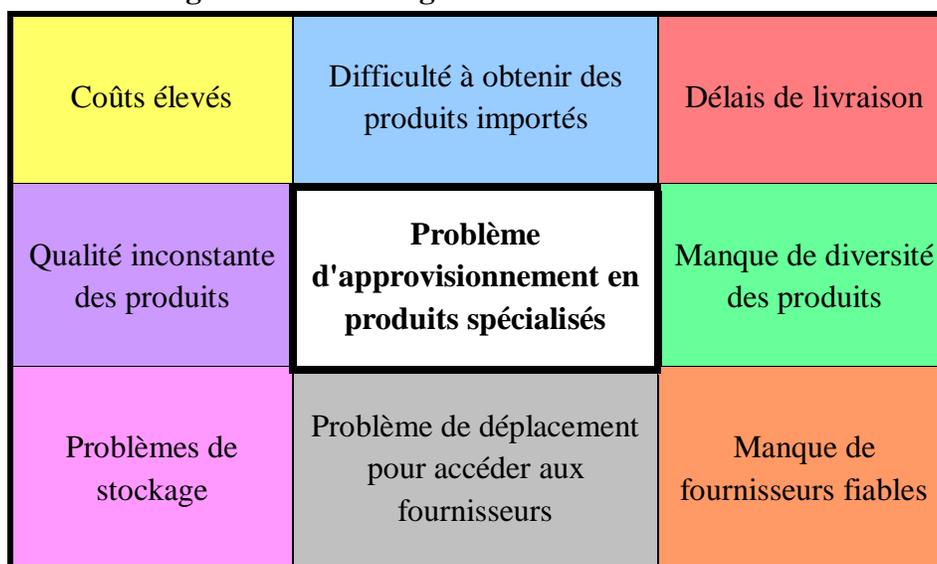


Source : Réalisé par les étudiants

3. Métiers des femmes (coiffeuses, couturières, esthéticiennes...)

Les métiers des femmes, tels que les coiffeuses, couturières et esthéticiennes, sont essentiels à l'économie locale. Ces professionnelles dépendent fortement de l'approvisionnement en produits spécialisés et en équipements. Cependant, elles rencontrent des difficultés pour accéder à des fournisseurs fiables et à des produits de qualité, ce qui peut affecter la qualité de leurs services.

Figure 3: Lotus diagramme métiers des femmes



Source: Réalisé par les étudiants

Choix du domaine: Meubles et décoration

Après avoir analysé les trois secteurs et pris en compte les avis recueillis lors des interviews, nous avons décidé de nous concentrer sur le domaine des meubles et de la décoration. Ce choix est motivé par plusieurs facteurs :

- **Demande croissante** : Le marché algérien du meuble et de la décoration est en expansion, avec une demande accrue pour des produits de qualité et des designs modernes.
- **Opportunités de numérisation** : Ce secteur présente des opportunités significatives pour la numérisation et l'amélioration des processus de commande et de gestion des stocks.
- **Impact potentiel** : Améliorer l'efficacité et la transparence dans ce secteur pourrait avoir un impact positif considérable sur l'économie locale et la satisfaction des consommateurs.

En nous concentrant sur ce secteur, nous visons à développer une solution qui facilite les échanges commerciaux, réduit les coûts et améliore la transparence et la fiabilité du marché.

II- Le problème

En se basant sur la conception pensée, on commence par une étude générale pour identifier les problèmes dans un domaine spécifique ou pour une catégorie donnée, dans le but de bien comprendre et d'explorer les principaux problèmes, en identifiant la personnalité du client et en menant des entretiens dans le but de dresser une carte d'empathie.

1- Les personas

Une bonne personnalité du client aide à mieux comprendre le marché cible, ce qui nous permet de créer un produit ou un service qui répond réellement à ses besoins. Elle est également appelée l'image symbolique du client ou la personnalité de l'acheteur. Dans le développement du produit, la personnalité de l'utilisateur est un ensemble de caractéristiques du client idéal pour former une image du client futur.

La plupart des organisations commencent avec trois à cinq personnes dans le but d'explorer les objectifs du client et les problèmes à résoudre. De même, la personnalité ne peut pas être bas

sur une personne réelle car il pourrait être trompeur de généraliser à partir de l'expérience d'une seule personne.

Figure : persona



<p>Persona 02</p>  <p>YAZID Age: 57 ans Occupation: commerçant Adresse: Guelma Sexe: Homme Situation: Marié</p>	<p>Comportements et habitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pratiques comme se lever à une heure fixe -régularité des repas Lecture de livres éducatifs 	<p>Motivations</p> <ul style="list-style-type: none"> -Profiter des plaisirs de la vie, qu'il s'agisse de loisirs, de hobbies, ou d'activités récréatives
	<p>Préoccupations et défis</p> <ul style="list-style-type: none"> -Impact des nouvelles technologies sur la vie quotidienne 	<p>Objectifs et ambitions</p> <ul style="list-style-type: none"> -retraite -Stabilité Financière

<p>Persona 03</p>  <p>KHALIL Age: 29 ans Occupation: commerçant Adresse: Guelma Sexe: Homme Situation: Célibataire</p>	<p>Comportements et habitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nerveux - Essai de nouvelles applications et technologies - intégration des innovations dans le travail. 	<p>Motivations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Être reconnu et apprécié pour ses efforts et ses réalisations - Avoir la liberté de faire ses propres choix et de contrôler sa vie.
	<p>Préoccupations et défis</p> <ul style="list-style-type: none"> - équilibre entre vie personnelle et vie de couple - Coûts du logement - les impôts 	<p>Objectifs et ambitions</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lancer et développer une entreprise -Devenir un leader respecté

<p>Persona 02</p>  <p>med Age: 57 ans Occupation: grossiste Adresse: Bordj bouariridj Sexe: Homme Situation: Marié</p>	<p>Comportements et habitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivé et oriente vers les résultats • Bon communicateur • Bon négociateur • Connaissance approfondie des tendances du marche et des produ 	<p>Hobbies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Randonnée • Voyages • Collection de montre
	<p>Expériences et formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diplôme en droit des affaires • Plus de 20 ans d'expérience dans le secteur d'article de déco et meuble 	<p>Objectifs professionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> • réduire les couts • relations durables avec les fournisseurs et les clients • Elargir la gamme de produits pour répondre a la demande changeante

<p>Persona 02</p>  <p>Nadia Age: 40 ans Occupation: mbr pole pro Adresse: Guelma Sexe: femme Situation: celibataire</p>	<p>Comportements et habitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serieuse • Hard worker • Timide 	<p>Motivations</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'argent • Succes et excellente
	<p>Préoccupations et défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etudiante en master 2 anglais • Member de l'équipe du pole pro université guelma 	<p>Objectifs et ambitions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poursuivre le parcours academique et professionnel

Source : Réalisés par les étudiants

Les personas développées pour notre projet représentent une compréhension approfondie et nuancée de nos utilisateurs cibles dans le secteur du mobilier et de la décoration en Algérie. En nous basant sur ces profils détaillés, nous sommes bien positionnés pour concevoir une solution qui répond précisément aux besoins et aux préférences de nos clients, tant du côté des grossistes que des détaillants. Cette approche centrée sur l'utilisateur guidera non seulement le développement du projet, mais aussi notre engagement continu à offrir une expérience client exceptionnelle et à stimuler la croissance durable dans notre marché cible

2- Empathy map

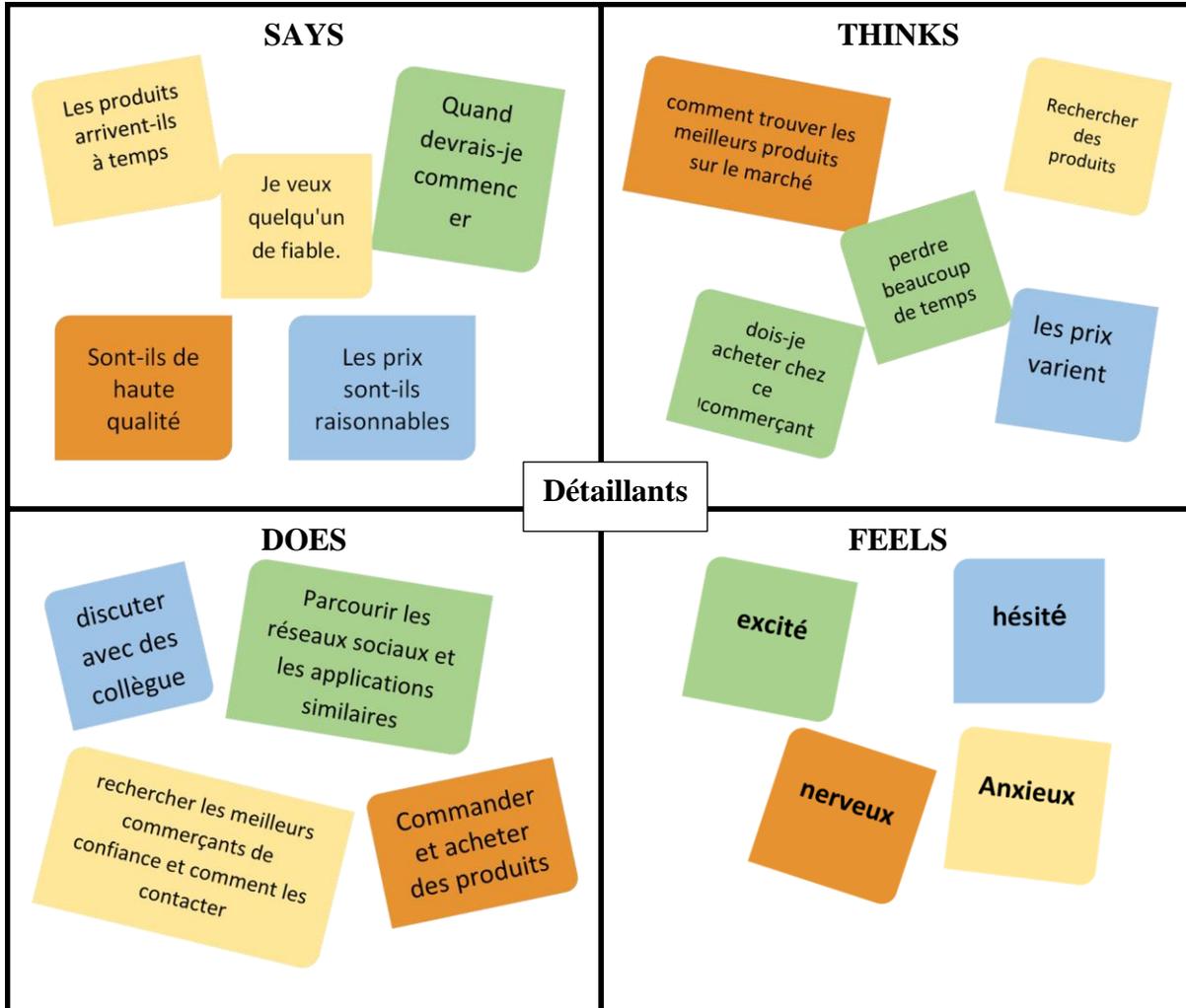
La carte d'empathie repose sur l'utilisation de l'intelligence émotionnelle pour obtenir une vision perspicace et profonde de la population cible. Les cartes d'empathie sont des outils importants pour comprendre le comportement à des moments précis ou sur des périodes différentes, mais elles peuvent également être utilisées pour comprendre le comportement passé de la population cible et prédire son comportement futur.

La carte d'empathie est une représentation collaborative utilisée pour clarifier ce que nous savons de la population cible, dans le but de :

- Créer une compréhension commune des besoins de l'utilisateur.
- Aider à la prise de décision.

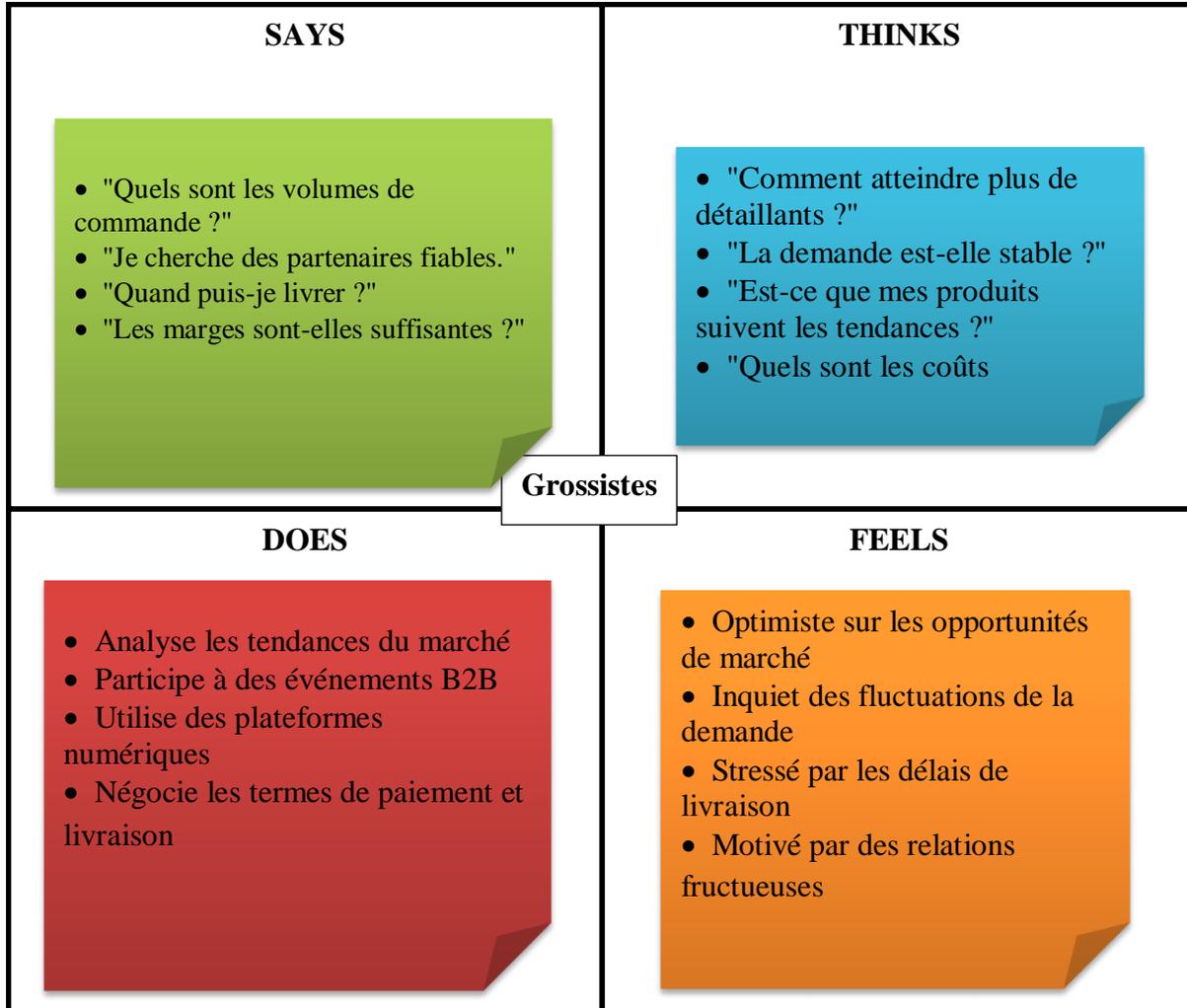
Après avoir mené des interviews empathiques pour identifier et explorer les problèmes liés au commerce du meuble et de la décoration, réalisés avec environ 15 personnes, du 3 mars jusqu'à la fin du mois Mai ; seuls cinq PERSONAS ont été sélectionnés et, à partir de ceux-ci, la carte d'empathie a été préparée.

Figure : Empathy Map pour les détaillants



Source : Réalisé par les étudiants

Figure : Empathy map pour les grossistes



Source : réalisé par les étudiants

A travers les Empathy maps des grossistes et des détaillants dans le secteur du meuble et de la décoration en Algérie, nous avons exploré en profondeur leurs pensées, sentiments, paroles et actions. Nous avons identifié que nombreux sont les défis, notamment la complexité des processus d'approvisionnement et la nécessité de maintenir des relations stables avec les fournisseurs. Les sentiments négatifs tels que la frustration et l'inquiétude sont prédominants, souvent exacerbés par des interactions complexes et peu transparentes dans le marché actuel. En réponse à ces insights, notre approche se concentre sur la simplification des interactions et l'instauration d'une plateforme qui offre non seulement la transparence mais aussi la fiabilité. En comprenant profondément leurs besoins et leurs motivations, nous visons à transformer ces défis en opportunités en facilitant des processus d'achat plus fluides et en renforçant la confiance mutuelle. Nous sommes résolus à créer un environnement où les grossistes et les détaillants se sentent soutenus et encouragés à prospérer, tout en favorisant une croissance durable et profitable pour tous les acteurs du marché.

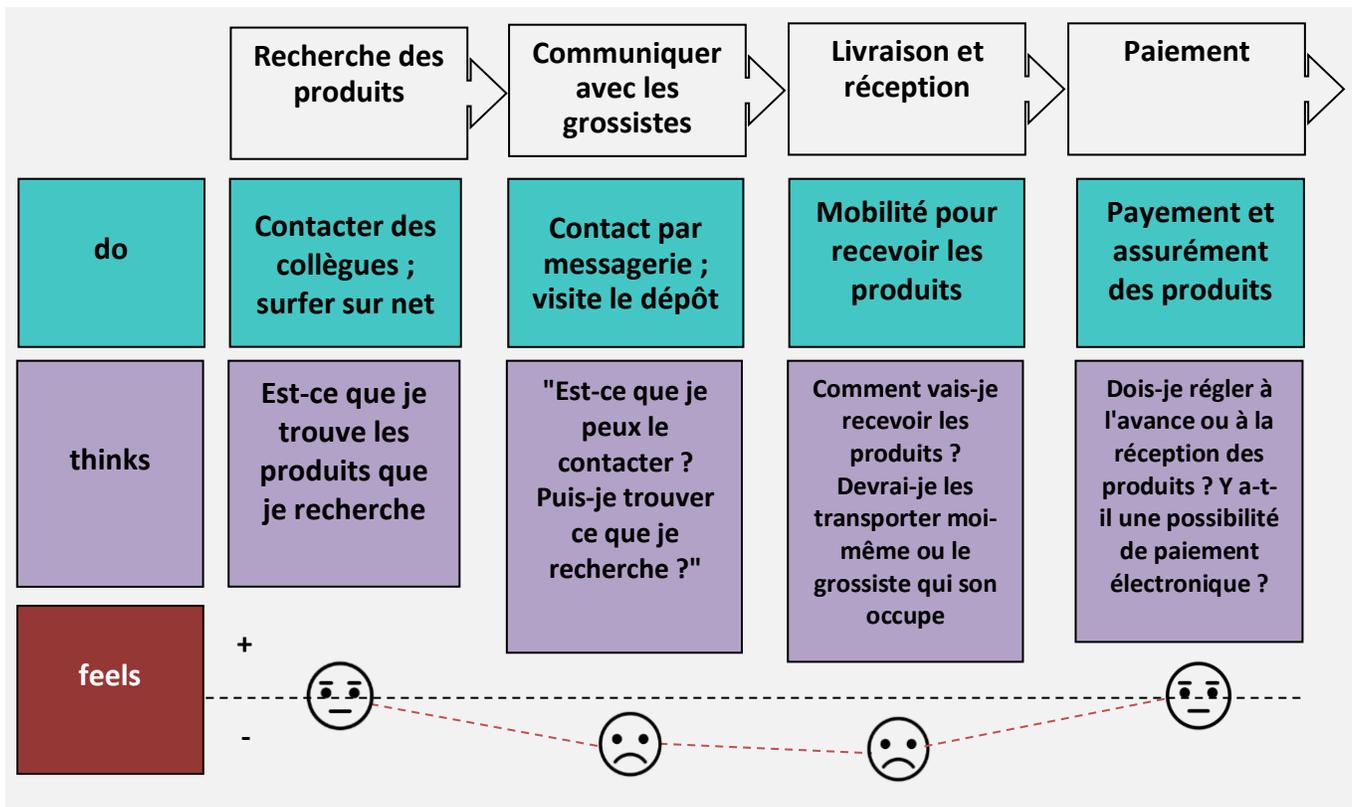
3- User Journey Map

Dans le but d'améliorer l'expérience client de manière générale, les cartes du voyage client aident à maintenir une mentalité axée sur le client, à identifier les goulets d'étranglement ou les obstacles, et à déterminer ce qui doit être traité rapidement.

La planification du voyage client aide à :

- Comprendre les besoins des clients : une grande connaissance de l'expérience client en matière de commerce de meubles et de décoration.
- Améliorer l'expérience client : la motivation continue pour améliorer l'expérience client peut accroître la fidélité des clients, et ainsi proposer une solution améliorant leur expérience.

Figure : User Journey Map



Source : Réalisé par les étudiants

Après avoir analysé la Journey Map pour notre projet, nous avons identifié des points clés dans le parcours client, ainsi que des défis et des moments positifs. En répondant à ces insights, nous visons à simplifier nos processus et à renforcer la transparence pour améliorer l'expérience utilisateur. Ces initiatives sont alignées avec notre objectif d'offrir une plateforme qui dépasse les attentes des grossistes et détaillants de mobilier et de décoration en Algérie. Nous sommes impatients de mettre en œuvre ces améliorations pour assurer une satisfaction client maximale.

4- Définition de problème

Le marché actuel de meubles et de décoration est fragmenté et inefficace. Les détaillants ont du mal à trouver des fournisseurs fiables et les grossistes ont du mal à atteindre leur public

cible de détaillants. Les processus de commande et de gestion des stocks sont souvent archaïques et manquent de transparence, ce qui entraîne des retards et des erreurs coûteuses.

4-1 Pour les Grossistes

Les grossistes sont confrontés à des processus de commande et de livraison inefficaces, entraînant des retards et des erreurs.

La visibilité limitée sur les produits disponibles et les stocks entraîne des difficultés dans la gestion des commandes et des prévisions de demande.

La concurrence accrue et l'émergence de nouveaux canaux de distribution en ligne rendent difficile pour les grossistes de maintenir leur position sur le marché.

Tableau 01: Point of view Grossistes

User	Need	Insight
Les grossistes de meubles et décorations en Algérie	Ils ont besoin d'un moyen fiable et efficace pour atteindre un large réseau de détaillants de qualité, simplifier le processus de vente et de gestion des commandes, et minimiser les risques de surstock ou de sous-stockage.	Ils sont souvent confrontés à des processus commerciaux inefficaces et complexes qui nuisent à leur productivité et à leur rentabilité, tout en augmentant les risques de ne pas écouler leurs stocks ou de manquer des opportunités de vente importantes.

Source : Réalisé par les étudiants

4-2 Pour les Détaillants

Les détaillants font face à des défis similaires en termes de gestion des commandes et des stocks, ce qui entraîne des ruptures de stock et des retards dans les livraisons.

La concurrence avec les grandes enseignes et les plateformes de commerce électronique rend difficile pour les détaillants indépendants de se démarquer et d'attirer les clients.

Les coûts élevés liés à la location d'espace commercial et à la maintenance des magasins physiques réduisent la rentabilité des détaillants.

Alors ; Le problème général du commerce de meubles et de décoration réside dans la fragmentation et l'inefficacité des processus commerciaux. Cette fragmentation entraîne des retards, des erreurs et des coûts supplémentaires pour tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement, nuisant à la croissance et à la rentabilité de l'ensemble du secteur.

Tableau 02: Point of view Détaillants

User	Need	Insight
-------------	-------------	----------------

Les détaillants de meubles et décorations en Algérie.	Ils ont besoin d'un moyen fiable et efficace pour trouver des fournisseurs de qualité, simplifier le processus d'achat et de gestion des commandes, et minimiser les risques de recevoir des produits de qualité inférieure ou endommagés	Ils sont souvent confrontés à des processus commerciaux inefficaces et complexes qui nuisent à leur productivité et à leur rentabilité, tout en augmentant les risques de recevoir des produits non conformes aux attentes
---	---	--

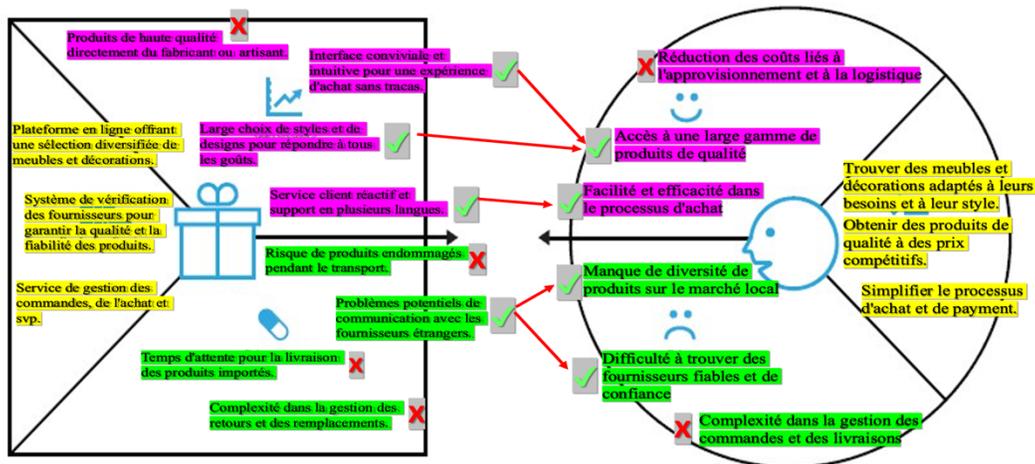
Source : Réalisé par les étudiants

III- Business Model Canvas

1- VALUE PROPOSITION CANVAS (VPC)

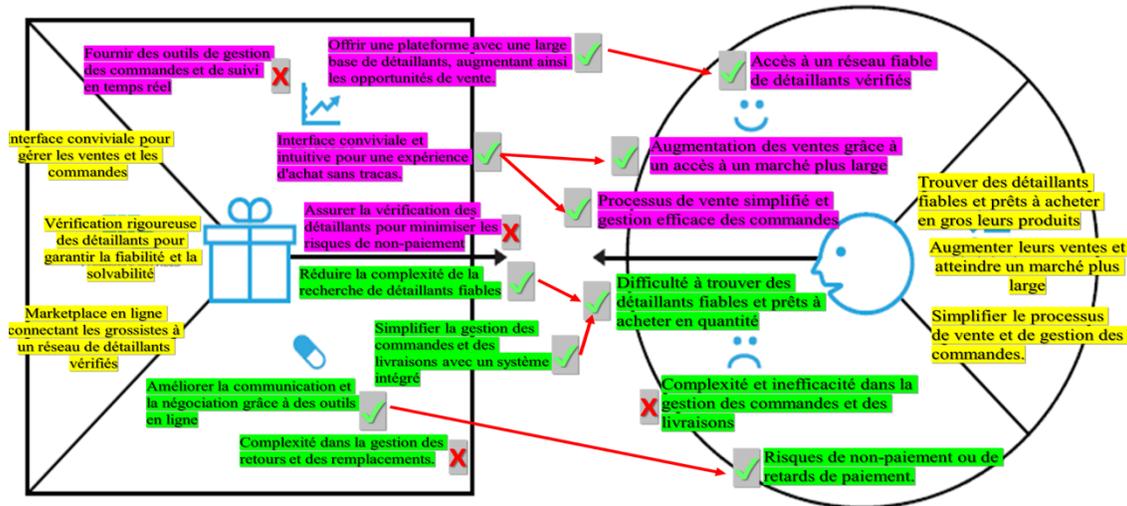
Le Value Proposition Canvas (VPC) est un outil stratégique utilisé pour aligner les produits et services d'une entreprise avec les besoins et attentes de ses clients. Il se compose de deux parties principales : le profil du client, qui identifie les tâches, les douleurs et les gains des clients, et la carte de valeur, qui décrit comment les produits ou services de l'entreprise répondent à ces éléments. En utilisant le VPC, les entreprises peuvent mieux comprendre et répondre aux besoins de leurs clients, augmentant ainsi leur satisfaction et fidélité.

Figure : Value Proposition Canvas (Détailants)



Source : réalisé par les étudiants

Figure : Value Proposition Canvas (Grossistes)



Source : réalisé par les étudiants

2- Business Model Canvas (BMC 0)

Le Business Model Canvas (BMC) est un outil de gestion stratégique utilisé pour décrire, concevoir, évaluer et réinventer les modèles économiques d'une entreprise. Il se compose de neuf blocs principaux qui capturent les aspects clés d'une entreprise.

Tableau 3 : Business Model Canvas BMC0

Partenaires clés -Les grossistes et fournisseurs - Les détaillants -Les entreprises, PME, startups et les associations - les artisans - Livreurs et transporteurs	Acitivités clés - Développement web - Gestion des demandes et réclamations - Community management	Valeurs proposés - Simplicité -Transparence et confiance -Gain de l'argent et de temps -Fiabilité -Accessibilité -Efficacité	Relation client -Présence sur réseaux sociaux -Assistance 24h/24h, 7j/7j	Segmentation des clients -Les grossistes -Les détaillants
	Ressources clés -Plateforme web - Les développeurs -Community manager		Canaux de distribution -Web site -Social media -Mob App	
Structures de coûts -Développement et maintenance -Budget de communication et marketing			Sources de revenu - Commission	

Source : réalisé par les étudiants

Segments de clientèle :

- Grossistes : Ce sont les fournisseurs en gros qui proposent des produits en grande quantité.

- Détaillants : Ce sont les entreprises ou les individus qui achètent des produits en gros auprès des grossistes pour les revendre ensuite aux consommateurs.

Proposition de valeur :

- Simplicité : Offrir une plateforme conviviale et facile à utiliser pour simplifier le processus d'achat et de vente.
- Transparence et confiance : Assurer la transparence dans les transactions et établir la confiance entre les différents acteurs.
- Gain de temps et d'argent : Permettre aux utilisateurs d'économiser du temps et de l'argent en trouvant rapidement ce dont ils ont besoin.
- Partenariats locaux : Mettre en avant les produits et les services locaux pour soutenir les artisans et encourager l'économie locale.
- Fiabilité : Garantir la fiabilité des transactions et des livraisons pour assurer la satisfaction des clients.
- Accessibilité : Offrir un accès facile à la plateforme via différents appareils (ordinateurs, smartphones, tablettes).
- Efficacité : Optimiser les processus pour assurer une expérience utilisateur fluide et efficace.

Canaux de distribution :

- Site Web : Plateforme en ligne où les utilisateurs peuvent acheter et vendre des produits.
- Réseaux sociaux : Utilisation des réseaux sociaux pour promouvoir la plateforme et interagir avec les clients et les partenaires.
- Application mobile : Développement d'une application mobile pour permettre aux utilisateurs d'accéder à la plateforme depuis leur smartphone ou leur tablette.

Relations avec les clients :

- Présence sur les réseaux sociaux : Interagir avec les clients et répondre à leurs questions et préoccupations via les plateformes de médias sociaux.
- Assistance 24h/24 et 7j/7 : Fournir un support client continu pour résoudre les problèmes et répondre aux demandes à tout moment.
- Co-création : Impliquer les clients dans le processus de développement de la plateforme en recueillant leurs commentaires et leurs suggestions.

Sources de revenus :

- Commission : 10-20% sur chaque transaction effectuée via la plateforme.

Ressources clés

- Plateforme web : Infrastructure technologique nécessaire pour héberger et maintenir la plateforme en ligne.
- Développeurs : Expertise technique pour développer et améliorer continuellement la plateforme.
- Community manager : Personne chargée de gérer les interactions avec la communauté en ligne et de promouvoir la plateforme.

Activités clés

- Développement web : Concevoir, développer et maintenir la plateforme en ligne.
- Gestion des demandes et réclamations : Traiter les demandes des utilisateurs et résoudre les problèmes liés à la plateforme.
- Community management : Engager et interagir avec la communauté en ligne pour favoriser la croissance et la fidélisation des utilisateurs.

Partenaires clés :

- Grossistes et fournisseurs : Fournir les produits à vendre sur la plateforme.
- Détaillants : Utiliser la plateforme pour acheter des produits en gros.
- Entreprises, PME, startups et associations : Collaborer avec des organisations partenaires pour promouvoir la plateforme et élargir son réseau.

Structure de coûts :

- Développement et maintenance : Coûts associés à la conception, au développement et à la maintenance continue de la plateforme.
- Budget de communication et marketing: Dépenses liées à la promotion de la plateforme et à l'acquisition de nouveaux utilisateurs

Pimento map version 1 :

Pimento Map est un outil, nous permet d'évaluer de manière rapide, facile et pertinente les chances de succès de notre business plan.

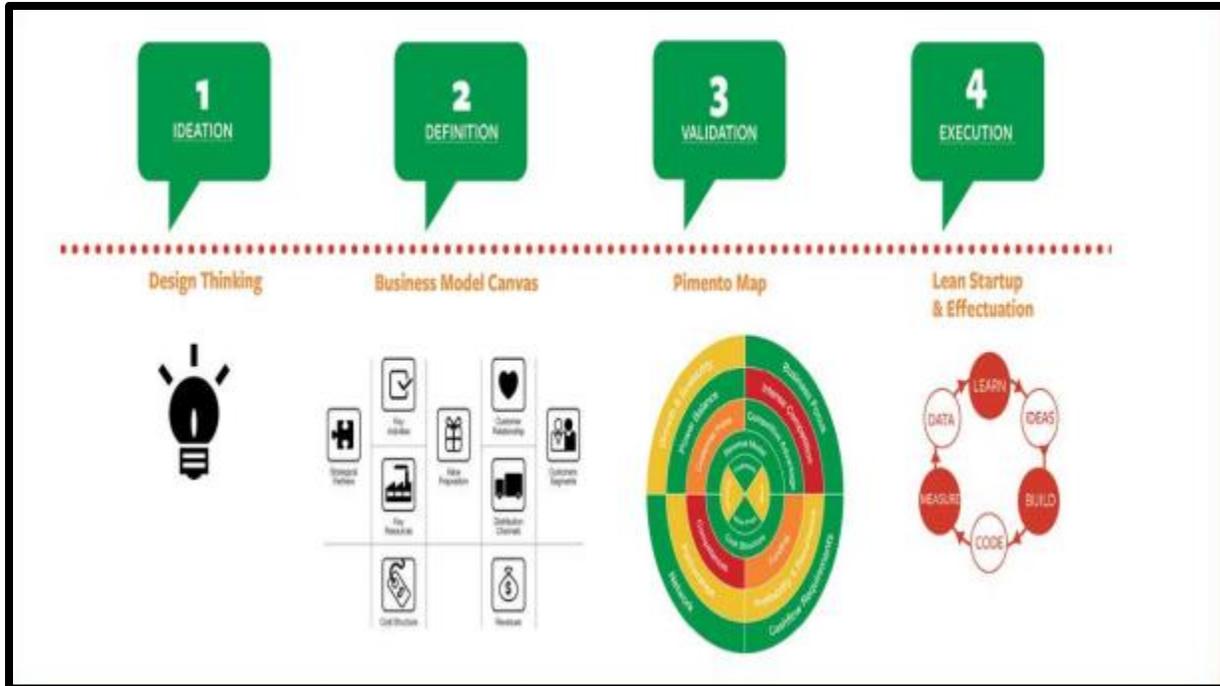
Pimento Map est une méthodologie qui veut faciliter le processus d'évaluation de pertinence auquel doivent nécessairement se livrer les porteurs de projets mais aussi à tous ceux qui veulent évaluer le potentiel du business model, voire simplement de l'idée qui est à la base de ces projets.

Pimento map nous permet d'analyser tous les aspects du business plan:

- Le marché / la demande;
- Le secteur d'activité / l'offre;
- Les aspects financiers;
- L'équipe (RH).

Après l'inscription au site (<http://www.pimentomap.com>), nous avons répondu sur les questions sur les principaux aspects de notre Business Plan, chaque question à 04 propositions avec quatre couleurs (Vert, jaune, orange, rouge).

Figure : Pimento map



Source : pimentomap.com



analyses des resultat :

→ Le marché dans lequel vous vous lancez est-il porteur?

le marché dans lequel vous vous lancez offre de magnifiques perspectives. Tant au niveau des besoins du consommateur, de votre position de négociation que des perspectives de croissance future. C'est avec confiance que vous pouvez vous y engager. Il est, de plus, très probable qu'il continue à grandir dans les années futures. Gardez cependant la concurrence bien à l'oeil car s'il est attrayant pour vous, il le sera également pour d'autres. Concentrez-vous sur la croissance et sur le renforcement de votre position. Vous serez dans une position très enviable si vous parvenez à vous y imposer.

→ Êtes-vous en position de vous imposer sur le marché que vous visez?

La concurrence joue un rôle crucial dans le succès d'une start-up. Il faut évaluer non seulement les concurrents directs mais aussi les substituts répondant aux mêmes besoins. Les entrepreneurs ont tendance à sous-estimer les habitudes d'achat des clients, donc patience et

vigilance sont nécessaires. Si votre produit est inférieur à celui des concurrents, concentrez-vous sur un segment précis pour développer une offre compétitive. Dans un secteur peu concurrentiel, visez la croissance pour atteindre une position dominante, potentiellement via des alliances ou des acquisitions. Un focus précis sur un segment client et une proposition de valeur claire est essentiel. Cependant, restez ouvert aux opportunités potentielles tout en poursuivant une idée principale.

→ **Votre idée mérite-t-elle d'être poursuivie?**

Les éléments externes comme le marché et le secteur analysés échappent au contrôle direct de votre business modèle. Une start-up ne peut créer un marché seule ni contrôler la concurrence. S'inscrire dans une tendance au bon moment est crucial : trop tôt, vous épuiserez vos ressources ; trop tard, vous ne percerez pas. La fenêtre idéale est lors de la croissance ou début de maturité du marché.

→ **Marché en phase de croissance:**

Votre timing est parfait. En phase de croissance, la demande augmente et la concurrence reste faible. Les "early adopters" ont testé des offres similaires et maintenant, la majorité veut votre produit. Activez votre marketing pour gagner des parts de marché à bon prix.

→ **Quelle est la stratégie de développement que vous devez privilégier?**

Adoptez des stratégies de développement différentes selon la phase du marché. Ces stratégies se divisent en deux axes : développement de parts de marché vs. développement de produit, et politique de marges élevées vs. contrôle des coûts.

→ **Stratégie recommandée : Développement produit et marges élevées**

En phase de croissance, concentrez-vous sur un excellent produit et des marges élevées pour financer la croissance. Continuez à améliorer votre offre pour répondre aux besoins des clients en évolution. Pratiquez une politique de prix agressive pour maximiser les revenus, même avec des volumes encore bas. Consolidez vos fonds propres par des bénéfices opérationnels pour être préparé à l'intense concurrence de la phase de maturité.

→ **Votre idée est-elle réalisable financièrement?**

L'analyse financière est positive, avec une situation financière solide et des perspectives de croissance prometteuses. Des stratégies de financement et de gestion des coûts bien définies seront essentielles pour soutenir la croissance durable et l'expansion internationale.

→ **Votre équipe est-elle à même de mener ce business plan à bien?**

L'équipe possède des atouts, notamment un réseau professionnel et des partenariats stratégiques, mais il est crucial de combler les lacunes en compétences pour assurer une croissance durable et une compétitivité accrue. Investir dans le renforcement des partenariats et l'élargissement du réseau professionnel est également essentiel pour le succès de l'entreprise

→ **Quels seront vos challenges après la période de mise en place de votre idée?**

Le projet présente un potentiel de croissance important et la capacité de passer du stade de startup à celui de PME. Une gestion avisée, une communication efficace et une adaptation continue du business model seront essentielles pour concrétiser ce potentiel.

→ **Quel est le potentiel à long-terme de votre business plan?**

Le projet possède un potentiel de croissance à long terme exceptionnel et la possibilité de devenir un acteur international majeur. Cependant, il est crucial de relever les défis liés à la concurrence mondiale et à la complexité de la gestion d'une entreprise de cette taille. Une stratégie d'expansion internationale bien définie, une équipe de gestion compétente et une capacité d'adaptation forte seront essentielles pour concrétiser ce potentiel.

→ **Quels sont les forces de votre business plan?**

le business plan présente des atouts majeurs qui positionnent favorablement l'entreprise pour sa réussite :

- Une forte demande du marché pour son offre.
- Une situation financière solide et une rentabilité démontrée.
- Un modèle d'entreprise évolutif avec un fort potentiel de croissance.
- Une position de niche stratégique et un réseau solide.

Ces points forts constituent une base solide pour le développement futur de l'entreprise.

Cependant, il est important de rester vigilant face à certains défis potentiels :

- Gérer la croissance de manière prudente pour ne pas fragiliser la situation financière.
- Faire face à la concurrence accrue sur le marché international.
- Maîtriser la complexité de la gestion d'une entreprise de taille internationale.
- Disposer des compétences et de l'expérience nécessaires pour diriger une telle entreprise.

→ **Quelles sont les faiblesses de votre business plan?**

le business plan présente des points forts prometteurs, mais il est crucial de remédier au point faible majeur concernant l'absence d'avantage compétitif et le manque de compétences clés dans l'équipe. Une stratégie proactive pour renforcer ces aspects sera essentielle pour maximiser les chances de réussite de l'entreprise.

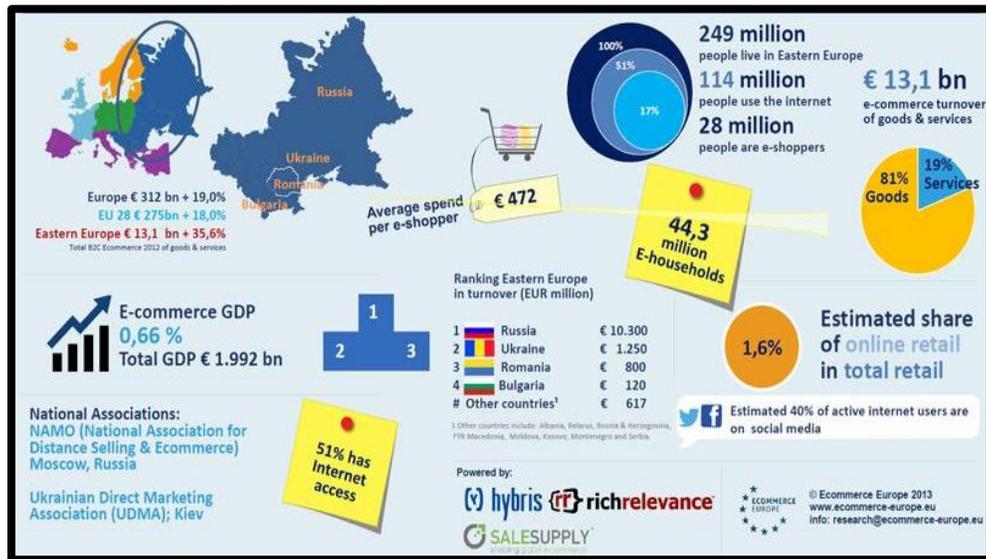
En conclusion, l'entreprise a le potentiel de réussir, mais elle doit relever des défis importants pour concrétiser ce potentiel. Une stratégie proactive pour renforcer ses points faibles et exploiter ses points forts sera essentielle pour améliorer ses chances de réussite.

IV- Étude de marché

1- Étude de marché mondial de e-Commerce

L'essor de l'e-commerce a transformé le paysage commercial mondial, offrant aux consommateurs des moyens novateurs d'accéder et d'acquérir des produits et services. Grâce aux avancées technologiques, à l'augmentation de la connectivité Internet et à l'usage généralisé des smartphones, ce secteur a connu une croissance rapide. Des géants tels qu'Amazon, Alibaba et eBay dominent ce marché, proposant une large gamme de produits et des services de livraison rapide.

Figure 16: key e-commerce facts and insights



Source : <https://ecommercenews.eu/ecommerce-europe-e392-billion-2013/>, date : 07/04/2024

1-1 Facteurs de croissance

- Augmentation de la pénétration d'Internet et des smartphones
- Adoption croissante du commerce en ligne
- Urbanisation croissante et augmentation du pouvoir d'achat
- Changement des préférences des consommateurs vers les achats en ligne
- Pandémie de COVID-19 qui a accéléré l'adoption du e-commerce

Figure: E-commerce global market size and leaders



Source: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/02/07/why-should-e-commerce-businesses-consider-online-personalization/> ;date 7/4/2024

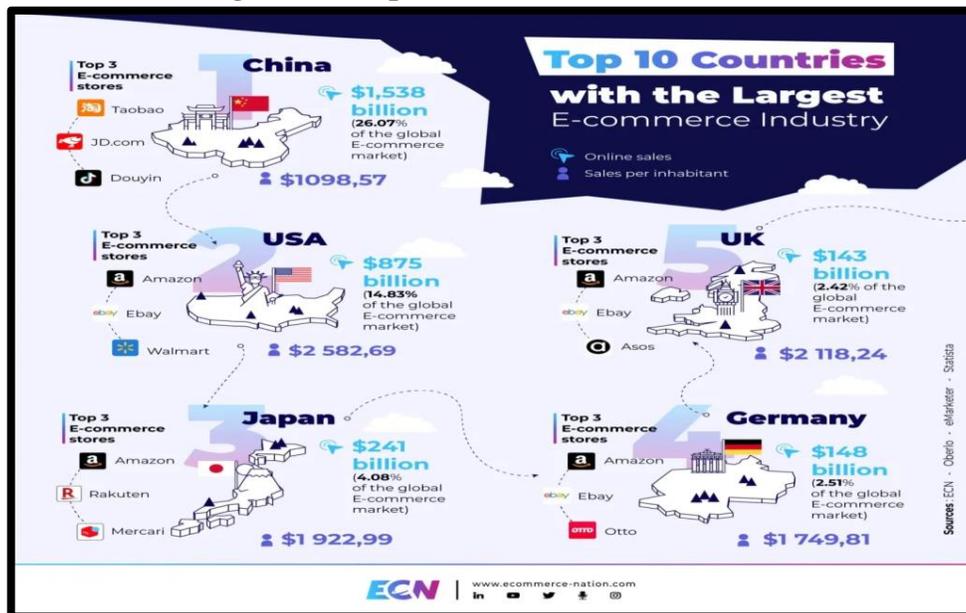
1-2 Segmentation du marché mondial du e-commerce

Le marché mondial du e-commerce peut être segmenté selon plusieurs critères:

1-2-1 Par zone géographique

- **Asie-Pacifique** : Cette région est la plus grande zone de marché pour le e-commerce, avec la Chine en tête.
- **Amérique du Nord** : Cette région est la deuxième plus grande zone de marché pour le e-commerce, avec les États-Unis en tête.
- **Europe** : Cette région est la troisième plus grande zone de marché pour le e-commerce, avec le Royaume-Uni et l'Allemagne en tête.
- **Amérique latine** : Cette région est une zone de marché en croissance rapide pour le e-commerce, avec le Brésil et le Mexique en tête.
- **Moyen-Orient et Afrique** : Cette région est une zone de marché émergente pour le e-commerce, avec les Émirats arabes unis et l'Arabie saoudite en tête.

Figure 19: Top 10 countries in e-commerce



Source: https://www.linkedin.com/posts/owaisamin341_kevin-king-on-linkedin-globalmarkets-ecommerce-activity-7133854521675399168-JcfE ; date 9/4/2024

1-2-2 Par modèle d'affaire

- **Places de marché** : Ces plateformes mettent en relation des acheteurs et des vendeurs, et prélèvent une commission sur chaque transaction.
- **Sites web de vente en ligne** : Ces sites web vendent des produits directement aux consommateurs.
- **Modèles hybrides** : Ces entreprises utilisent une combinaison de places de marché et de sites web de vente en ligne.

1-2-3 Par dispositif

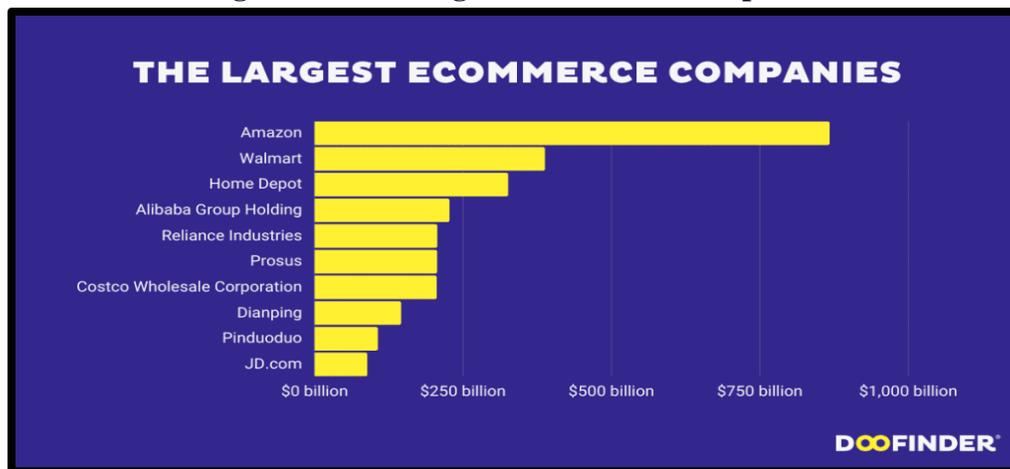
- **Ordinateurs de bureau** : Les ordinateurs de bureau sont toujours le canal le plus populaire pour le e-commerce, mais les achats sur mobile sont en croissance rapide.

- **Smartphones** : Les smartphones sont de plus en plus populaires pour les achats en ligne, en particulier dans les pays en développement.
- **Tablettes** : Les tablettes sont un canal de e-commerce de niche, mais elles sont de plus en plus populaires pour certains types d'achats, comme les livres électroniques et les films.

1-3 Les acteurs de marché mondial de e-commerce

Le marché mondial du commerce électronique (e-commerce) est dominé par plusieurs acteurs clés qui se distinguent par leur taille, leur portée géographique et leurs offres de produits et services.

Figure 21: The largest e-commerce companies



Source : <https://www.doofinder.com/en/statistics/largest-ecommerce-companies> ; date 12/4/2024

1-4 Tendances majeures du e-commerce en 2024

- **L'intelligence artificielle (IA) omniprésente** : L'IA révolutionne tous les aspects du e-commerce, de la recommandation de produits à l'analyse des données en passant par le service client. Les entreprises qui adoptent l'IA peuvent améliorer l'expérience client, augmenter l'efficacité opérationnelle et stimuler les ventes.
- **Le social selling en plein essor**: Le social selling devient un canal de vente incontournable pour les entreprises de toutes tailles. Les plateformes comme Instagram et TikTok offrent des opportunités uniques pour se connecter avec les clients et promouvoir les produits de manière authentique.
- **Les marketplaces incontournables** : Les marketplaces comme Amazon et Alibaba continuent de gagner en popularité, offrant aux consommateurs un large éventail de produits et de prix compétitifs. Les entreprises doivent tirer parti de ces plateformes pour toucher un public plus large et accroître leurs ventes.
- **Expérience de livraison personnalisée et responsable**: Les consommateurs exigent des options de livraison flexibles et durables. Les entreprises doivent proposer des livraisons rapides, des points de retrait et des options d'emballage écologiques pour répondre à ces attentes.
- **La vidéo, nouvel outil pour le service client**: La vidéo devient un moyen de communication privilégié pour les entreprises, notamment pour le service client. Les

tutoriels vidéo, les FAQ et les sessions de chat en direct peuvent améliorer la satisfaction client et réduire les coûts d'assistance.

- **Seconde main et reconditionnement en vogue:** La tendance à la consommation responsable se traduit par une forte demande pour les produits d'occasion et reconditionnés. Les entreprises peuvent proposer ces produits pour attirer de nouveaux clients soucieux de l'environnement et soucieux des prix.
- **Consommation locale en hausse:** Les consommateurs privilégient de plus en plus les produits locaux et artisanaux. Les entreprises peuvent mettre en avant leur ancrage local et proposer des produits uniques pour se démarquer.
- **Réalité augmentée et e-commerce visuel:** La réalité augmentée offre aux clients une expérience d'achat immersive, leur permettant de visualiser les produits dans leur propre environnement. Les entreprises qui adoptent cette technologie peuvent améliorer les taux de conversion et réduire les retours.

1-5 Opportunités et Défis Majeurs du E-commerce

Le paysage du e-commerce connaît une évolution fulgurante, avec de nouvelles opportunités et défis qui émergent chaque année. Pour rester à la pointe du progrès, les entreprises doivent s'adapter rapidement aux tendances en constante évolution et aux attentes des consommateurs.

- **Montée du commerce social:** Les plateformes de médias sociaux comme Instagram et TikTok deviennent des canaux de vente en ligne de plus en plus populaires. Les entreprises qui tirent parti de ces plateformes pour se connecter avec les clients et promouvoir leurs produits peuvent s'attendre à une croissance significative.¹
- **Personnalisation et expériences d'achat immersives:** Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des expériences d'achat personnalisées et immersives. Les entreprises qui utilisent l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique pour proposer des recommandations personnalisées, des chatbots et des expériences de réalité augmentée peuvent se démarquer de la concurrence.²
- **Commerce vocal et recherche vocale:** L'utilisation des assistants vocaux et de la recherche vocale pour effectuer des achats en ligne est en plein essor. Les entreprises doivent optimiser leurs sites web et leurs produits pour la recherche vocale afin d'être facilement trouvés par les clients qui utilisent ces technologies.
- **Durabilité et responsabilité sociale:** Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de l'environnement et de l'impact social des entreprises. Les entreprises qui mettent en avant leurs pratiques durables et leur engagement envers la responsabilité sociale peuvent attirer et fidéliser une clientèle soucieuse de ces valeurs.
- **Marchés émergents:** Les marchés émergents, comme l'Afrique et l'Asie du Sud-Est, présentent un fort potentiel de croissance pour le e-commerce. Les entreprises qui peuvent

¹ <https://www.shopify.com/blog/social-commerce; 21/04/2024> .

s'adapter aux spécificités culturelles et aux préférences des consommateurs de ces régions peuvent saisir des opportunités importantes.¹

1-6 Les principaux obstacles de E-Commerce en 2024

- **Concurrence accrue:** Le paysage du e-commerce est de plus en plus saturé, avec de nouveaux acteurs qui émergent constamment. Les entreprises doivent se différencier de la concurrence pour attirer et fidéliser les clients.
- **Augmentation des coûts d'acquisition de clients:** L'acquisition de nouveaux clients devient de plus en plus coûteuse, car les plateformes publicitaires et les canaux marketing traditionnels sont saturés. Les entreprises doivent trouver des moyens plus efficaces et plus rentables d'atteindre leur public cible.
- **Complexité de la chaîne d'approvisionnement:** Gérer une chaîne d'approvisionnement mondiale efficace peut être un défi pour les entreprises de e-commerce, en particulier face à des perturbations et des incertitudes géopolitiques.
- **Cybersécurité et protection des données:** Les menaces de cybersécurité et les violations de données deviennent de plus en plus sophistiquées, ce qui expose les entreprises à des risques financiers et à une perte de réputation.²
- **Évolution des réglementations:** Les réglementations en matière de e-commerce et de protection des données sont en constante évolution, ce qui peut obliger les entreprises à adapter leurs pratiques et à supporter des coûts supplémentaires.³

1-7- L'impact du COVID-19 sur le e-commerce

La pandémie de COVID-19 a eu un impact profond sur de nombreux aspects de nos vies. Alors que les magasins physiques étaient contraints de fermer et que les gens étaient encouragés à rester chez eux, le commerce électronique est devenu un lifeline pour les consommateurs et les entreprises.

- **Augmentation des ventes en ligne:**
 - Confinements et restrictions de déplacement ont poussé les consommateurs vers les achats en ligne
 - Augmentation significative des ventes en ligne dans tous les secteurs, en particulier pour les produits essentiels
- **Changements dans les comportements d'achat:**
 - Priorité aux produits essentiels (nourriture, articles ménagers)
 - Baisse initiale des ventes de vêtements et articles de luxe, suivie d'une reprise⁴
 - Adoption croissante des achats en ligne pour tous les groupes d'âge
- **Pression sur la chaîne d'approvisionnement :**

- Augmentation soudaine de la demande pour certains produits a perturbé les chaînes d'approvisionnement
- Retard de livraison et pénuries de stocks pour certains produits ¹
- Nécessité pour les entreprises de s'adapter rapidement pour répondre à la demande croissante
- **Adoption accélérée de la technologie:**
 - Démocratisation du e-commerce pour les entreprises et les consommateurs
 - Adoption rapide des technologies telles que les paiements sans contact, la livraison et les plateformes de e-commerce
 - Investissements dans les outils numériques pour améliorer l'expérience client
- **Transformation du marché du travail:**
 - Impact négatif sur les emplois dans le commerce de détail physique
 - Augmentation de la demande de main-d'œuvre dans la logistique et la livraison
 - Émergence de nouveaux emplois liés au e-commerce et aux technologies numériques
- **Sécurité et confiance des consommateurs:**
 - Priorité croissante pour la santé et la sécurité des transactions en ligne
 - Renforcement des mesures de sécurité par les entreprises pour protéger les données et assurer des livraisons sans contact
 - Importance de la transparence et de la communication claire pour gagner la confiance des consommateurs
- **Évolution des services de livraison:**
 - Mise en place d'options de livraison sans contact pour minimiser les interactions physiques
 - Investissements dans des solutions logistiques plus efficaces pour gérer l'augmentation des volumes de commandes
 - Augmentation de l'utilisation des casiers et des points de retrait pour des livraisons plus flexibles

1-8 Tendances futures du commerce électronique

- **Personnalisation:** Les entreprises utiliseront davantage de technologies telles que l'intelligence artificielle et l'analyse de données pour offrir des expériences d'achat personnalisées aux clients. Cela peut inclure des recommandations de produits, des offres ciblées et des services client personnalisés.
- **Commerce social:** Les achats effectués directement sur les réseaux sociaux et les plateformes de messagerie deviendront de plus en plus courants. Cela permettra aux entreprises de se connecter avec les clients de manière plus directe et de leur proposer des expériences d'achat plus immersives.
- **Logistique durable:** Les consommateurs étant de plus en plus soucieux de l'environnement, les entreprises de commerce électronique mettront l'accent sur des pratiques logistiques plus

durables. Cela peut inclure l'utilisation d'emballages écologiques, la réduction des émissions de carbone et l'optimisation des itinéraires de livraison.

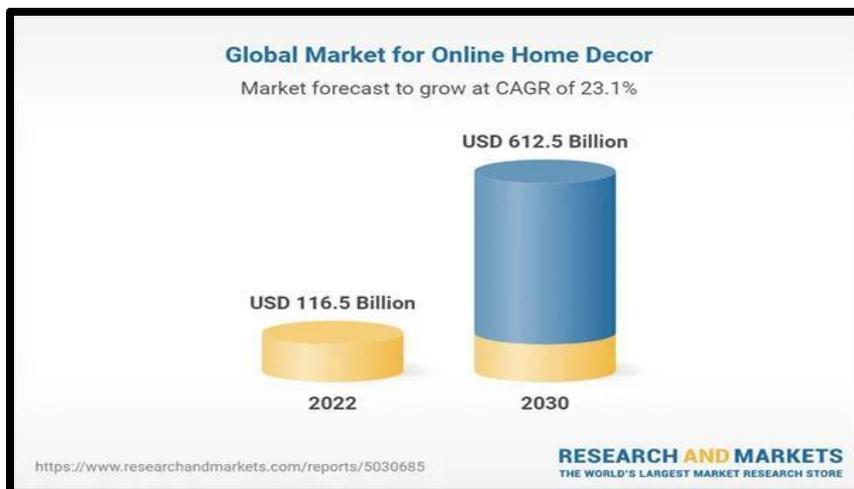
- **Commerce vocal:** L'utilisation d'assistants vocaux pour effectuer des achats en ligne va continuer à croître. Cela permettra aux consommateurs de faire des achats plus facilement et plus rapidement, sans avoir à utiliser un clavier ou un écran tactile.
- **Réalité augmentée et réalité virtuelle:** Les technologies de réalité augmentée et de réalité virtuelle seront de plus en plus utilisées pour créer des expériences d'achat plus immersives. Cela permettra aux clients de "visualiser" les produits dans leur propre maison avant de les acheter.

Le commerce électronique est un secteur en plein essor qui continue d'évoluer à un rythme rapide. Les entreprises qui s'adapteront aux nouvelles tendances et répondront aux attentes changeantes des consommateurs seront les mieux placées pour réussir dans l'avenir.

2- Marché mondiale de meuble et décoration

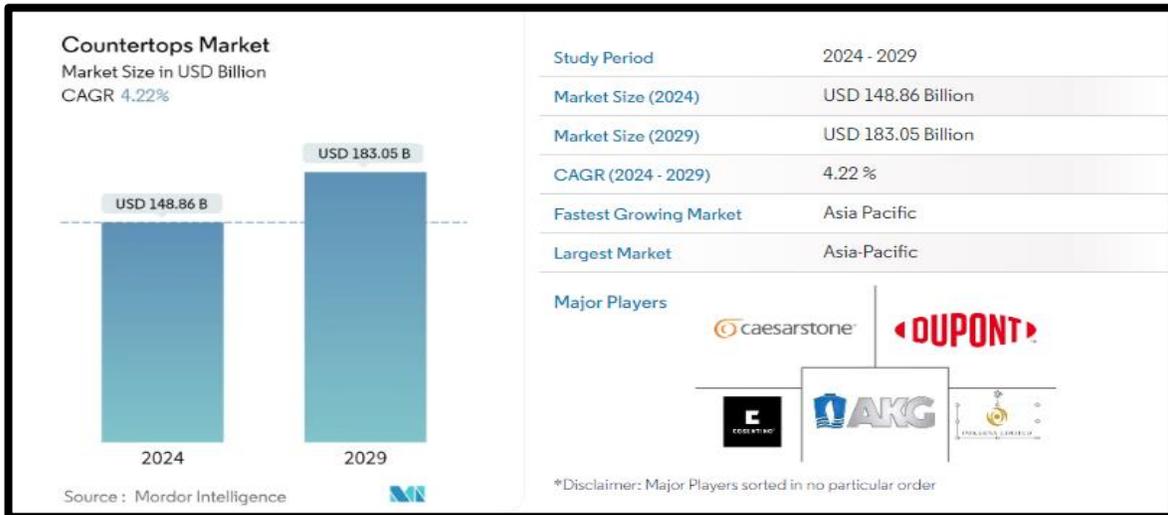
2-1 Taille du marché

En 2024: Le marché mondial du meuble et de la décoration est estimé à **688,74 milliards de dollars**

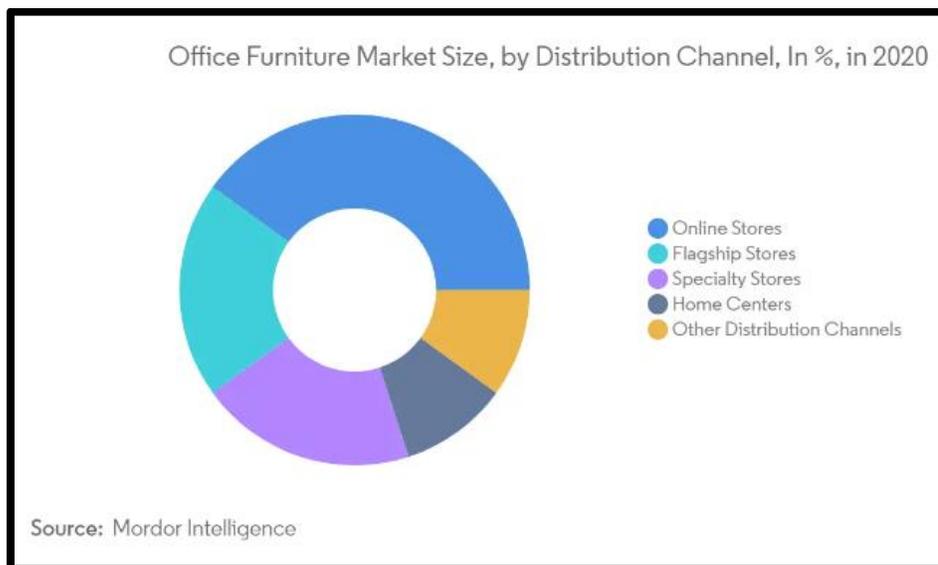


Source : <https://www.statista.com/statistics/1256695/ecommerce-voice-assistant-transactions/> ; date 23/5/2024

Prévisions de croissance : Le marché devrait atteindre **903,14 milliards de dollars d'ici 2029**, avec un TCAC de **5,57%** sur la période de 2024 à 2029 ¹



Source : <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/countertops-market> ; 25/5/2025

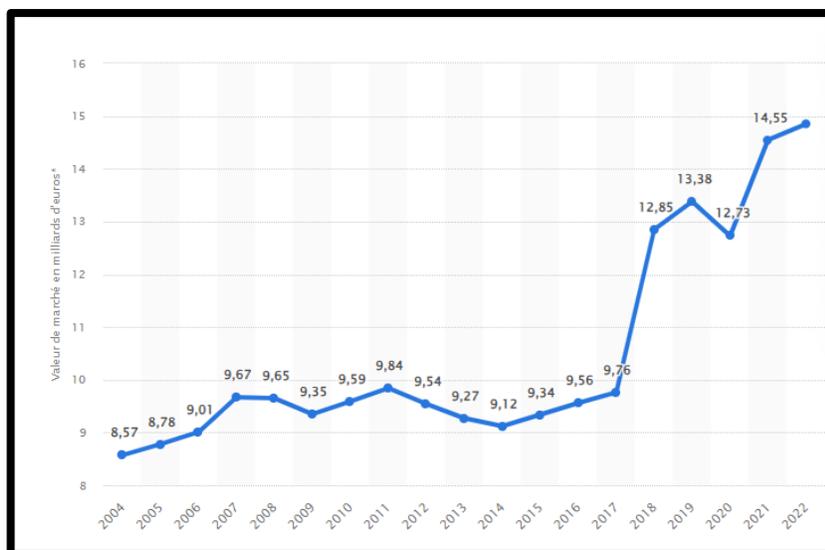


Source : <https://iccwbo.org/news-publications/news/icc-welcomes-progress-on-e-commerce-at-the-wto/> ; 9/6/2024

2.2 -Taux de croissance:

- **Les dernières années:** Le marché a connu une croissance constante ces dernières années, stimulée par des facteurs tels que l'augmentation des revenus des ménages, l'urbanisation croissante et l'évolution des tendances de la décoration intérieure.

- **Prochaines années:** La croissance devrait se poursuivre à un rythme modéré au cours des prochaines années, soutenue par les facteurs mentionnés ci-dessus, ainsi que par l'essor du commerce électronique et l'augmentation des investissements dans les biens immobiliers.¹



Source : <https://fr.statista.com/statistiques/517175/industrie-ameublement-valeur-marche-france/> ;10/6/2024

2.3 -Segmentation du marché :

2.3.1-Par Type

- **B2B (Business-to-Business) :** Le segment B2B englobe les transactions entre entreprises. Il inclut les fournisseurs de matières premières, les fabricants, les grossistes et les détaillants qui achètent des produits pour les revendre ou les utiliser dans leur propre production. Ce segment connaît une transformation significative avec l'adoption croissante des plateformes numériques qui facilitent les commandes, la gestion des stocks et les transactions financières.
- **B2C (Business-to-Consumer) :** Le segment B2C concerne les ventes directes des entreprises aux consommateurs finaux. Ce type de commerce est largement dominé par des plateformes de commerce électronique comme Amazon, Alibaba, et d'autres sites de vente au détail en ligne. Les consommateurs peuvent facilement comparer les produits, lire les avis et effectuer des achats en ligne, ce qui a révolutionné le comportement d'achat traditionnel.

2.3.2 -Par Canal

● Vente au Détail et Vente en Gros :

- **Vente au Détail :** La vente au détail en ligne permet aux consommateurs d'acheter directement auprès des détaillants via des plateformes de commerce électronique. Ce canal est particulièrement populaire pour les produits de consommation courante, les

vêtements, l'électronique et les meubles. Les détaillants en ligne investissent massivement dans l'amélioration de l'expérience utilisateur, la personnalisation des offres et la rapidité de la livraison pour attirer et fidéliser les clients.

- **Vente en Gros** : La vente en gros en ligne croît rapidement, grâce à des fonctionnalités transactionnelles améliorées et des solutions logistiques proposées par des plateformes comme Amazon et eBay. Ce canal permet aux détaillants et aux autres entreprises d'acheter des produits en grandes quantités à des prix réduits. Les grossistes en ligne bénéficient de la digitalisation des processus de commande et de gestion des stocks, ce qui améliore l'efficacité et réduit les coûts opérationnels.

2.3.3- Par Catégorie de Produits

- **Produits de Consommation** : Inclut des articles tels que l'électronique, les vêtements, les produits alimentaires et les articles ménagers. Ce segment est dominé par des géants du commerce électronique qui offrent une large gamme de produits à des prix compétitifs.
- **Produits Industriels** : Comprend les équipements, les fournitures de fabrication et les matières premières. Les plateformes B2B se concentrent sur la fourniture de ces produits avec des solutions logistiques robustes et des options de personnalisation pour répondre aux besoins spécifiques des entreprises.
- **Produits de Luxe** : Ce segment cible les consommateurs à la recherche de produits haut de gamme, tels que les bijoux, les montres de luxe et les vêtements de créateurs. Les sites de commerce électronique de luxe mettent l'accent sur l'expérience utilisateur, la qualité du service et l'authenticité des produits pour attirer une clientèle exclusive.

2.3.4 - Par type de produit:

- Meubles de maison (canapés, lits, tables, chaises, etc.)
- Meubles de bureau
- Meubles de jardin
- Meubles de cuisine et salle de bain
- Autres (rangements, décoration, etc.)

2.3.5 -Par canal de distribution:

- Magasins de meubles spécialisés
- Grands magasins
- Commerce électronique
- Magasins de bricolage
- Autres (magasins de décoration, ventes aux enchères, etc.)

2.3.6- Par Région

- **Amérique du Nord**

- Taille du Marché : En 2023, le marché nord-américain du meuble était estimé à environ 115 milliards de dollars.

-Croissance : La région connaît une croissance stable d'environ 3 % par an.

- Tendances : La demande est forte pour les meubles multifonctionnels et intelligents. L'urbanisation et la hausse des petites habitations stimulent la demande pour des solutions compactes et fonctionnelles.

- Acteurs Clés : IKEA, Ashley Furniture, Wayfair, Herman Miller.

- **Europe**

- Taille du Marché : En 2023, le marché européen du meuble était estimé à environ 130 milliards de dollars.

- Croissance : Une croissance annuelle d'environ 2,5 % à 3 % est prévue.

- Tendances: Les consommateurs européens privilégient les meubles écologiques et durables. Il y a une forte demande pour le design scandinave et les meubles modulables.

- Acteurs Clés : IKEA, Roche Bobois, Habitat, Conforama.

- **Asie-Pacifique**

- Taille du Marché : En 2023, le marché asiatique du meuble était estimé à environ 250 milliards de dollars.

- Croissance : C'est la région à la croissance la plus rapide avec une croissance annuelle de 5 % à 6 %.

- Tendances : La montée de la classe moyenne, surtout en Chine et en Inde, stimule la demande pour des meubles de qualité. Les consommateurs recherchent des meubles à la fois esthétiques et fonctionnels.

- Acteurs Clés : Godrej & Boyce, IKEA, China's Red Star Macalline.

- **Amérique Latine**

- Taille du Marché : En 2023, le marché latino-américain du meuble était estimé à environ 40 milliards de dollars.

- Croissance : La région connaît une croissance modérée d'environ 3 % par an.

- Tendances : La demande est orientée vers des meubles abordables et durables. Les consommateurs sont également intéressés par des designs locaux et artisanaux.

- Acteurs Clés : Interwood, IKEA, Falabella.

- **Moyen-Orient et Afrique**

- Taille du Marché : le marché du meuble au Moyen-Orient et en Afrique était estimé à environ 30 milliards de dollars.

- Croissance : Une croissance robuste d'environ 4 % par an est attendue.

- Tendances: La demande pour les meubles de luxe et sur mesure est en hausse, particulièrement dans les pays du Golfe. Les consommateurs recherchent également des produits alliant modernité et tradition.

- Acteurs Clés : IKEA, Home Centre, Pan Emirates.



Source : <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/whats-next-in-ecommerce> ; 13/06/2024

2.4- Taille et croissance du marché

- **Meubles**

- Le marché mondial du meuble devrait atteindre **968,23 milliards USD** d'ici 2032, avec un TCAC de **4,9 %**.
- Cette croissance est stimulée par une demande croissante de meubles durables et naturels, ainsi que par des tendances croissantes en matière de décoration intérieure, notamment l'accent mis sur la fonctionnalité, l'ergonomie et l'esthétique.
- Les consommateurs recherchent de plus en plus des meubles multifonctionnels qui s'adaptent à des espaces de vie plus petits et qui répondent à leurs besoins changeants.

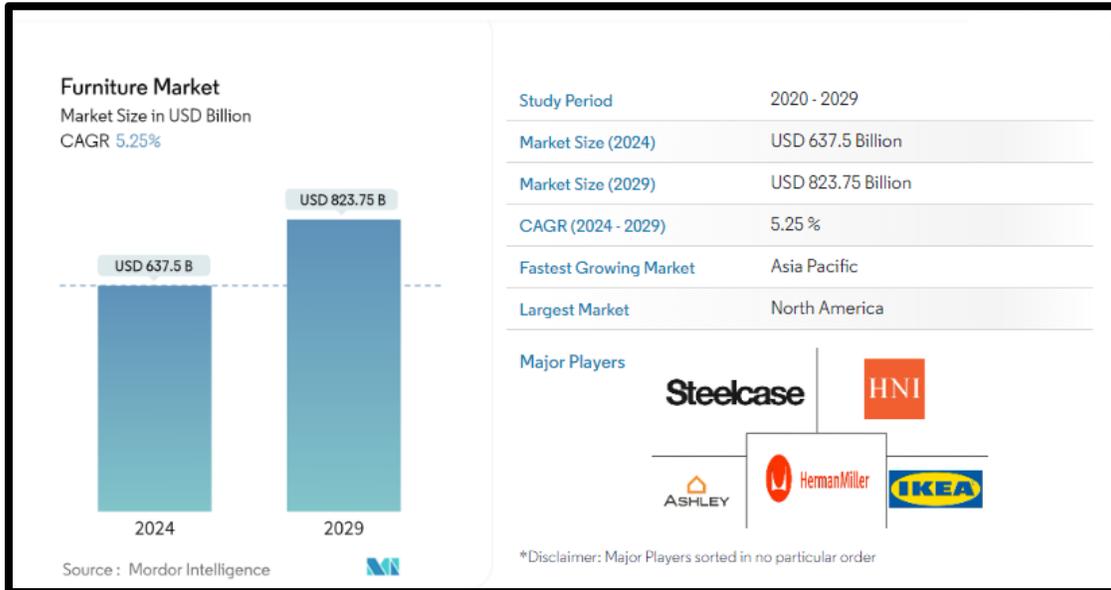
- **Décoration**

- Le marché mondial de la décoration devrait atteindre **735,05 milliards USD** d'ici 2028, avec un TCAC de **3,2 %**.
- Ce segment est tiré par l'intégration de la maison intelligente, la conception axée sur le bien-être et la durabilité, et l'influence croissante des médias sociaux et des plateformes de commerce électronique.

Les consommateurs sont de plus en plus enclins à investir dans des articles de décoration qui reflètent leur style personnel et créent une ambiance unique dans leur maison.

2.5 -Acteurs clé de marché :

Le marché mondial du meuble et de la décoration est un paysage concurrentiel avec plusieurs



Source : <https://www.helpnetsecurity.com/> ; 26/6/2024

acteurs majeurs présents dans différentes régions. Cette étude approfondie vise à analyser en détail les principaux acteurs du marché, en mettant l'accent sur leurs stratégies de marque, leurs portefeuilles de produits, leurs réseaux de distribution et leurs efforts marketing.

2.5.1- Acteurs majeurs par région:

Amérique du Nord:

- **Ashley Furniture Industries:** Le plus grand fabricant de meubles des États-Unis, avec une forte présence dans les segments des meubles rembourrés et des meubles de chambre à coucher.
- **La-Z-Boy Incorporated:** Un fabricant renommé de fauteuils inclinables et de meubles de salon, connu pour son confort et sa qualité.
- **Ethan Allen Interiors Inc.:** Un détaillant de meubles haut de gamme proposant des meubles élégants et des services de design d'intérieur personnalisés.

Europe:

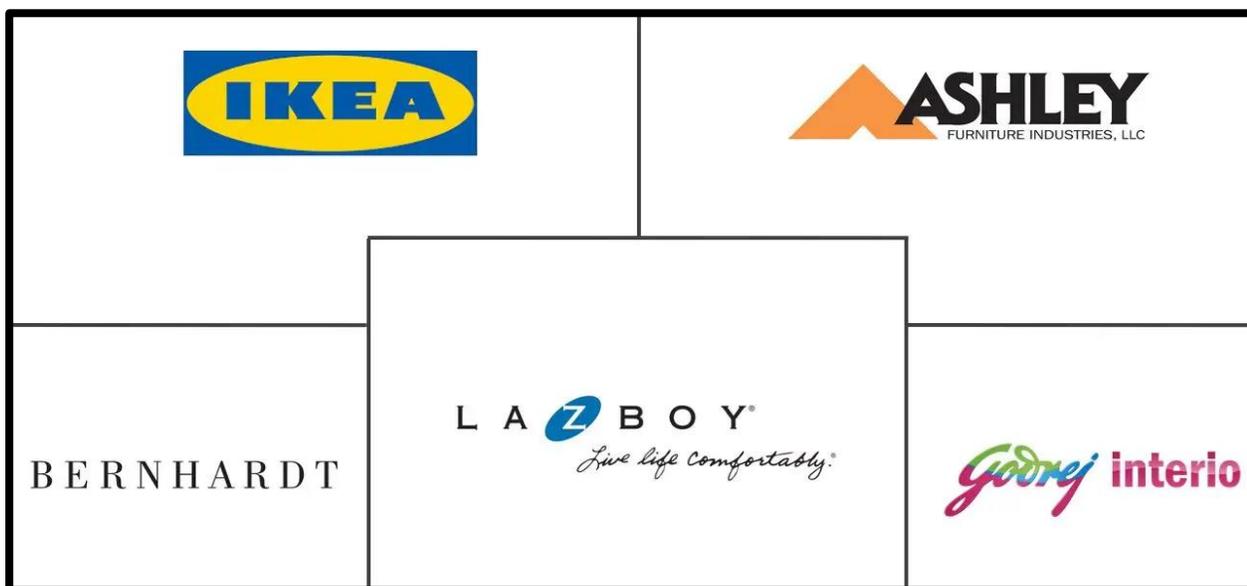
- **IKEA:** Le géant suédois du meuble, connu pour ses meubles abordables, fonctionnels et au design épuré.
- **Natuzzi S.p.A.:** Un fabricant italien de meubles haut de gamme en cuir, réputé pour son savoir-faire artisanal et son design intemporel.
- **Herman Miller, Inc.:** Un fabricant américain de mobilier de bureau et de mobilier domestique moderne, reconnu pour son design ergonomique et innovant.

Asie-Pacifique:

- **Steelcase Inc.:** Un leader mondial du mobilier de bureau, offrant une large gamme de solutions d'ameublement pour les espaces de travail.
- **Williams-Sonoma, Inc.:** Un détaillant américain spécialisé dans les meubles haut de gamme pour la maison, proposant des articles pour la cuisine, la salle à manger, la chambre à coucher et la salle de bain.

2.5.2- Autres acteurs clés:

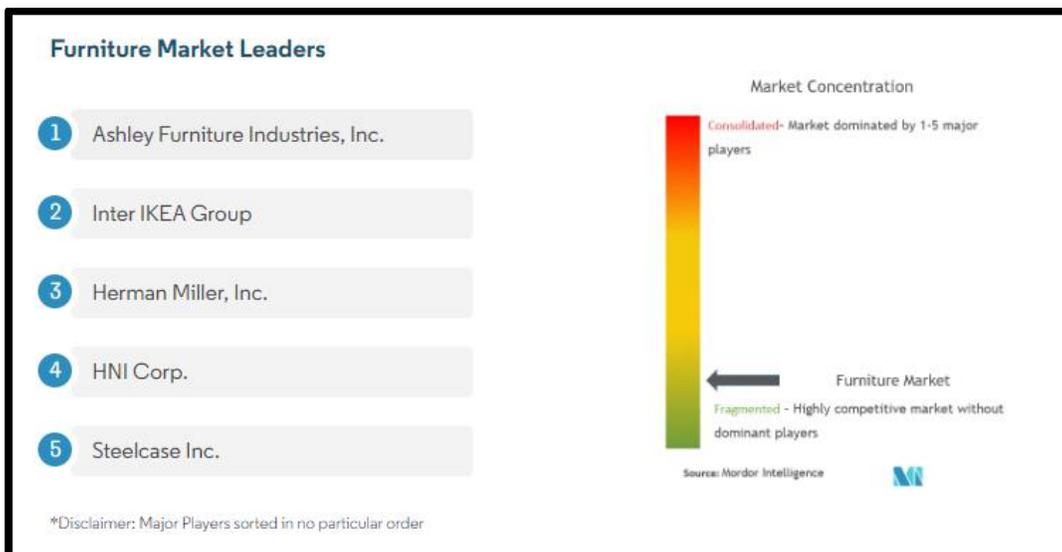
- **Flexsteel Industries, Inc.:** Un fabricant américain de meubles rembourrés, connu pour ses canapés et ses fauteuils confortables et durables.
- **HNI Corporation:** Un fournisseur de mobilier diversifié, proposant une large gamme de produits pour les marchés du bureau, de l'éducation, de la santé et de l'hôtellerie.
- **Ligne Roset:** Un fabricant français de meubles haut de gamme, réputé pour ses designs contemporains et ses matériaux de haute qualité.
- **Roche Bobois:** Un détaillant français de meubles haut de gamme proposant une large sélection de meubles modernes et contemporains.



source: <https://ecommercenews.eu/revenue-of-7-1-billion-euros-in-spain/> ;28/6/2024



Source : <https://www.techtarget.com/searchcio/resources/Digital-transformation> ; 1/7/2024



Source : <https://www.statista.com/outlook/cmo/furniture/worldwide> ; 2/7/2024

2.6- Tendances de marché :

✓ Meubles intelligents

- L'intégration de technologies intelligentes dans les meubles offre une fonctionnalité accrue, un confort personnalisé et une gestion automatisée de la maison.

- Les tables et bureaux intelligents avec réglages réglables, les lits intelligents avec fonctions de suivi du sommeil et les canapés intelligents avec commandes vocales sont des exemples de cette tendance.
- ✓ **Décoration inspirée de la nature** : utilisation de matériaux naturels et de motifs inspirés de la nature pour créer une ambiance apaisante et relaxante.
- ✓ **Intégration de la maison intelligente** : utilisation de technologies intelligentes pour contrôler l'éclairage, les thermostats et autres appareils ménagers, améliorant ainsi la commodité et l'efficacité énergétique.
- ✓ **Durabilité et respect de l'environnement** : Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de l'impact environnemental de leurs achats. Ils recherchent des meubles fabriqués à partir de matériaux durables et éco-responsables, tels que le bois certifié FSC, le bambou et le plastique recyclé.
- ✓ **Personnalisation et expression individuelle** : Les meubles et objets de décoration ne sont plus uniquement fonctionnels. Les clients souhaitent des produits qui reflètent leur personnalité et leur style unique. Cela se traduit par une demande accrue de meubles modulaires, de pièces sur mesure et d'options de personnalisation.
- ✓ **Intégration de la technologie** : La technologie joue un rôle de plus en plus important dans l'industrie du meuble et de la décoration. On observe l'émergence de meubles connectés (domotique), la réalité augmentée qui permet de visualiser les meubles dans son propre intérieur avant l'achat, et des expériences d'achat en ligne personnalisées grâce à l'intelligence artificielle.
- ✓ **Essor du e-commerce** : Le commerce électronique connaît une croissance fulgurante dans ce secteur. Les consommateurs apprécient la commodité de l'achat en ligne et le large choix de produits disponibles. Cela incite les entreprises à développer une présence en ligne forte et à optimiser leur expérience d'achat en ligne.

2.7- Opportunités de marché :

- **Développement de produits durables et éco-responsables** pour répondre à la demande croissante des consommateurs soucieux de l'environnement.
- **Fournir des solutions de personnalisation** pour permettre aux clients de créer des espaces uniques qui reflètent leur personnalité.
- **Exploiter le potentiel du e-commerce** en développant une plateforme en ligne conviviale et en offrant des options de livraison et de retour flexibles.
- **Cibler les marchés émergents** où la demande de meubles et d'articles de décoration est en forte croissance.
- **Investir dans la technologie** pour améliorer l'expérience client, que ce soit en ligne ou en magasin.

2.8- Défis du marché :

- La concurrence intense du marché mondial exige des entreprises une innovation constante et une stratégie de différenciation claire.
- Les fluctuations des prix des matières premières et les perturbations de la chaîne d'approvisionnement peuvent impacter les marges bénéficiaires.
- L'évolution rapide des préférences des consommateurs nécessite une grande capacité d'adaptation des entreprises.

2.9- Impact de la COVID-19

La pandémie de COVID-19 a eu un impact significatif sur l'industrie mondiale du meuble et de la décoration. Les confinements et les fermetures de magasins ont entraîné une baisse des ventes et des perturbations des chaînes d'approvisionnement. Cependant, la pandémie a également conduit à une augmentation du temps passé à la maison, ce qui a stimulé la demande de meubles et d'articles de décoration pour la maison.

- Plusieurs tendances clés devraient façonner le marché du meuble et de la décoration à l'ère post-COVID-19 :

Priorité au confort et à la fonctionnalité: Les consommateurs recherchent des meubles confortables et fonctionnels qui s'adaptent à leur mode de vie hybride, qui comprend à la fois du travail à domicile et des loisirs.

Intérêt pour l'aménagement extérieur: Les espaces extérieurs sont devenus des extensions essentielles de la maison, ce qui entraîne une demande croissante de meubles et d'articles de décoration pour l'extérieur.

Durabilité et conscience environnementale: Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de l'environnement et recherchent des meubles et des articles de décoration durables et fabriqués à partir de matériaux écologiques.

Personnalisation et expression de soi: Les consommateurs souhaitent des meubles et des articles de décoration qui reflètent leur personnalité et leur style uniques.

Croissance du e-commerce: La tendance au e-commerce devrait se poursuivre, les consommateurs recherchant la commodité et la flexibilité des achats en ligne.

3-Etude de marché national de e-commerce :

Le commerce électronique en Algérie connaît une croissance fulgurante ces dernières années, stimulée par la pénétration croissante d'internet, l'évolution des modes de consommation et l'essor des smartphones. Cette étude de marché vise à dresser un panorama complet du secteur, en analysant ses tendances, ses acteurs clés, ses défis et ses perspectives d'avenir.

3.1- Croissance du marché du e-commerce

Volume des transactions: D'après une estimation du cabinet d'études **Euro monitor International** datant de 2022, le marché du e-commerce en Algérie a connu une croissance remarquable ces dernières années, avec un volume de transactions estimé à 10 milliards de dollars en 2022. Cette tendance haussière devrait se poursuivre dans les années à venir, portée par l'augmentation du nombre d'internautes et l'évolution des comportements d'achat.

Principaux segments de marché: Une enquête réalisée par ICOSNET auprès des e-commerçants algériens en 2022 révèle que les produits électroniques, l'habillement et la beauté dominent le marché du e-commerce algérien, suivis par les produits alimentaires et les voyages.

3.2- Acteurs clés du e-commerce en Algérie

3.2.1 Places de marché

Les acteurs historiques: Ouedkniss <https://www.ouedkniss.com/> et Jumia Algérie <https://www.jumia.com.dz/> dominent le paysage du e-commerce algérien, proposant une large gamme de produits et services à des prix compétitifs.

3.2.2- Sites e-commerce des marques

Développement des sites e-commerce des marques: De plus en plus de marques algériennes développent leurs propres sites e-commerce afin de maîtriser l'expérience client et de proposer des offres exclusives.

Exemples: Le groupe Cevital <https://www.cevital.com/en/>, l'entreprise d'électroménager Condor <https://www.condor.com/us/>

3.3- Défis et perspectives d'avenir du e-commerce en Algérie

3.3.1- Défis

Logistique et livraison: La logistique et la livraison constituent des défis majeurs pour le e-commerce en Algérie, en raison de l'étendue du territoire et de l'infrastructure de transport parfois défaillante. L'optimisation des processus logistiques et la mise en place d'une infrastructure de livraison efficace sont cruciales pour assurer une expérience client satisfaisante.

Modes de paiement: L'accès aux modes de paiement électroniques sécurisés reste limité en Algérie, ce qui freine l'adoption du e-commerce par certains consommateurs. Le développement de solutions de paiement électroniques fiables et accessibles est essentiel pour favoriser l'inclusion financière et la croissance du e-commerce.

Cadre juridique et réglementaire: Le cadre juridique et réglementaire du e-commerce en Algérie est en cours de développement, nécessitant une clarification et une adaptation aux réalités du marché. La mise en place d'un cadre juridique clair et transparent est indispensable pour protéger les consommateurs et les entreprises, et pour stimuler la confiance dans l'économie numérique.

3.3.2- Perspectives d'avenir

Forte croissance attendue: Le marché du e-commerce en Algérie devrait connaître une croissance importante dans les années à venir, stimulée par l'augmentation du taux de pénétration d'internet, l'amélioration des infrastructures logistiques et l'évolution des modes de paiement. Les experts prévoient une croissance annuelle moyenne à deux chiffres pour le secteur au cours des prochaines années.

Emergence de nouveaux acteurs: L'essor du e-commerce devrait favoriser l'émergence de nouveaux acteurs sur le marché, notamment des startups spécialisées dans le e-commerce et la logistique. L'innovation et la diversification de l'offre sont essentielles pour répondre aux attentes des consommateurs algériens de plus en plus connectés et exigeants.

Digitalisation des entreprises: De plus en plus d'entreprises algériennes devraient se digitaliser et développer leurs canaux de vente en ligne pour répondre à la demande croissante des

consommateurs. La mise en place de stratégies digitales efficaces permettra aux entreprises algériennes de gagner en compétitivité et de s'adapter aux mutations du marché.

3.4- L'impact du COVID-19 sur le e-commerce en Algérie

La pandémie de COVID-19 a eu un impact significatif sur le marché du e-commerce en Algérie, en accélérant sa croissance et en modifiant les habitudes d'achat des consommateurs. Voici un aperçu de cet impact :

Accélération de la croissance du e-commerce

Confinement et restrictions: Les mesures de confinement et la fermeture des commerces non essentiels ont poussé les consommateurs vers le e-commerce pour acheter des produits de première nécessité, de l'électronique et d'autres articles.

Augmentation de la demande en ligne: La demande pour les achats en ligne a connu une hausse fulgurante, obligeant les plateformes e-commerce à renforcer leurs capacités pour répondre à la demande accrue.

Découverte du e-commerce par de nouveaux clients: De nombreux consommateurs qui n'avaient pas l'habitude d'acheter en ligne ont découvert le e-commerce pendant la pandémie et ont adopté ce mode d'achat.

Modification des habitudes d'achat

Priorité aux produits essentiels: Les achats en ligne se sont concentrés dans un premier temps sur les produits alimentaires, les produits d'hygiène et les produits pharmaceutiques.

Intérêt croissant pour les produits électroniques et d'aménagement: Avec le télétravail et le confinement à domicile, la demande pour les produits électroniques, l'équipement de bureau et les articles de décoration a également augmenté.

Développement du m-commerce: L'utilisation des smartphones pour effectuer des achats en ligne s'est intensifiée, offrant une solution pratique et accessible aux consommateurs algériens.

3.5- Défis posés par le COVID-19

Logistique et livraison: La pandémie a mis en lumière les faiblesses de la logistique et de la livraison en Algérie, avec des retards et des difficultés d'acheminement des produits.

Rupture de stock: La perturbation des chaînes d'approvisionnement mondiales a entraîné des ruptures de stock sur certains produits, ce qui a pu frustrer les consommateurs.

Sécurité sanitaire des livraisons: Les préoccupations liées à la transmission du virus ont conduit à la mise en place de protocoles de livraison sans contact, ce qui a pu rallonger les délais de livraison.

3.6- Cadre juridique et réglementaire du e-commerce en Algérie

Le commerce électronique en Algérie est encadré par un ensemble de lois et de réglementations qui visent à protéger les consommateurs, à garantir la concurrence loyale et à promouvoir le développement du secteur.

3.6.1- Lois principales:

Loi n°05-18 du 10 mai 2018 relative au commerce électronique: Cette loi définit les principes fondamentaux du commerce électronique en Algérie, notamment les obligations des e-fournisseurs, les droits des e-consommateurs et les modalités de règlement des litiges.

Décret exécutif n°18-315 du 28 octobre 2018 portant application de certaines dispositions de la loi n°05-18 du 10 mai 2018 relative au commerce électronique: Ce décret précise les conditions de création et d'exploitation d'un site e-commerce, ainsi que les procédures de contrôle et de sanctions en cas de non-respect de la loi.¹

Loi n°18-01 du 3 février 2018 relative à la protection des consommateurs: Cette loi protège les consommateurs contre les pratiques commerciales abusives, notamment dans le cadre du e-commerce.²

Loi sur le commerce électronique : La loi relative au commerce électronique en Algérie a été élaborée conformément au Journal officiel de la République algérienne n° 28 du 10 mai 2018.

Elle vise à réglementer le marché électronique et à garantir la sécurité du commerce électronique dans le pays. Cette loi comprend de nombreuses dispositions qui définissent les droits et obligations des fournisseurs de services en ligne et des consommateurs.

Elle comprend également des mesures visant à protéger la sécurité du commerce électronique et à garantir la mise en œuvre des obligations liées aux services en ligne. La loi vise également à promouvoir la transparence dans les opérations commerciales en ligne et établit les devoirs et droits des consommateurs en ligne.

Cette loi vise à renforcer la confiance dans le commerce électronique et à stimuler la croissance du marché électronique en Algérie en fournissant un environnement sûr et transparent à toutes les parties concernées.

L'objectif de ce système est de fournir l'infrastructure, les ressources et les opportunités nécessaires à la réussite et à l'expansion de ces entreprises. Cet environnement favorable comprend des mesures réglementaires simplifiées, un financement disponible, la formation et le développement, la promotion de l'innovation et de l'entrepreneuriat, et l'élimination des obstacles auxquels sont confrontées les entreprises émergentes. Ces efforts visent à renforcer l'économie et à créer de meilleures opportunités pour les jeunes et les innovateurs pour démarrer et développer leurs entreprises dans le pays.

3.6.2- Lois régissant le marché du meuble et de la décoration en Algérie :

Le marché algérien du meuble et de la décoration est régi par un ensemble de lois et de réglementations visant à protéger les consommateurs, à garantir la qualité des produits et à promouvoir la concurrence loyale. Voici quelques-unes des lois les plus importantes:

1. Loi n°04-09 du 25 juin 2004 relative à la protection du consommateur: Cette loi définit les droits des consommateurs et les obligations des vendeurs de biens et de services. Elle interdit notamment les pratiques commerciales trompeuses, la publicité mensongère et la vente de produits non conformes.

2. Décret exécutif n°05-20 du 16 février 2005 portant application de la loi n°04-09 du 25 juin 2004 relative à la protection du consommateur: Ce décret précise les modalités d'application de la loi n°04-09 du 25 juin 2004. Il définit notamment les procédures de contrôle des produits et les sanctions en cas de non-respect de la loi.

¹ <https://www.joradp.dz/FTP/jo-francais/2018/F2018028.pdf>

3. Loi n°10-02 du 20 février 2010 portant loi de finances complémentaire pour l'exercice 2010: Cette loi institue un régime de taxation spécifique pour les importations de meubles et d'articles de décoration.

4. Décret exécutif n°10-245 du 31 août 2010 portant modalités d'application des dispositions fiscales prévues par la loi n°10-02 du 20 février 2010 portant loi de finances complémentaire pour l'exercice 2010: Ce décret précise les modalités d'application des dispositions fiscales prévues par la loi n°10-02 du 20 février 2010.

5. Norme algérienne relative à la sécurité des meubles: Cette norme définit les exigences de sécurité auxquelles doivent répondre les meubles fabriqués ou commercialisés en Algérie.

3.6.3- Organismes de régulation

Le marché du meuble et de la décoration en Algérie est régulé par plusieurs organismes, dont:

- **Ministère du Commerce:** Le ministère du Commerce est responsable de la protection des consommateurs et de la promotion de la concurrence loyale.
- **Agence nationale de la normalisation et de la réglementation (ANOR):** L'ANOR est responsable de l'élaboration et de la mise en œuvre des normes algériennes.
- **Institut national de la consommation (INC):** L'INC est chargé de sensibiliser les consommateurs à leurs droits et de leur fournir des informations sur les produits et les services.

3.6.4 -Normes et réglementations spécifiques:

Normes relatives à la protection des données personnelles: Les entreprises du e-commerce doivent respecter la loi n°18-01 du 3 février 2018 relative à la protection des données personnelles et collecter et traiter les données des clients de manière conforme à cette loi.

Normes relatives à la cybersécurité: Les entreprises du e-commerce doivent mettre en place des mesures de sécurité adéquates pour protéger les données des clients et les systèmes informatiques contre les cyberattaques.

Normes relatives à la publicité en ligne: La publicité en ligne est soumise à la loi n°04-11 du 22 juin 2004 relative à la publicité et à la protection des consommateurs.¹

Institutions en charge du e-commerce :

Ministère du Commerce et de la Promotion des exportations: Le ministère est chargé de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique nationale en matière de e-commerce.

Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT): L'ARPT est chargée de réguler le secteur des télécommunications et de veiller au bon fonctionnement des infrastructures internet.

Centre National de Registre du Commerce (CNRC): Le CNRC est chargé de l'immatriculation des entreprises et de la délivrance des autorisations d'exercice pour les activités de e-commerce.

¹ <https://www.joradp.dz/FTP/jo-francais/2018/F2018005.pdf>

3.7- Défis et perspectives d'avenir

Le cadre juridique et réglementaire du e-commerce en Algérie est encore en cours de développement et doit faire face à plusieurs défis, notamment:¹

Manque de clarté et de précision de certaines dispositions: Certaines dispositions des lois et réglementations en vigueur sont jugées trop vagues et difficiles à interpréter, ce qui peut créer des incertitudes juridiques pour les entreprises.

Insuffisance des contrôles et des sanctions: Les moyens de contrôle et de sanction des infractions à la législation sur le e-commerce sont jugés insuffisants par certains acteurs du marché.

Nécessité d'une adaptation aux nouvelles technologies: Le cadre juridique et réglementaire doit être régulièrement mis à jour pour tenir compte des évolutions technologiques et des nouvelles pratiques du e-commerce.

Malgré ces défis, le cadre juridique et réglementaire du e-commerce en Algérie a connu des progrès importants ces dernières années. Les autorités algériennes sont conscientes de la nécessité de continuer à améliorer ce cadre pour favoriser le développement du secteur et protéger les consommateurs.

3.8- Commerce électronique en Algérie :

Il est prévu que le nombre d'utilisateurs du marché du commerce électronique en Algérie continue d'augmenter régulièrement entre 2023 et 2028, avec un total de 4,1 millions d'utilisateurs (+35,34 %). Après avoir enregistré une augmentation pour la neuvième année consécutive, l'indice devrait atteindre 15,71 millions d'utilisateurs, atteignant ainsi un nouveau pic en 2028. Le nombre d'utilisateurs du marché du commerce électronique augmente continuellement au cours des années précédentes.

3.9- Promotion d'un environnement favorable aux start-ups en Algérie

L'Algérie, à travers sa nouvelle politique économique, cherche à créer un environnement favorable et solide pour promouvoir et soutenir les start-ups. L'objectif est de diversifier l'économie algérienne et d'augmenter le nombre d'initiatives innovantes et de start-ups pour devenir un acteur clé dans la réalisation du développement économique. Ces efforts comprennent le lancement du Fonds national pour le financement des start-ups avec un capital de 1,2 milliard de dinars, le premier mécanisme public visant à soutenir les projets jeunes et l'entrepreneuriat.

Ce fonds a été créé en collaboration avec le Ministère de l'économie du savoir et des start-ups et des petites entreprises et six banques publiques. Il vise à financer les entreprises désignées comme "start-ups", et ses capitaux ont été investis dans plus de 70 entreprises à leurs stades initiaux. De plus, un soutien financier a été accordé à 390 porteurs de projets innovants. Ces efforts visent à renforcer les nouveaux secteurs économiques et à pousser l'économie vers l'adoption de nouveaux modèles axés sur la connaissance et l'innovation.

3.9.1- Économie

Les meubles sont une partie vitale de la vie des êtres humains et des sociétés dans le monde entier et peuvent être classés en plusieurs catégories, notamment les meubles domestiques, de bureau,

1

d'hôtel et de restaurant, comprenant des éléments tels que des chaises, des tables, des lits, des canapés, des armoires, et bien plus encore.

4-Étude de marché du meuble et de la décoration en Algérie

Le marché algérien du meuble et de la décoration connaît une croissance dynamique ces dernières années, stimulée par une demande croissante des ménages algériens, l'augmentation des investissements dans le secteur du bâtiment et de la construction, et l'émergence d'une classe moyenne aisée..

4.1- Taille du marché et tendances de croissance

- **Taille du marché:** Le marché algérien du meuble et de la décoration est estimé à environ 3 milliards de dollars en 2023, avec une croissance annuelle moyenne de 5%. Cette croissance est soutenue par plusieurs facteurs, notamment:
 - **Augmentation de la population:** La population algérienne est estimée à 45 millions d'habitants en 2023 et devrait atteindre 50 millions d'ici 2030. Cette croissance démographique entraîne une augmentation de la demande en meubles et en articles de décoration.
 - **Urbanisation croissante:** De plus en plus d'Algériens quittent les zones rurales pour s'installer dans les villes, ce qui stimule la demande en logements neufs et meublés.
 - **Niveau de vie en hausse:** Le niveau de vie des Algériens a considérablement augmenté ces dernières années, ce qui leur permet de consacrer davantage de budget à l'ameublement et à la décoration de leurs maisons.
- **Tendances de croissance:** Les principales tendances de croissance du marché algérien du meuble et de la décoration sont:
 - **Demande croissante pour des meubles modernes et design:** Les consommateurs algériens sont de plus en plus à la recherche de meubles modernes et design qui reflètent leur style et leur personnalité.
 - **Intérêt croissant pour la décoration intérieure:** La décoration intérieure devient de plus en plus importante pour les Algériens, qui n'hésitent pas à investir dans des accessoires et des objets décoratifs pour personnaliser leur espace de vie.
 - **Montée en puissance du e-commerce:** Le e-commerce connaît une forte croissance en Algérie, ce qui offre aux consommateurs un plus large choix de meubles et d'articles de décoration à des prix compétitifs.

4.2- Structure du marché

- **Types de produits:** Le marché algérien du meuble et de la décoration englobe une large gamme de produits, notamment:

Meuble :

- Meubles de salon
- Meubles de chambre à coucher
- Meubles de cuisine
- Meubles de salle de bain

Décorations :

- **Décoration d'intérieur :** Les articles de décoration d'intérieur tels que des tapis, des coussins, des rideaux, des lampes, des tableaux et des objets d'artisanat traditionnel et moderne
- **Articles artisanaux :** tels que la poterie, les tapis tissés à la main, les objets en cuivre martelé et les bijoux traditionnels, sont très appréciés à la fois par les habitants et par les touristes. De nombreux
- **Articles de fête et cadeaux personnalisés :** décorations de table, des ballons, des cartes de vœux personnalisées, des cadeaux gravés ou brodés, et d'autres articles festifs.
- **Canaux de distribution:** Les meubles et articles de décoration sont distribués en Algérie à travers différents canaux, tels que:
 - Magasins spécialisés
 - Grands magasins
 - Meubles en ligne
 - Artisans et ébénistes
- **Acteurs principaux:** Les principaux acteurs du marché algérien du meuble et de la décoration sont:
 - Entreprises algériennes (Adekor, Leader Meubles Taboukert, Nedomeubles)
 - Entreprises internationales (IKEA, Conforama, Mobilier Lapeyre)
 - Artisans et ébénistes

4.3- Analyse de la demande

- **Comportement des consommateurs:** Les consommateurs algériens sont de plus en plus exigeants en matière de qualité, de design et de prix des meubles et articles de décoration. Ils sont également plus enclins à rechercher des produits respectueux de l'environnement et fabriqués à partir de matériaux durables.
- **Facteurs d'influence:** Les principaux facteurs qui influencent le comportement des consommateurs algériens sur le marché du meuble et de la décoration sont:
 - Les tendances de la mode et du design
 - Le niveau de vie
 - Les préférences personnelles
 - Les stratégies marketing des entreprises

4.4- Analyse de la concurrence

- **Concurrence intense:** Le marché algérien du meuble et de la décoration est caractérisé par une concurrence intense entre les différents acteurs. Les entreprises doivent proposer des produits innovants, de qualité et à des prix compétitifs pour se démarquer sur ce marché.
- **Stratégies des entreprises:** Les principales stratégies mises en œuvre par les entreprises sur le marché algérien du meuble et de la décoration sont:
 - Diversification de l'offre

- Innovation en matière de design
- Développement de stratégies marketing ciblées
- Renforcement de la présence en ligne
- **Perspectives de croissance:** Le marché algérien du meuble et de la décoration est attendu en **forte croissance** dans les années à venir, porté par les facteurs mentionnés précédemment. On prévoit une croissance annuelle moyenne de **5 à 7%** d'ici 2030.
- **Défis à relever:** Malgré son potentiel, le marché algérien du meuble et de la décoration fait face à certains défis:
 - **Concurrence accrue des produits importés:** Les produits importés, souvent moins chers, représentent une concurrence importante pour les fabricants algériens.
 - **Difficulté d'accès aux matières premières:** L'accès aux matières premières de qualité peut être difficile pour les fabricants algériens, ce qui peut impacter le coût de production.
 - **Besoin de modernisation des techniques de fabrication:** La modernisation des techniques de fabrication est essentielle pour améliorer la compétitivité des fabricants algériens.

4.5- Acteurs clés du marché algérien du meuble et de la décoration :

Le marché algérien du meuble et de la décoration est un marché dynamique et en pleine croissance, caractérisé par une grande diversité d'acteurs. Ces acteurs peuvent être classés en deux catégories principales: les grossistes et les détaillants.

4.5.1- Grossistes

Les grossistes jouent un rôle crucial dans l'approvisionnement du marché en meubles et articles de décoration. Ils achètent des produits en grandes quantités auprès des fabricants ou des importateurs, puis les revendent aux détaillants. Les principaux grossistes sur le marché algérien sont:

- **Adekor:** Grossiste algérien spécialisé dans la vente de meubles et d'articles de décoration pour la maison, le bureau et le jardin.
- **Leader Meubles ALPHA:** Grossiste algérien spécialisé dans la vente de meubles en bois massif et MDF.
- **IKEA DZ:** Grossiste algérien spécialisé dans la vente de meubles de cuisine et de salle de bain.
- **Meubles Algérie:** Grossiste algérien spécialisé dans l'importation et la vente de meubles de toutes origines.

4.5.2- Détaillants

Les détaillants sont les entreprises qui vendent des meubles et articles de décoration directement aux consommateurs finaux. Ils peuvent être des magasins spécialisés, des grandes surfaces commerciales ou des boutiques en ligne. Les principaux types de détaillants sur le marché algérien sont:

- **Magasins spécialisés:** Ces magasins se concentrent sur la vente d'un type de produit spécifique, tels que les meubles de salon, les meubles de cuisine ou les articles de décoration. Exemples:
 - **Meubles EL BEY:** Chaîne de magasins spécialisés dans la vente de meubles de salon et de chambre à coucher.
 - **Déco El Djazair:** Magasin spécialisé dans la vente d'articles de décoration pour la maison
- **Grandes surfaces commerciales:** Les grandes surfaces commerciales, telles que Carrefour et Rhyper, proposent une large gamme de meubles et d'articles de décoration à des prix compétitifs. Exemples:
 - **Carrefour Algérie:** Chaîne de supermarchés proposant un rayon meuble et décoration.
 - **Rhyper Algérie:** Chaîne d'hypermarchés proposant un rayon meuble et décoration.
- **Boutiques en ligne:** De plus en plus de consommateurs algériens achètent leurs meubles et articles de décoration en ligne. Les boutiques en ligne offrent un large choix de produits et des prix souvent plus avantageux que les magasins physiques.
- Exemples:
 - **Ouedkniss:** Plateforme de e-commerce algérienne où l'on peut trouver une large gamme de meubles et d'articles de décoration d'occasion et neufs.
 - **Jumia Algérie:** Site de e-commerce proposant un rayon meuble et décoration.

4.5.3- Autres acteurs

En plus des grossistes et des détaillants, il existe d'autres acteurs importants sur le marché algérien du meuble et de la décoration, tels que:

- **Fabricants:** Les fabricants sont les entreprises qui produisent des meubles et articles de décoration. Ils peuvent être des entreprises algériennes ou étrangères.
- **Importateurs:** Les importateurs sont les entreprises qui importent des meubles et articles de décoration d'autres pays.
- **Artisans:** Les artisans fabriquent des meubles et articles de décoration à la main. Ils sont souvent présents sur les marchés traditionnels et dans les petites boutiques.
- **Architectes d'intérieur:** Les architectes d'intérieur conseillent les clients sur l'aménagement et la décoration de leur intérieur.
- **Décorateurs d'intérieur:** Les décorateurs d'intérieur réalisent des projets de décoration pour les particuliers et les professionnels.
- **Les pages des magasins de meubles et de décoration sur les réseaux sociaux :**

Les pages des magasins de meubles et de décoration sur les réseaux sociaux se distinguent généralement par des designs attrayants qui reflètent leur propre style et renforcent leur attrait auprès des clients potentiels.

1. Contenu visuel distinctif: Elles présentent des images de haute qualité des produits exposés, ce qui permet aux clients de voir clairement les détails et de s'assurer de la qualité des meubles et de la décoration.
2. Promotions et réductions : Les offres spéciales et les réductions sont publiées sur leurs pages pour attirer davantage de clients, ce qui encourage les achats immédiats.
3. Partage d'idées de design et de décoration : Les pages peuvent inclure le partage d'idées pour les designs d'intérieur et l'utilisation des meubles dans les maisons, inspirant ainsi les clients et les encourageant à interagir avec le contenu.
4. Interaction avec les clients : Les pages de meubles et de décoration interagissent avec les clients en répondant aux commentaires et aux questions, établissant ainsi des relations solides et renforçant la confiance des clients.
5. Informations détaillées sur les produits : Des descriptions détaillées des produits sont fournies, y compris les matériaux utilisés, les dimensions et d'autres spécifications techniques, aidant ainsi les clients à prendre des décisions éclairées.
6. Témoignages et avis : Les pages peuvent inclure des évaluations de clients précédents et des témoignages sur les services fournis, renforçant ainsi la crédibilité du magasin.
7. Innovation et nouvelles tendances : Ces pages peuvent servir à présenter les innovations dans le domaine des meubles et de la décoration, ainsi qu'à introduire les nouvelles tendances en matière de design et de mode.

4.5.4- Forces et faiblesses des acteurs

Points forts

- **Sites Web:** Avoir une présence en ligne permet aux clients de découvrir facilement les produits et services proposés, et de les acheter directement.
- **Diversité des produits et services:** Offrir une large gamme de produits et services répond aux besoins et aux préférences d'un large éventail de clients.
- **Confiance des clients:** Établir une relation de confiance avec les clients encourage la fidélité et les recommandations.
- **Accès au public local:** Cibler un public local permet de se concentrer sur les besoins spécifiques de cette population et de mieux les servir.
- **Facilité d'utilisation:** Un site Web et des processus d'achat simples et intuitifs rendent l'expérience utilisateur agréable et encourage les achats.
- **Livraison dans les zones reculées :** Proposer des options de livraison pour les clients dans des zones éloignées élargit la portée du commerce et augmente la clientèle potentielle.
- **Recherche aisée:** Un moteur de recherche efficace sur le site Web permet aux clients de trouver rapidement les produits qu'ils recherchent.
- **Service client excellent:** Offrir un service client réactif et de qualité supérieure favorise la satisfaction des clients et renforce leur fidélité.

- **Pages de médias sociaux:** Utiliser les plateformes de médias sociaux pour promouvoir les produits, les services et les offres spéciales permet d'atteindre un public plus large et d'engager les clients.
- **Faible coût:** Gérer une boutique en ligne peut être moins coûteux que de maintenir un magasin physique, ce qui permet de réduire les prix et d'augmenter les marges bénéficiaires.

Points faibles

- **Difficulté d'accès à un public mondial:** Se limiter à une langue et à une culture peut restreindre la portée du commerce et limiter le nombre de clients potentiels.
- **Difficulté à offrir une variété de produits et services:** Un budget limité ou des contraintes d'espace de stockage peuvent restreindre la gamme de produits et services proposés.
- **Difficulté à bâtir la confiance des clients:** Gagner la confiance des clients en ligne peut être plus difficile qu'en personne, car les interactions sont moins personnelles.

Tableau : Point forts et faibles des acteurs

Points forts	Point faibles
<ul style="list-style-type: none">● Diversité des produits et services● Confiance des clients● Accès au public local● Facilité d'utilisation● Livraison dans les zones reculées● Recherche aisée● Faible couts	<ul style="list-style-type: none">● Difficulté d'accès à un public mondial● Difficulté à offrir une variété de produits et services● Difficulté d'accès à un public mondial

Source : réalisé par les étudiants

4.5.5- Défis du secteur du meuble

- Ressources naturelles : L'industrie du meuble dépend de matériaux tels que le bois, une ressource limitée confrontée à des défis en termes de durabilité.
- Durabilité : La pression augmente pour rendre l'industrie du meuble plus durable en réduisant les déchets et en utilisant des matériaux respectueux de l'environnement.
- Valeur du dinar algérien : Selon les données publiées sur le site du Ministère des finances, le dinar algérien continue de s'améliorer par rapport au dollar américain, mais avec des taux d'inflation croissants et donc une baisse du pouvoir d'achat et une incapacité à acheter de nouveaux meubles, les gens se tournent vers les meubles d'occasion.

4.6- Technologie :

- Facilité d'accès à l'information : La technologie moderne rend facile l'accès aux informations sur les meubles d'occasion disponibles sur la plateforme. Les acheteurs

peuvent rechercher des offres, comparer les prix et les fonctionnalités facilement via Internet et les applications mobiles.

- **Plateformes de vente en ligne** : Des plateformes telles que les sites de petites annonces en ligne fournissent des interfaces pour vendre et acheter des meubles et de deco. Les vendeurs peuvent publier des photos et des détails sur les produits qu'ils souhaitent vendre, atteignant ainsi un public plus large.
- **Réseaux sociaux** : Les médias sociaux peuvent être utilisés pour promouvoir la plateforme et attirer de nouveaux utilisateurs. Des offres spéciales peuvent être proposées et une meilleure interaction avec les clients peut être réalisée via ces plateformes.
- **Applications mobiles** : Les applications mobiles offrent une expérience utilisateur améliorée et pratique pour les vendeurs et les acheteurs. Les utilisateurs peuvent parcourir la plateforme et effectuer des transactions d'achat et de vente en déplacement.
- **Renforcement de la confiance** : En utilisant des techniques d'examen et d'évaluation en ligne, les acheteurs et les vendeurs peuvent fournir des commentaires et des avis sur les transactions et leur qualité. Cela aide à renforcer la confiance entre les utilisateurs et à accroître la transparence.
- **Paiement en ligne** : Les applications et services bancaires en ligne peuvent être utilisés pour faciliter les transactions de paiement et assurer leur sécurité

4.7- Besoins des consommateurs

- **Facilitation de la recherche** : Les consommateurs préfèrent trouver rapidement et facilement ce dont ils ont besoin, sans avoir à passer beaucoup de temps et d'efforts dans des recherches aléatoires et non ciblées. Éviter les recherches prolongées peut être très important pour les consommateurs, car la recherche aléatoire peut être épuisante, coûteuse et causer du stress et des désagréments. Au lieu de cela, les consommateurs cherchent toujours à éviter ces conséquences négatives.

- **Qualité et prix du mobilier et de la décoration** : Les consommateurs recherchent des meubles et des décorations en bon état et de haute qualité à des prix raisonnables. Ils veulent que ces pièces soient solides, durables et exemptes de défauts ou de dommages.

- **Variété et diversité** : Les consommateurs préfèrent avoir une large gamme de produits parmi lesquels choisir. Cette gamme doit inclure différents types de meubles tels que des chaises, des canapés, des tables, des lits, et plus encore.

- **Prix et économie** : Les consommateurs recherchent des produits à des prix abordables qui correspondent à leur budget.

- **Emplacement et disponibilité** : Les consommateurs préfèrent que les produits soient disponibles près d'eux ou dans des endroits facilement accessibles. Cela les aide à accéder aux produits plus rapidement et à des frais d'expédition réduits.

- **Informations précises** : Les consommateurs ont besoin d'informations précises sur les articles proposés, y compris des images de haute qualité et une description complète de l'état, des matériaux et des dimensions.

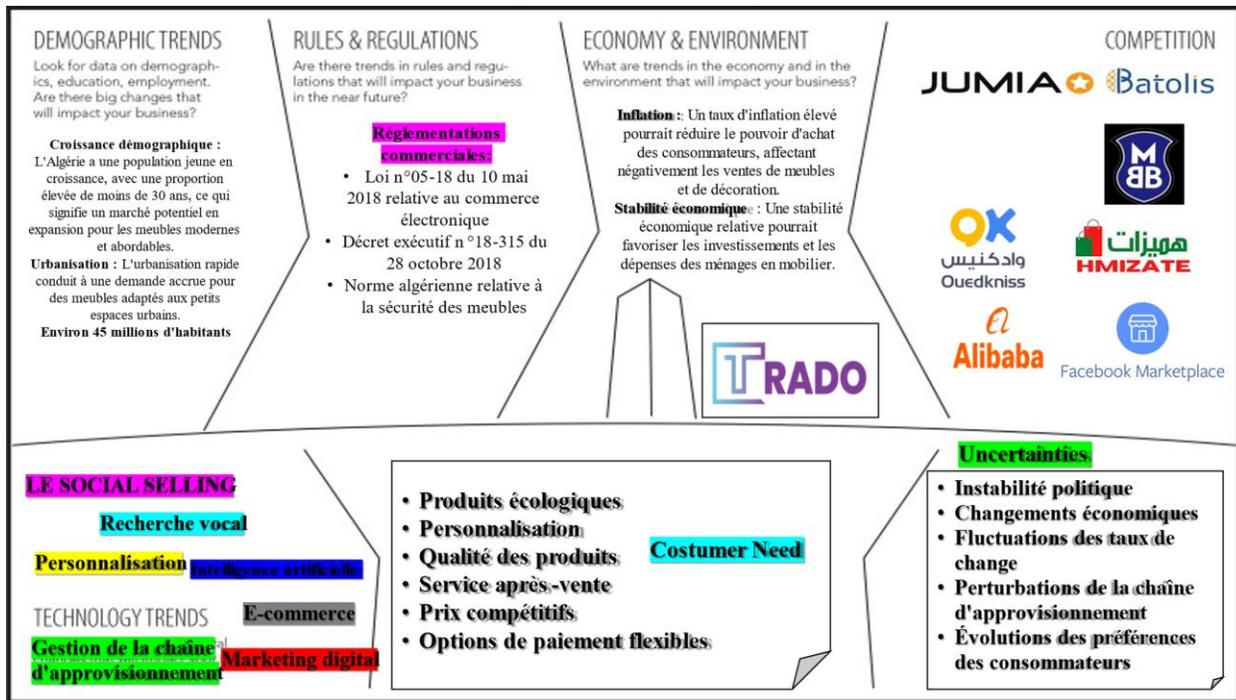
- **Durabilité** : De nos jours, de nombreuses personnes s'attendent à ce que les produits et services soient durables, ce qui signifie qu'ils doivent être respectueux de l'environnement et préserver les ressources naturelles. Lorsque les consommateurs recherchent des produits ou des services spécifiques, ils veulent trouver des alternatives qui répondent efficacement à leurs besoins sans nuire à l'environnement ou épuiser les ressources.

5- Analyse de marché national du meuble et deco :

5.1- Le contexte map :

Un contexte map est un outil de design thinking qui permet de visualiser et d'analyser les éléments externes influençant un projet ou une entreprise. Il aide à identifier les tendances, les forces et les acteurs clés dans l'environnement afin de mieux comprendre les opportunités et les défis. Cet outil facilite la prise de décision stratégique en fournissant une vue d'ensemble des facteurs contextuels pertinents.

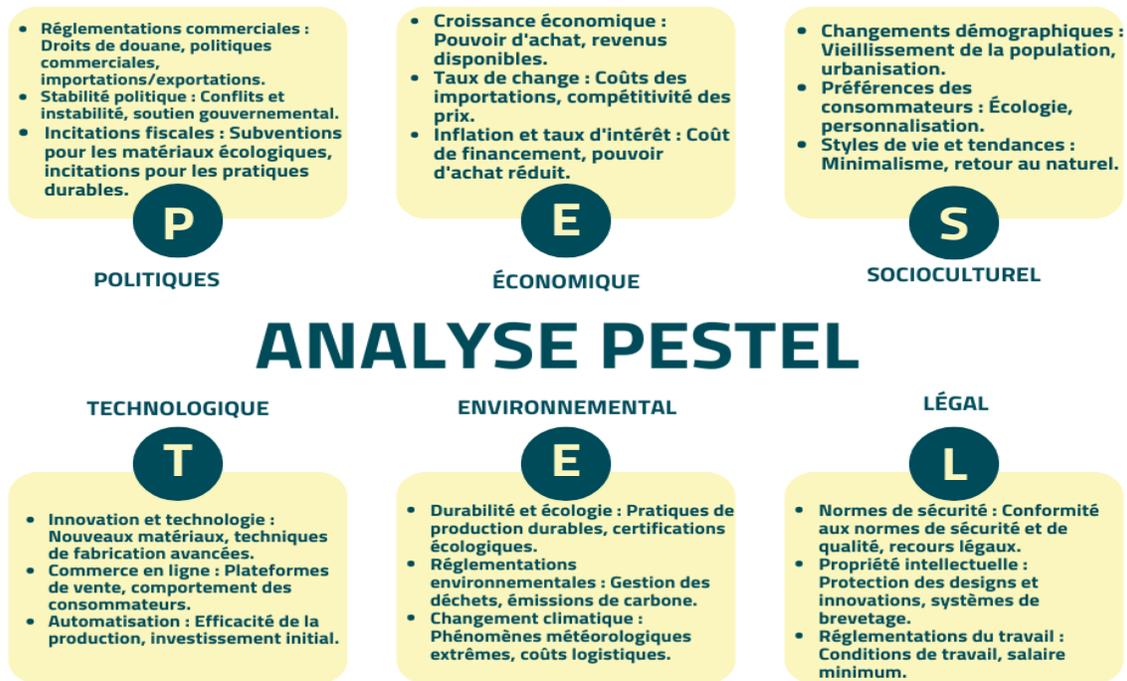
Figure : contexte map



Source : Réalisé par les étudiants

5.2- Analyse de PESTEL:

Figure : analyse pestel du marche national des meubles et déco



Source : Réalisé par les étudiants

5.3- Analyse SWOT :

Figure : analyse swot

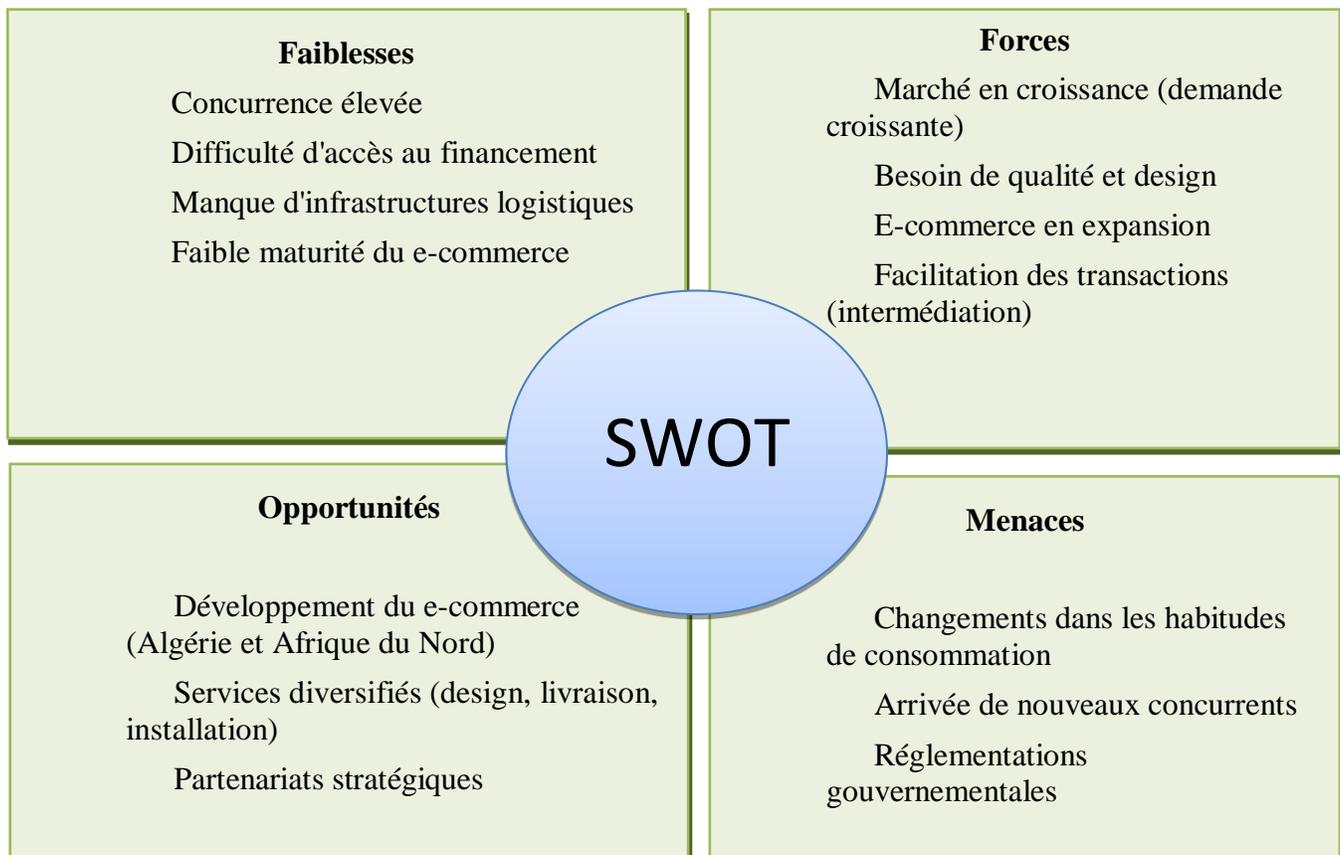
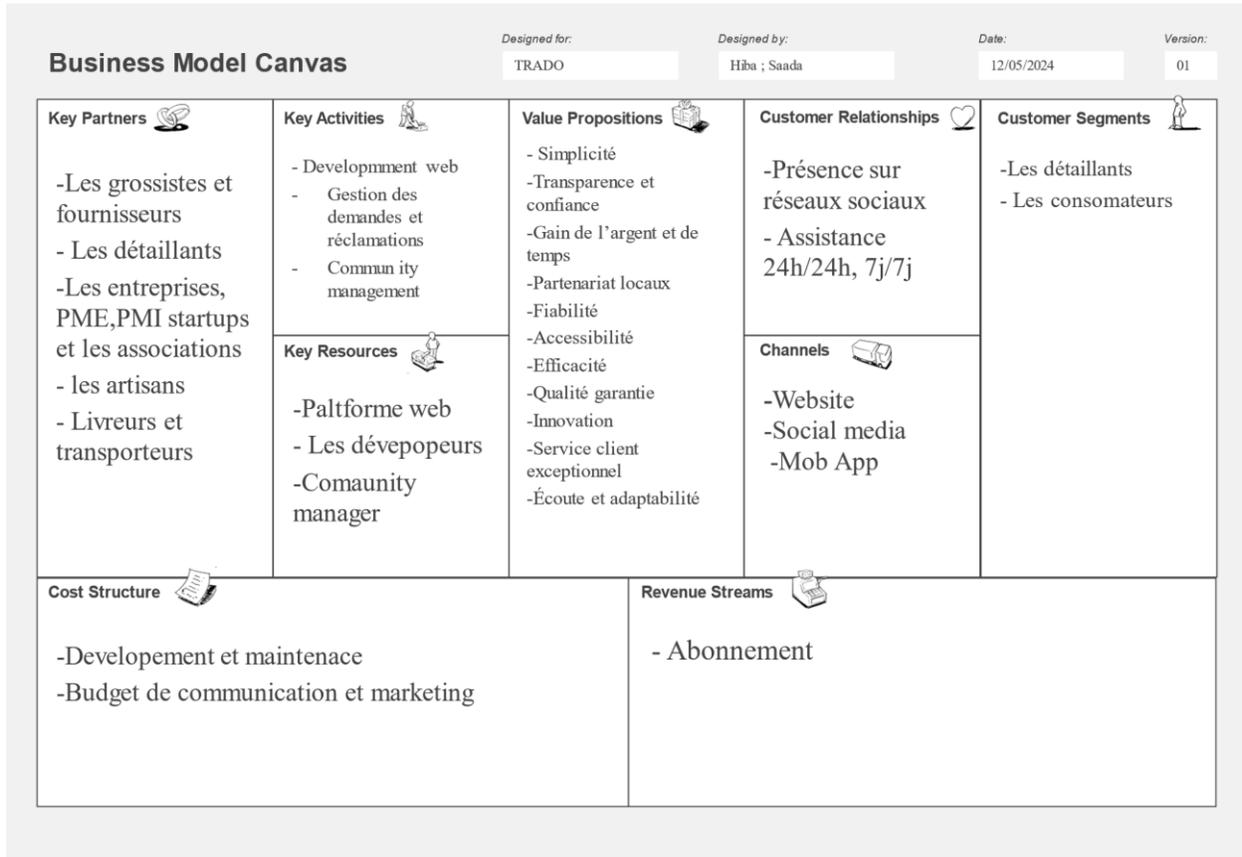


Figure 42 : Analyse de swot

Source : Réalisé par les étudiants

6-BMC 1 :

Figure : BMC 1



Source : réalisé par les étudiants

Segments de clientèle :

Grossistes : Ce sont les fournisseurs en gros qui proposent des produits en grande quantité.

Détaillants : Ce sont les entreprises ou les individus qui achètent des produits en gros auprès des grossistes pour les revendre ensuite aux consommateurs.

Proposition de valeur :

- Simplicité : Une interface intuitive qui simplifie le processus d'achat et de gestion des commandes pour les grossistes et détaillants.

- Transparence et confiance : Fournisseurs vérifiés et évaluations des produits pour garantir des transactions honnêtes et transparentes.

- Gain de temps et d'argent : Optimisation du processus de recherche et de commande de produits, réduisant ainsi les coûts et le temps nécessaire.

- Partenariats locaux : Soutien aux fournisseurs locaux en offrant une plateforme pour connecter les grossistes et détaillants algériens.
- Fiabilité : Sélection rigoureuse des fournisseurs pour assurer des produits de haute qualité et réduire les risques de produits endommagés ou de qualité inférieure.
- Accessibilité : Une plateforme multilingue et facile d'accès pour tous les utilisateurs, quel que soit leur niveau technologique.
- Efficacité : Processus de commande et de gestion simplifiés, permettant aux entreprises de fonctionner de manière plus fluide et productive.
- Qualité garantie : Engagement à fournir uniquement des produits de haute qualité grâce à une vérification stricte des fournisseurs.
- Innovation : Adoption de technologies modernes pour améliorer continuellement l'expérience utilisateur et les fonctionnalités de la plateforme.
- Service client exceptionnel : Un support client réactif et multilingue pour assister les utilisateurs dans leurs transactions et résoudre rapidement les problèmes.
- Sécurité des transactions : Protection des données et des transactions pour garantir la sécurité et la confidentialité des utilisateurs.
- Écoute et adaptabilité : Prise en compte des retours des utilisateurs pour adapter et améliorer constamment la plateforme en fonction des besoins réels du marché.

Canaux de distribution :

Site Web : Plateforme en ligne où les utilisateurs peuvent acheter et vendre des produits.

Réseaux sociaux : Utilisation des réseaux sociaux pour promouvoir la plateforme et interagir avec les clients et les partenaires.

Application mobile : Développement d'une application mobile pour permettre aux utilisateurs d'accéder à la plateforme depuis leur smartphone ou leur tablette.

Relations avec les clients :

Présence sur les réseaux sociaux : Interagir avec les clients et répondre à leurs questions et préoccupations via les plateformes de médias sociaux.

Assistance 24h/24 et 7j/7 : Fournir un support client continu pour résoudre les problèmes et répondre aux demandes à tout moment.

Co-création : Impliquer les clients dans le processus de développement de la plateforme en recueillant leurs commentaires et leurs suggestions.

Sources de revenus :

Abonnement : Proposer des abonnements premium avec des fonctionnalités supplémentaires pour les utilisateurs professionnels.

Ressources clés :

Plateforme web : Infrastructure technologique nécessaire pour héberger et maintenir la plateforme en ligne.

Développeurs : Expertise technique pour développer et améliorer continuellement la plateforme.

Community manager : Personne chargée de gérer les interactions avec la communauté en ligne et de promouvoir la plateforme.

Activités clés :

Développement web : Concevoir, développer et maintenir la plateforme en ligne.

Gestion des demandes et réclamations : Traiter les demandes des utilisateurs et résoudre les problèmes liés à la plateforme.

Community management : Engager et interagir avec la communauté en ligne pour favoriser la croissance et la fidélisation des utilisateurs.

Partenaires clés :

Grossistes et fournisseurs : Fournir les produits à vendre sur la plateforme.

Détaillants : Utiliser la plateforme pour acheter des produits en gros.

Structure de coûts :

Développement et maintenance : Coûts associés à la conception, au développement et à la maintenance continue de la plateforme. .

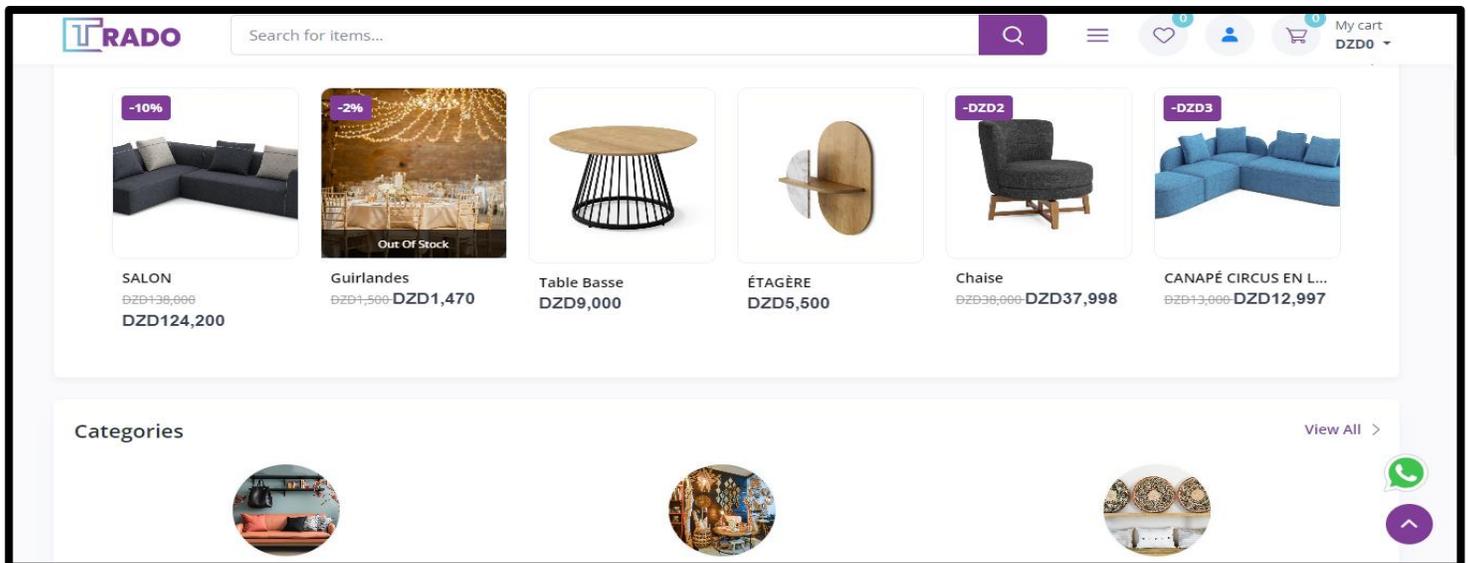
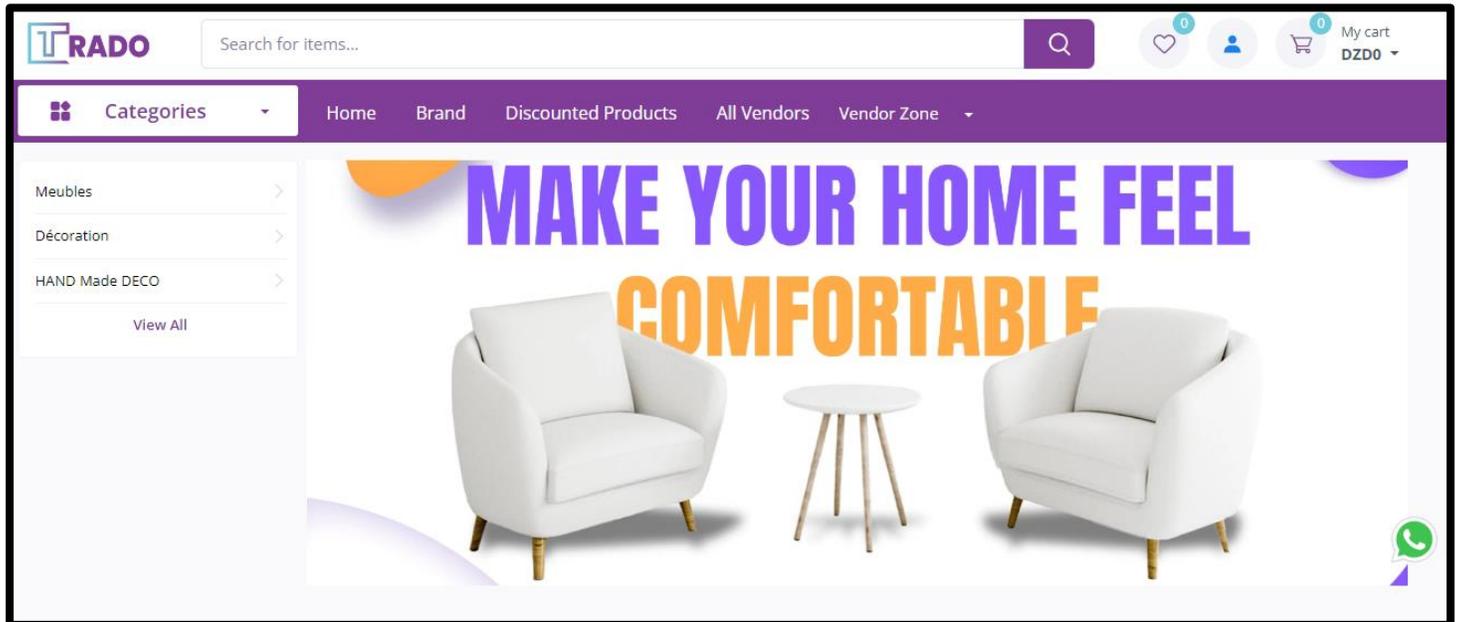
Budget de communication et marketing : Dépenses liées à la promotion de la plateforme et à l'acquisition de nouveaux utilisateurs

7-Solution : Projet de création d'une plateforme E-Commerce Multi-vendeurs des meubles et décoration « Trado »

7.1-Description du projet :

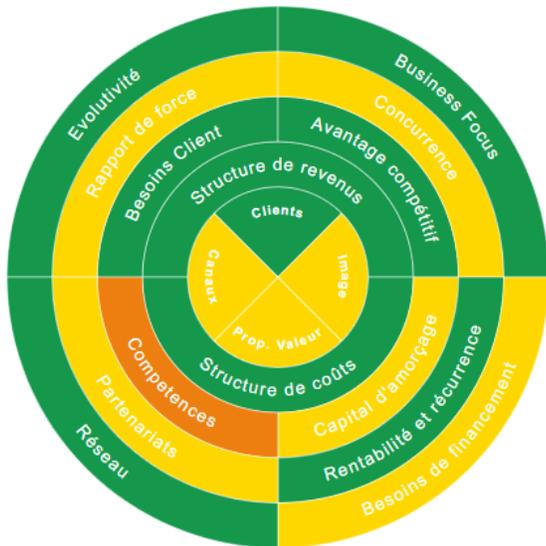
Le marché algérien du meuble et de la décoration est en pleine croissance, porté par une population croissante et une classe moyenne en expansion. Cependant, ce marché demeure fragmenté, avec de nombreux grossistes et détaillants dispersés. De plus, l'essor du e-commerce en Algérie offre une nouvelle opportunité pour les entreprises de ce secteur.

7.2 - Interface du site :



8-Le test du Business plan ET Business (Pimento Map) version 2

8.1-Résultat du test:



Trado

02/07/2024
FOLDER : My folder

Your Pimento Score



Vous trouverez le rapport détaillé ci-dessous. Il vous donnera des conseils pratiques pour vous permettre de progresser sur les 18 questions cruciales de Pimento Map.

Source : pimentomap.com

8.2-Rapport Pimento Map :

→ **Le marché / La demande : Le marché dans lequel vous vous lancez est-il porteur?**

Dans cette section, nous analyserons l'opportunité que le marché offre au projet.

-Notre timing est-il bon?

-Pourrons-nous compter sur une demande soutenue dans les années à venir?

-Allons-nous pouvoir faire grandir notre société au-delà de sa zone géographique actuelle?

- Une saine demande de marché est indispensable pour assurer la croissance de notre société dans le temps.

- **Besoins Client :** lancez sur un marché où la demande est importante pour des produits comme le vôtre. C'est une excellente chose car il est difficile pour une startup de créer un marché. Cela nécessite du temps et d'importantes ressources financières. Ces deux aspects manquent souvent lors du démarrage d'une nouvelle activité.

- **Rapport de force :**

Nous sommes dans un marché où la demande et l'offre tendent à s'équilibrer. Nous devrions parvenir à défendre nos prix et donc nos marges bénéficiaires.

Restez cependant attentif à l'évolution du marché, les prix risquent d'être mis sous pression dans l'avenir.

Deux stratégies s'offrent à vous: soit vous mettez l'accent sur la qualité de votre offre et vous parvenez à contrecarrer la future baisse des prix par un produit meilleur que ceux de vos concurrents; soit vous portez toute votre attention sur l'augmentation de l'efficacité de votre

mode de production et vous vous préparez à conserver votre rentabilité en diminuant vos coûts

Recommandation: Nous vous conseillons de choisir une de ces deux options et de vous y consacrer totalement plutôt que de les poursuivre toutes les deux à moitié. Votre image et votre marketing devraient également refléter l'option choisie: soit le prix, soit la qualité.

→ **Evolutivité :**

Bravo, notre produit peut grandir rapidement au-delà de ses frontières actuelles.

Nous pouvons rapidement vous lancer dans de nouveaux pays ou développer des services complémentaires à ceux que nous offrons à présent. Ceci constitue une très belle opportunité.

Recommandation: Lors de vos discussions avec des investisseurs n'hésitez pas mettre l'accent sur cet aspect car il pourra justifier une valorisation plus grande. Mais attention, votre concurrence est également plus forte. Elle peut venir de n'importe quel pays du monde. Dans ce type de marché, la masse critique est le maître mot, il vous faudra grandir vite. Si vous n'envisagez pas de grandir jusqu'à une taille mondiale, peut-être auriez-vous la chance de vendre votre société avant qu'elle ne se fasse dépasser par un concurrent plus fort.

Le marché que nous visez offre de grandes opportunités

En conclusion, le marché dans lequel nous nous lançons offre de magnifiques perspectives. Tant au niveau des besoins du consommateur, de notre position de négociation que des perspectives de croissance future. C'est avec confiance que nous pouvons nous y engager. Il est, de plus, très probable qu'il continue à grandir dans les années futures.

Recommandation: Gardez cependant la concurrence bien à l'oeil car s'il est attrayant pour vous, il le sera également pour d'autres. Concentrez-vous sur la croissance et sur le renforcement de votre position. Vous serez dans une position très enviable si vous parvenez à vous y imposer.

Opportunité marché :

- **Forte demande existante:** Le produit répond à un besoin réel du marché.
- **Potentiel de croissance élevé:** Le marché est en pleine expansion et le produit peut être déployé à l'international.
- **Demande durable:** La demande devrait rester forte dans les années à venir.

Points forts

- **Positionnement favorable:** Le produit se situe dans un marché où la demande et l'offre sont équilibrées, permettant de défendre les prix et les marges.
- **Potentiel d'évolution:** Le produit a la capacité d'évoluer et de s'adapter aux besoins changeants du marché.
- **Opportunités de croissance:** Il existe de nombreuses opportunités d'expansion dans de nouveaux pays ou de développement de nouveaux services.

Points à surveiller

- **Concurrence accrue:** Le marché est attractif et attire de nombreux concurrents, même internationaux.
- **Nécessité d'une croissance rapide:** Pour réussir, il est important de gagner rapidement une part de marché importante (masse critique).
- **Vigilance sur les prix:** Il est possible que les prix soient mis sous pression à l'avenir.

Recommandations :

- Se concentrer sur la croissance et le renforcement de la position sur le marché.
- Choisir une stratégie claire de différenciation, soit par la qualité, soit par le prix, et s'y consacrer pleinement.
- Adapter le marketing et l'image de marque en fonction de la stratégie choisie.
- Surveiller attentivement la concurrence et être prêt à s'adapter.

→ **Le secteur d'activité / l'offre : Êtes-vous en position de vous imposer sur le marché que vous visez?**

→ **Avantage compétitif :**

L'offre que vous mettez sur le marché est supérieure à celle de la concurrence. C'est rare qu'une startup dispose d'un tel avantage dès son lancement; il faut souvent plusieurs mois - sinon des années - pour parvenir à construire une telle force. Pour pouvoir profiter de cette situation, il faut qu'elle ne puisse pas être copiée dans les 12 mois de sa mise sur le marché.

Recommandations : Si c'est votre cas, nous vous conseillons d'utiliser tous les moyens marketing mis à votre disposition pour promouvoir cet avantage auprès de vos prospects. Si ceux-ci perçoivent l'avantage comme déterminant, ils adopteront votre produit assez rapidement.

→ **Concurrence :**

Nous préférons un marché avec peu de concurrence plutôt que pas de concurrence du tout. D'autres entreprises dans le même secteur prouvent que le secteur existe et qu'il y a de la demande. De nombreux secteurs offrent une prime aux positions dominantes.

Recommandations : Mettez sur la croissance afin de vous retrouver dans le peloton de tête; vos marges seront meilleures à terme et vous aurez une masse critique plus importante pour amortir le développement de nouveaux produits. Si votre croissance organique ne suffit pas, peut-être pouvez-vous penser à vous allier ou à racheter des concurrents plus petits pour consolider votre position.

→ **Business Focus :**

Le focus est une clé essentielle du succès dans le lancement d'une jeune entreprise. Vos ressources sont limitées tant en terme de capitaux que de temps. Vous devez dès lors vous concentrer sur un segment client bien défini et sur une proposition de valeur précise. En vous dispersant, vous ne parviendriez pas à créer une offre suffisamment attractive et vous risqueriez de passer à côté du marché. Si cette règle est à suivre impérativement, ne soyez pas totalement aveugle aux

opportunités que vous rencontrerez, elles peuvent revêtir plus de potentiel que l'idée que vous poursuivez. Si ces propos peuvent vous sembler contradictoires, retenez ceci: poursuivez une idée à la fois, mais posez-vous constamment la question si la piste que vous suivez est réellement la meilleure.

Points forts

- **Avantage compétitif indéniable:** Le produit proposé est supérieur à ceux des concurrents.
- **Faible concurrence:** Le secteur d'activité est peu concurrentiel.
- **Focus stratégique:** Le projet est développé avec un focus clair sur un segment de clientèle et une proposition de valeur précis.

Recommandations

- **Exploiter l'avantage concurrentiel:** Communiquer efficacement l'avantage concurrentiel du produit pour le faire adopter rapidement par les clients potentiels.
- **Miser sur la croissance:** Se concentrer sur la croissance afin de devenir un acteur dominant sur le marché et profiter ainsi de meilleures marges et d'une plus grande capacité d'investissement.
- **Rester vigilant face aux opportunités:** Garder un œil ouvert sur les opportunités émergentes qui pourraient présenter un potentiel supérieur à l'idée initiale, tout en restant concentré sur l'exécution du plan initial.

Points à surveiller

- **Nécessité d'une adoption rapide:** L'adoption du produit par les clients, même s'il est supérieur aux alternatives, peut prendre du temps. Il est important de s'armer de patience et de persévérance.
- **Imitation par la concurrence:** Prendre des mesures pour protéger l'avantage concurrentiel du produit afin d'empêcher les concurrents de le copier facilement.

Conclusion

Le rapport Pimento Map met en évidence un contexte concurrentiel favorable au succès de la start-up. L'avantage concurrentiel indéniable du produit et le faible niveau de concurrence du secteur offrent une opportunité importante de croissance. La clé du succès réside dans l'exploitation efficace de cet avantage concurrentiel, la mise en œuvre d'une stratégie de croissance ambitieuse et une adaptation constante aux opportunités du marché.

→ **Point fort le timing : Votre idée mérite-t-elle d'être poursuivie?**

- **Timing parfait:** Le lancement du produit intervient lors d'une phase de croissance du marché.

Recommandations

- **Profiter de la croissance du marché:** Capitaliser sur la demande croissante des clients et la faible concurrence pour acquérir rapidement des parts de marché.
- **Cibler les "early adopters":** Communiquer et s'engager auprès des adopteurs précoces afin de renforcer la crédibilité et l'adoption du produit.

- **Investir dans le marketing:** Mettre en place une stratégie marketing dynamique pour accroître la visibilité et la notoriété de la marque.

Conclusion :

Le timing du lancement du produit est idéal car il correspond à une phase de croissance du marché. Cela offre une opportunité unique d'acquérir des parts de marché rapidement et à moindre coût en ciblant les adopteurs précoces et en investissant dans des efforts marketing proactifs.

- **la stratégie de développement : Quelle est la stratégie de développement que vous devez privilégier?**

Recommandation

Compte tenu de la phase de croissance du marché, il est recommandé d'adopter une stratégie combinant le développement produit et des marges élevées:

Priorités:

- **Améliorer continuellement le produit:** Répondre aux besoins évolutifs des clients et maintenir un avantage concurrentiel.
- **Mettre en place une politique de prix agressive:** Maximiser les revenus tout en restant attractif pour le marché cible.
- **Générer des bénéfices opérationnels:** Renforcer la solidité financière pour se préparer à la concurrence accrue en phase de maturité.

Justification:

- La phase de croissance offre une opportunité d'acquérir des parts de marché et de générer des profits importants.
- Un excellent produit et des prix élevés permettent de se démarquer de la concurrence et de fidéliser la clientèle.
- Les bénéfices opérationnels serviront à financer la croissance future et à consolider la position de l'entreprise sur le marché.

Points à surveiller:

- Maintenir une attention constante aux besoins des clients pour adapter l'offre produit en conséquence.
- Surveiller l'évolution des prix du marché et ajuster la stratégie tarifaire si nécessaire.
- Gérer efficacement les coûts de production pour préserver les marges bénéficiaires.

Conclusion

En adoptant une stratégie de développement produit et de marges élevées, l'entreprise peut tirer parti de la phase de croissance du marché pour asseoir sa position, générer des bénéfices et se préparer à affronter les défis de la phase de maturité à venir.

- **les aspects financiers :** Votre idée est-elle réalisable financièrement?

Points forts

- **Financement suffisant:** Disposition des fonds nécessaires pour lancer et développer l'entreprise jusqu'à sa vitesse de croisière.
- **Marges élevées:** Structure de coûts efficace permettant de dégager des bénéfices confortables.
- **Revenus garantis sur le long terme:** Fidélisation des clients et engagements sur des périodes prolongées.
- **Faible besoin de financement pour la croissance:** Couverture des coûts de croissance par la rentabilité opérationnelle.

Recommandations

- **Gestion prudente des finances:** Maintenir une marge de sécurité financière pour faire face aux imprévus.
- **Renforcement de la structure financière:** Préparer l'entreprise à une croissance future en consolidant sa situation financière.
- **Exploration de la croissance internationale:** Envisager l'expansion sur de nouveaux marchés en utilisant les fonds générés par les marchés existants.
- **Optimisation des coûts de croissance:** Continuer à maîtriser les dépenses pour garantir une rentabilité durable.

Points à surveiller

- **Imprévus:** Se prémunir contre les événements imprévus pouvant affecter les finances de l'entreprise.
- **Évolution des marges:** Surveiller l'évolution des marges et prendre des mesures correctives si nécessaire.
- **Besoins en fonds de roulement:** Anticiper les besoins en fonds de roulement liés à la croissance.

→ **l'équipe : Votre équipe est-elle à même de mener ce business plan à bien?**

Points forts

- **Réseau professionnel étendu:** L'équipe bénéficie d'une grande reconnaissance et d'une confiance au sein du secteur.
- **Partenariats stratégiques:** Des partenariats complémentaires complètent l'offre de l'entreprise sans pour autant lui conférer un avantage concurrentiel décisif.

Points à améliorer

- **Compétences critiques manquantes:** L'équipe ne dispose pas de toutes les compétences nécessaires pour mener à bien le projet à long terme.

Recommandations

- **Recrutement ou collaboration externe:** Comblent les lacunes en compétences critiques en recrutant un associé, un freelance, un fournisseur ou un employé possédant les compétences nécessaires.

- **Renforcement des partenariats:** Évaluer et optimiser les partenariats existants pour maximiser leur impact sur la compétitivité de l'entreprise.
- **Développement continu des compétences:** Investir dans la formation et le développement des compétences de l'équipe pour s'adapter aux besoins évolutifs du marché.

Conclusion

L'équipe dispose d'un atout majeur avec son réseau professionnel étendu et sa réputation au sein du secteur. Cependant, il est essentiel de combler les lacunes en compétences critiques pour assurer la réussite à long terme du projet. Le renforcement des partenariats existants et le développement continu des compétences de l'équipe contribueront également à la solidité de l'entreprise.

Recommandations générales

- **Miser sur la croissance:** Profiter de la phase de croissance du marché pour acquérir rapidement des parts de marché et générer des bénéfices.
 - **Concentrer les efforts:** Maintenir un focus clair sur un segment de clientèle et une proposition de valeur précis pour optimiser l'efficacité des actions marketing et commerciales.
 - **Améliorer continuellement le produit:** Répondre aux besoins évolutifs des clients et maintenir un avantage concurrentiel en améliorant constamment le produit.
 - **Gérer les coûts de manière prudente:** Maîtriser les coûts de production et d'exploitation pour préserver les marges bénéficiaires et financer la croissance.
 - **Renforcer la structure financière:** Consolider la situation financière de l'entreprise pour se préparer à une croissance future et à des investissements potentiels.
 - **Explorer la croissance internationale:** Envisager une expansion sur de nouveaux marchés en utilisant les fonds générés par les marchés existants.
 - **Développer un réseau de partenaires:** Établir des partenariats stratégiques avec des acteurs complémentaires pour élargir l'offre et renforcer la compétitivité.
 - **Recruter des talents clés:** Identifier et recruter des collaborateurs talentueux possédant les compétences nécessaires pour soutenir la croissance de l'entreprise.
 - **Surveiller l'évolution du marché:** Rester vigilant face aux changements du marché, de la concurrence et des besoins des clients pour adapter la stratégie en conséquence.
- **les chances de survie à court terme : Comment se présentent vos perspectives de succès à court-terme?**

Points forts

- **Avantage concurrentiel indéniable:** Le produit proposé est supérieur à ceux des concurrents.
- **Focus stratégique:** Le projet est développé avec un focus clair sur un segment de clientèle et une proposition de valeur précis.

- **Timing parfait:** Le lancement du produit intervient lors d'une phase de croissance du marché.
- **Marges élevées et revenus garantis sur le long terme:** L'entreprise dispose d'une structure de coûts efficace et d'une clientèle fidèle.
- **Financement suffisant:** L'entreprise dispose des fonds nécessaires pour lancer et développer l'entreprise jusqu'à sa vitesse de croisière.
- **Réseau professionnel étendu:** L'équipe bénéficie d'une grande reconnaissance et d'une confiance au sein du secteur.

Conclusion

Le rapport Pimento Map met en évidence des perspectives très positives pour les chances de survie à court terme de l'entreprise. L'entreprise dispose de nombreux atouts, notamment un avantage concurrentiel indéniable, un focus stratégique clair, un timing parfait, une situation financière solide et une équipe expérimentée. En s'appuyant sur ces points forts et en suivant les recommandations générales formulées précédemment, l'entreprise est bien placée pour réussir et atteindre ses objectifs de croissance à court terme.

→ **les chances de croissance à moyen terme : Quels seront vos challenges après la période de mise en place de votre idée?**

Points forts

- **Avantage concurrentiel indéniable:** Le produit proposé est supérieur à ceux des concurrents.
- **Marges élevées et revenus garantis sur le long terme:** L'entreprise dispose d'une structure de coûts efficace et d'une clientèle fidèle.
- **Rentabilité et récurrence:** L'entreprise dégage des bénéfices et dispose d'un modèle économique générant des revenus récurrents.
- **Partenariats stratégiques:** Des partenariats complémentaires complètent l'offre de l'entreprise sans pour autant lui conférer un avantage concurrentiel décisif.

Points à améliorer

- **Rapport de force:** L'entreprise doit renforcer sa position sur le marché pour se démarquer face à la concurrence.

Recommandations

- **Exploiter les avantages concurrentiels:** Mettre en avant les avantages concurrentiels du produit pour attirer de nouveaux clients et se démarquer de la concurrence.
- **Renforcer les partenariats:** Évaluer et optimiser les partenariats existants pour maximiser leur impact sur la compétitivité de l'entreprise.
- **Développer une marque forte:** Investir dans le développement d'une marque forte pour accroître la reconnaissance et la fidélité à la marque.

- **Anticiper les besoins futurs:** Surveiller les tendances du marché et les besoins des clients pour adapter l'offre et la stratégie en conséquence.
- **Gérer efficacement la croissance:** Mettre en place des processus et des structures organisationnelles adéquates pour soutenir la croissance de l'entreprise.

Conclusion

Le rapport Pimento Map met en évidence un potentiel de croissance intéressant à moyen terme pour l'entreprise. L'entreprise dispose de plusieurs atouts, notamment un avantage concurrentiel indéniable, une situation financière solide et des partenariats stratégiques. En exploitant efficacement ses avantages, en renforçant ses partenariats et en anticipant les besoins futurs, l'entreprise est bien placée pour passer du stade de startup à celui de PME dans les prochaines années.

→ **les chances de réussite à long terme : Quel est le potentiel à long-terme de votre business plan?**

Points forts

- **Produit évolutif:** Le produit proposé a un fort potentiel d'adaptation à différents marchés et contextes.
- **Focus commercial clair:** L'entreprise se concentre sur un segment de clientèle et une proposition de valeur précis, ce qui facilite la réplique du modèle sur de nouveaux marchés.
- **Besoins en fonds de roulement modérés:** L'entreprise ne nécessite pas de fonds de roulement importants pour fonctionner, ce qui facilite son expansion.
- **Réseau professionnel étendu:** L'équipe bénéficie d'une grande reconnaissance et d'une confiance au sein du secteur, ce qui peut faciliter l'établissement de partenariats internationaux.

Points à surveiller

- **Concurrence internationale:** L'entreprise devra faire face à une concurrence accrue sur les marchés internationaux.
- **Gestion d'une entreprise multinationale:** La gestion d'une entreprise à grande échelle à l'international présente des défis complexes.
- **Ambition des dirigeants:** L'ambition et les capacités des dirigeants doivent être en adéquation avec les objectifs de croissance ambitieux de l'entreprise.

Recommandations

- **Protéger l'avantage concurrentiel:** Mettre en place des stratégies pour protéger la propriété intellectuelle et l'avantage concurrentiel sur les marchés internationaux.
- **Développer une stratégie d'internationalisation:** Élaborer une stratégie d'expansion claire et ciblée, en tenant compte des spécificités culturelles et des réglementations des différents marchés.

- **Renforcer l'équipe de direction:** S'assurer que l'équipe de direction dispose des compétences et de l'expérience nécessaires pour gérer une entreprise multinationale.
- **Construire des partenariats stratégiques:** Établir des partenariats avec des acteurs locaux pour faciliter l'entrée sur de nouveaux marchés.
- **Gérer la croissance de manière durable:** Mettre en place des processus et des structures organisationnelles adéquates pour soutenir la croissance à long terme de l'entreprise.

Conclusion

Le rapport Pimento Map met en évidence un potentiel de réussite à long terme très élevé pour l'entreprise. Le projet a le potentiel de devenir un acteur de taille internationale, mais il est important de relever les défis liés à la concurrence internationale, à la gestion d'une entreprise multinationale et à l'ambition des dirigeants. En abordant ces défis de manière proactive et en mettant en place des stratégies adéquates, l'entreprise peut maximiser ses chances de réussite à long terme et atteindre ses objectifs ambitieux.

→ **Les points forts du business plan : Quels sont les forces de votre business plan?**

Points forts:

- **Forte demande du marché et capacité à y répondre:** L'entreprise bénéficie d'une demande importante pour son produit ou service et dispose des ressources nécessaires pour y répondre.
- **Rentabilité et position de négociation favorable:** L'entreprise est rentable et dispose d'une bonne position de négociation sur son marché, ce qui lui permet de maintenir des prix élevés.
- **Potentiel de croissance international:** Le modèle d'affaires de l'entreprise est facilement adaptable à d'autres marchés, ce qui lui confère un fort potentiel de croissance internationale.
- **Focus sur un marché de niche et réseau étendu:** L'entreprise se concentre sur un marché de niche bien défini et dispose d'un réseau important dans ce secteur, ce qui lui procure un avantage concurrentiel significatif.
- **Marges élevées et revenus garantis sur le long terme:** L'entreprise dispose d'une structure de coûts efficace et d'une clientèle fidèle, ce qui lui garantit des marges élevées et des revenus récurrents.
- **Financement suffisant:** L'entreprise dispose des fonds nécessaires pour lancer et développer l'entreprise jusqu'à sa vitesse de croisière.
- **Réseau professionnel étendu:** L'équipe bénéficie d'une grande reconnaissance et d'une confiance au sein du secteur.
- **Produit évolutif:** Le produit proposé a un fort potentiel d'adaptation à différents marchés et contextes.

- **Focus commercial clair:** L'entreprise se concentre sur un segment de clientèle et une proposition de valeur précis, ce qui facilite la réplication du modèle sur de nouveaux marchés.
- **Besoins en fonds de roulement modérés:** L'entreprise ne nécessite pas de fonds de roulement importants pour fonctionner, ce qui facilite son expansion.
- **Compétences critiques:** L'équipe dispose de certaines des compétences nécessaires pour mener à bien le projet à long terme.
- **Partenariats stratégiques:** Des partenariats complémentaires complètent l'offre de l'entreprise sans pour autant lui conférer un avantage concurrentiel décisif.

Conclusion

L'analyse du Pimento Map met en évidence de nombreux points forts pour le business plan de l'entreprise. L'entreprise dispose d'une forte demande pour son produit ou service, d'une position de négociation favorable, d'un potentiel de croissance international important, d'un focus sur un marché de niche et d'un réseau étendu, de marges élevées et de revenus récurrents, d'un financement suffisant et d'une équipe expérimentée. Ces points forts donnent à l'entreprise de bonnes chances de réussite et de croissance à court, moyen et long terme.

→ **Les compensations des faiblesses par les forces du business plan : Dans votre business plan, certaines faiblesses sont compensées par des forces**

Les Compensations:

- **Avantage concurrentiel compensant la faiblesse de l'équipe:** L'avantage concurrentiel important de l'entreprise permet de compenser la relative faiblesse de l'équipe. Les clients peuvent être attirés par l'offre de l'entreprise malgré la présence de lacunes en matière de compétences. Cela donne à l'entreprise le temps de recruter les talents nécessaires pour soutenir sa croissance.
- **Rentabilité et récurrence compensant les besoins de financement:** La rentabilité de l'entreprise et ses revenus récurrents lui permettent de générer des fonds internes pour financer sa croissance, ce qui réduit son besoin de financement externe.
- **Focus commercial clair compensant la difficulté à s'adapter à de nouveaux marchés:** Le focus commercial clair de l'entreprise sur un segment de clientèle et une proposition de valeur précis facilite l'adaptation du modèle d'affaires à de nouveaux marchés, même si l'entreprise manque d'expérience dans l'internationalisation.
- **Réseau professionnel étendu compensant le manque de compétences critiques:** Le réseau professionnel étendu de l'équipe peut lui donner accès à des experts et à des ressources qui peuvent compenser le manque de compétences critiques en interne.

Conclusion

L'analyse du Pimento Map montre que les points forts de l'entreprise compensent plusieurs de ses faiblesses. L'avantage concurrentiel de l'entreprise, sa rentabilité, son focus commercial clair et

Projet de création d'une plateforme E-Commerce Multi-vendeurs des meubles et décoration « Trado »

son réseau professionnel étendu lui permettent de surmonter les défis liés à la faiblesse de l'équipe, aux besoins de financement et à l'adaptation à de nouveaux marchés.

Il est important de noter que ces compensations ne sont pas permanentes et que l'entreprise doit s'efforcer de renforcer ses faiblesses à long terme. Le recrutement de talents clés, l'investissement dans le développement des compétences et l'exploration de partenariats stratégiques peuvent contribuer à consolider la position de l'entreprise et à réduire sa dépendance vis-à-vis de ses points forts pour compenser ses faiblesses.

9.BMC 2 :

Partenaires clés Grossistes et fournisseurs Détaillants PME, startups, PMI associations Artisans Livreurs et transporteurs	Activités clés - Developpment web - Gestion des demandes et réclamations - Community management	Valeurs proposés - Simplicité -Transparence et confiance -Gain de l'argent et de temps -Partenariat locaux -Fiabilité -Accessibilité -Efficacité -Qualité garantie - Innovation - Service client exceptionnel - Écoute et adaptabilité - Service client exceptionnel	Relation client -Présence sur réseaux sociaux - Assistance 24h/24h, 7j/7j	Segmentation des clients -Les détaillants - Les consommateurs - Les artisans
	Ressources clés -Paltforme web - Les dévepopeurs -Comaunity manager		Canaux de distribution -Website -Social media -Mob App	
Structures de couts -Developement et maintenance -Budget de communication et marketing		Sources de revenue - Commission - Abonnement		

Source : réalisé par les étudiants

Conclusion générale et comparaison globale des deux analyses Pimento Map

Résumé des scores et des points clés:

- **Pimento Map 1 : Score de 59**
 - Points forts : Demande du marché et financement adéquats, rentabilité et position de négociation favorables, potentiel de croissance élevé et financement accessible.
 - Points faibles : Absence d'avantage compétitif et manque de compétences clés dans l'équipe.
- **Pimento Map 2 : Score de 72**
 - Points forts : Demande du marché et financement adéquats, rentabilité et position de négociation favorables, concentration sur un marché de niche et réseau solide.
 - Points faibles : Manque d'avantage compétitif clair et besoin d'améliorer les compétences marketing et commerciales.

Comparaison globale:

Le Pimento Map 2 présente un score global plus élevé que le Pimento Map 1, indiquant une meilleure position stratégique globale. Cependant, il est important d'analyser les points forts et les points faibles spécifiques de chaque analyse pour obtenir une compréhension plus nuancée.

Points forts communs:

- **Demande du marché et financement adéquats:** Les deux analyses indiquent une forte demande pour le produit ou service de l'entreprise et une situation financière saine.
- **Rentabilité et position de négociation favorables:** Les deux analyses révèlent une rentabilité et une position de négociation solides, ce qui indique une bonne santé financière.

Différences clés:

- **Avantage compétitif:** Le Pimento Map 1 manque d'un avantage compétitif clair, tandis que le Pimento Map 2 en identifie un, bien que nécessitant un renforcement.
- **Compétences clés:** Le Pimento Map 1 manque de compétences clés dans l'équipe, tandis que le Pimento Map 2 identifie un besoin d'amélioration des compétences marketing et commerciales.
- **Concentration sur un marché de niche:** Le Pimento Map 2 met en évidence une concentration sur un marché de niche et un réseau solide, ce qui n'est pas présent dans le Pimento Map 1.

Conclusion générale:

Les deux analyses Pimento Map révèlent des points forts et des points faibles importants. Le Pimento Map 2 présente un score global plus élevé, mais il est crucial de remédier aux points faibles identifiés dans les deux analyses pour maximiser les chances de réussite de l'entreprise.

Recommandations générales:

- **Développer un avantage compétitif clair:** Identifier les opportunités de différenciation et mettre en place une proposition de valeur unique pour se démarquer de la concurrence.
- **Renforcer les compétences clés:** Recruter des talents dotés des compétences et de l'expertise nécessaires, et investir dans des programmes de formation et de développement pour améliorer les compétences du personnel existant.
- **Gérer la croissance de manière durable:** Mettre en place des processus et des structures organisationnelles adéquates pour gérer une croissance rapide tout en préservant la rentabilité et la qualité des opérations.
- **Sécuriser le financement nécessaire:** Explorer différentes options de financement pour soutenir les besoins en capitaux de l'entreprise, en veillant à choisir des solutions adaptées à sa situation et à ses objectifs stratégiques.
- **Évaluer et gérer les risques du marché:** Identifier et analyser les risques potentiels liés à l'évolution du marché, à la concurrence et aux changements technologiques, et mettre en place des plans d'action pour les atténuer.

En conclusion, le succès de l'entreprise dépendra de sa capacité à exploiter ses points forts, à corriger ses points faibles et à exécuter efficacement sa stratégie dans un environnement en constante évolution.

CONCLUSION :

Notre plateforme numérique a le potentiel de révolutionner le marché du meuble et de la décoration en Algérie en offrant une solution innovante et efficace pour mettre en relation les grossistes et les détaillants.

En plus des avantages décrits précédemment, notre plateforme offrira des fonctionnalités supplémentaires qui apporteront une valeur considérable à tous les acteurs du secteur :

1. Système de paiement sécurisé:

- Facilite les transactions en ligne pour les grossistes et les détaillants, garantissant la sécurité et la confiance.
- Permet des paiements rapides et transparents, réduisant les délais de traitement et les risques de fraude.

2. Système de gestion des stocks optimisé:

- Offre aux grossistes une visibilité en temps réel sur leurs niveaux de stock, leur permettant de prendre des décisions éclairées concernant les réapprovisionnements.
- Évite les ruptures de stock et garantit que les détaillants aient toujours accès aux produits dont ils ont besoin.
- Optimise la gestion des stocks, réduisant les coûts et améliorant l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement.

3. Outils de marketing puissants:

- Permet aux grossistes de promouvoir efficacement leurs produits auprès d'un large public de détaillants potentiels.
- Donne aux détaillants la possibilité de mettre en avant leurs offres et de se démarquer de la concurrence.
- Favorise une meilleure communication et une collaboration accrue entre les acteurs du marché.

4. Accès à un large éventail de produits et de fournisseurs:

- Offre aux détaillants un accès à une vaste gamme de produits provenant de divers grossistes, leur permettant de trouver facilement ce qu'ils recherchent.
- Permet aux grossistes d'étendre leur portée et de toucher de nouveaux clients dans tout le pays.

5. Analyses et reporting détaillés:

- Fournit aux grossistes et aux détaillants des données précieuses sur leurs ventes, leurs performances et les tendances du marché.
- Permet de prendre des décisions stratégiques éclairées basées sur des informations concrètes.

- Optimise l'efficacité des opérations et améliore la rentabilité.

En plus de ces fonctionnalités, notre plateforme offrira une interface conviviale et intuitive, accessible sur tous les appareils, pour une expérience utilisateur fluide et agréable.

Nous sommes convaincus que notre plateforme numérique transformera le marché du meuble et de la décoration en Algérie, en apportant des avantages considérables à tous les acteurs de la chaîne de valeur. Nous sommes impatients de collaborer avec les parties prenantes du secteur pour faire de cette vision une réalité et contribuer à la croissance et à la prospérité de l'économie algérienne.

Ensemble, nous pouvons révolutionner le marché du meuble et de la décoration en Algérie !