

# **SARL SOFT WESTERN PHONE : Les ambitions d'une PME dans les TIC<sup>1</sup>**

Cas écrit par Hind OUGUENOUNE, Maître de Conférences, Université Oran 2 et Taïeb HAFSI, Professeur, HEC Montréal ;

-----

Soft Western Phone (SWP) est une petite entreprise algérienne qui commercialise des produits et fournit des services d'accompagnement dans la téléphonie mobile. L'entreprise a été créée par deux partenaires qui avaient eu des expériences professionnelles dans le domaine, comme employés de multinationales ou de leurs distributeurs agréés. A. R. et R. Z. B. ont toujours voulu créer leur propre entreprise. Ils se sont lancés dans l'aventure en 2001.

Les deux fondateurs ont réussi à s'implanter en vendant des téléphones portables et des accessoires produits par de grands fabricants, surtout étrangers. Ils accompagnent cette vente de services complémentaires, d'adaptation de logiciels et de formation de la clientèle, dont le marché algérien semble avoir un grand besoin. Après les premières réussites, ils ont été tentés d'introduire de nouveaux produits, en les adaptant au marché. Ils ont notamment introduit un produit ciblant la clientèle des enfants et espèrent mettre sur le marché un équipement de data-show moderne et miniaturisé. Ils voient dans ces nouvelles activités un grand potentiel, mais se demandent comment aborder un tel marché. Faut-il être un généraliste introduisant et faisant connaître une multitude de produits électronique de grande utilisation par les entreprises et les ménages ou faut-il plutôt se concentrer sur un petit nombre de produits ayant un grand potentiel de marché ?

N'ayant pas les capacités pour apprécier le marché, ni pour l'influencer, ils se sont tournés vers une grande université de l'Ouest pour obtenir de l'aide. Ils doivent rencontrer un groupe d'étudiants qui pourraient entreprendre, dans le cadre de leur diplôme, une étude qui les feraient avancer vers le développement d'une stratégie appropriée. Ils ont mis à la disposition des étudiants toutes les informations dont ils disposaient et espéraient avoir un programme d'action lors de la rencontre préliminaire qui doit avoir lieu dans une semaine pour lancer l'étude. En attendant, ils voulaient étudier l'expérience d'entrepreneurs comme eux dans des pays émergents, pour alimenter leur réflexion.

## **1. Le contexte des TIC et des PME en Algérie**

L'ouverture aux TIC dans les pays du Sud s'est opéré à travers la libéralisation du secteur des télécommunications grâce à la privatisation des opérateurs historiques et à la déréglementation du marché<sup>2</sup>. En effet, à partir des années quatre-vingt-dix, ces pays ont vu une opportunité dans la privatisation des opérateurs historiques car la vente des licences

---

<sup>1</sup>Technologies de l'Information et de la Communication

<sup>2</sup>Dahmani A., Ledjou J-M., « Le développement des télécommunications dans les Suds. Retour sur une décennie de diffusion des TIC en Afrique de l'Ouest et au Maghreb », in Tic & Société, Vol. 5, n°2-3/2012.

d'exploitation permettait d'enregistrer des ressources importantes en devises. Le processus de privatisation leur a également permis de bénéficier de la nécessaire modernisation des infrastructures d'accueil et de support des TIC. En Algérie, les opérateurs étrangers ont particulièrement investi dans le secteur mobile alors que le marché de la téléphonie fixe reste un monopole d'état. En ce qui concerne le marché de l'Internet, celui-ci est relativement ouvert avec l'établissement de nombreux fournisseurs d'accès privés aux côtés de l'opérateur historique. En outre dans sa volonté d'accélérer l'évolution de ce secteur, l'Algérie est partie prenante de certaines actions, initiatives et programmes lancés ces dernières années par la Commission Européenne (Inventaire *ESIS II* programme MEDA, Initiative EUMEDIS, ...)<sup>3</sup>.

Par ailleurs, le développement de la petite et moyenne entreprise (PME) en Algérie a connu un essor considérable favorisé par les politiques publiques incitatives en matière d'encadrement institutionnel, d'aides publiques, de réglementation et de mise à niveau<sup>4</sup>. Les pouvoirs publics ont ainsi mis en place une stratégie d'accompagnement, basée sur les programmes d'appui, pour aider les entreprises dans leurs efforts de modernisation et de compétitivité, notamment le programme de mise à niveau des PME Euro Développement PME (EDPME), piloté par le ministère de la PME et de l'artisanat<sup>5</sup> en collaboration avec la Commission Européenne.

Le secteur privé a pris une place prédominante dans l'économie algérienne sous l'effet conjugué de la libéralisation et du démantèlement du monopole lié à l'état. À la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2018, la population de PME privées est de 1 092 908 sur un total de 1 093 170 entreprises inscrite au niveau du CNRC (Centre National des Registres de Commerce), ce qui représente plus de 99%<sup>6</sup>. Ce renversement de la tendance atteste de l'atteinte de l'objectif de promouvoir le secteur privé par les mesures d'incitation mise en place par les autorités publiques ont apporté les résultats escomptés. Cependant, la répartition spatiale des PME est inégale et reste marquée depuis un certain nombre d'années par la concentration au niveau de la région du Nord (70%) au détriment de celles Sud et du Grand Sud (8%) et dans une moindre mesure des Hauts-plateaux (22%). Selon le bulletin d'information diffusé par le ministère de la PME et l'artisanat en mars 2012<sup>7</sup>, quatre wilayas (Alger avec 11,65%, Tizi Ouzou, Oran et Bejaia) accueillent près de 27% du total. Selon le même bulletin statistique, la répartition sectorielle de ces entreprises renseigne sur la présence en force des PME privées notamment dans les services avec 186.157 entreprises, la moitié des PME de statut privé. Suivies par le secteur du BTPH et les industries manufacturières avec 63.890 entreprises. Ces chiffres suggèrent que les PME sont concentrées dans les niches ou des créneaux que le secteur public a délaissés.

---

<sup>3</sup>Mancer, I., « L'entreprise algérienne et l'innovation : un essai d'analyse », in *Les Cahiers du Cread n°98-99 /2011-2012*.

<sup>4</sup>Benyahia-Taïbi G., Amari S., « Les PME algériennes dans l'ère de la mondialisation : Etude de cas des PME de la région oranaises », in *Les Cahiers du CREAD n°90 /2009*.

<sup>5</sup>L'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME) a été créée à cet effet. Sa mission principale est la mise en œuvre du programme national de mise à niveau. L'agence examine les demandes des entreprises désireuses de bénéficier du programme de mise à niveau et d'octroyer des primes à la mise à niveau.

<sup>6</sup> Bulletin d'information statistique de la PME, n°33, édition novembre 2018, [www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin\\_PME\\_N\\_33.pdf](http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin_PME_N_33.pdf)

<sup>7</sup> Bulletin d'information statistique de la PME N°20, Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, Mars, 2012.

Il est à noter que l'environnement reste encore peu attractif pour les activités d'innovation. En conséquence, les entreprises de moyenne et haute technologies sont quasiment inexistantes.

## **2. Historique de la création de l'entreprise La SWP : une société avec une âme à l'image de ses fondateurs**

A l'origine de l'entreprise, il y a l'ambition de deux hommes : associés en affaires et amis dans la vie qui activent dans le domaine de la téléphonie mobile depuis 2001, date de la création du GSM<sup>8</sup> en Algérie. R. Z. B. a été responsable régional chez Samsung. Quant à A. R., il a travaillé surtout dans le commercial, occupant les fonctions d'agent, puis de responsable commercial dans une entreprise pionnière dans la téléphonie mobile, Nokia. Forts de leurs expériences respectives et du portefeuille de relations professionnelles qu'ils avaient tissées (fournisseurs et distributeurs), les deux amis devenus associés créent la société Soft Western Phone SWP dont le siège social est situé à Oran. La société a été créée en 2011 sous forme de SARL<sup>9</sup> à caractère commercial et emploie 33 personnes. Le capital social est de 1.000.000 DA (capital légal requis pour une SARL) réparti également entre les deux associés, qui sont complètement solidaires au niveau des responsabilités et des signatures. R. Z. occupe la fonction de gérant et A. R. celle de co-gérant.

Le choix de la région Ouest est dû d'abord au fait que les deux associés avaient déjà travaillé dans cette région. Aussi, c'est l'une des régions les plus importantes d'Algérie dans la distribution de la téléphonie mobile en raison d'un découpage qui fait que la région sud lui est rattachée<sup>10</sup>. En effet, bien que la région Est soit plus dense en population, la distribution de la téléphonie mobile y est moins importante que dans la région Sud-Ouest. En 2013, une annexe de la SWP a été ouverte à Béchar pour couvrir la partie Sud de la région. L'ouverture d'une chaîne de magasin est une stratégie que l'entreprise poursuit avec l'ouverture en 2016 de 2 magasins pilotes. Un calendrier précis a été établi pour les magasins à ouvrir dans le futur.

Les produits commercialisés par l'entreprise sont les produits appelés R-Time (virtuel) et un Voucher qui est en réalité un bon de livraison avec un code de rechargement qui s'apparente à la carte qui doit être grattée afin de faire apparaître le code. Les marques distribuées par la société sont des produits importés légalement notamment : Samsung, Nokia<sup>11</sup>, Huawei, Lenovo, Condor, Thomson... en résumé toutes les marques connues et fiables ; et tous les produits des trois opérateurs<sup>12</sup> téléphoniques présents en Algérie. L'entreprise propose même un volet BeIn Sport. SWP dispose de 6 véhicules sur le terrain avec des itinéraires précis et des passages quotidiens, les deux associés capitalisent leurs expériences antérieures dans ce domaine car ils ont commencé « *au bas de l'échelle* », selon l'expression

---

<sup>8</sup>Protocole de base de la téléphonie mobile.

<sup>9</sup> Société à responsabilité limitée.

<sup>10</sup>Les trois régions sont Centre, Est et Sud-Ouest

<sup>11</sup> Devenu Microsoft puis redevenu Nokia.

<sup>12</sup> Il existe trois opérateurs de téléphonie mobile en Algérie : l'opérateur historique Mobilis, Ooredoo et Djezzy.

A.R. En 2016, SWP a réalisé un chiffre d'affaire de 20 millions de dinars/mois en moyenne et ses dirigeants estiment la part de marché de leur entreprise à environ 20%.

En ce qui concerne la gestion des ressources humaines au sein de l'entreprise, cette dernière a exploré plusieurs modèles avant de trouver celui qui convient le mieux à son fonctionnement. Au départ plusieurs personnes étaient polyvalentes mais cela les a incité à une négociation dure, ce qui a eu un effet néfaste sur la gestion du personnel de l'entreprise. Plusieurs personnes ont quitté l'entreprise ou ont été remerciées. En réponse à cela, les entrepreneurs ont décidé de créer deux départements : la Distribution Directe et la Distribution Indirecte. Un responsable fut désigné à la tête de chaque direction pour gérer son équipe ; les responsables sont sous l'autorité des deux associés. Ils ont une grande marge de manœuvre - « *plus de 90%* » disent nos interlocuteurs- dans la réalisation des objectifs fixés. Les projections du mois, du trimestre, ou de l'année sont fixées en prenant en compte les engagements de livraison pris par des fournisseurs.

Les fondateurs de l'entreprise, du fait de leur personnalité, de leur parcours et de leurs orientations politiques et religieuses, ont un projet plus vaste. Ils voient l'entreprise aussi comme un projet sociétal. Ils considèrent qu'on ne peut rester indifférents à l'intérêt du pays et se « *contenter de se remplir les poches* ». Ils ont une philosophie particulière « qui anime la manière de faire des affaires et léguer quelque chose de bien à ses enfants ». Selon eux, derrière les responsabilités de chefs d'entreprise, on retrouve également celles de chefs de famille. L'entreprise elle-même est vue comme une extension de la famille. « *On aurait pu faire autre chose qui aurait été plus lucratif et moins contraignant, notre réussite consiste à faire quelque chose de bien et qui dure pour l'Algérie* », avouent d'une seule voix les deux associés. Les deux entrepreneurs cherchent à faire prospérer leur entreprise et à faire du profit sans pour autant nuire à l'intérêt du pays. Au contraire, ils veillent à apporter leur contribution « même minime » au développement de ce dernier et à participer à l'effort de diversification de l'économie nationale.

### **3. L'organisation et les difficultés du secteur de la téléphonie mobile en Algérie**

L'organigramme de ce secteur est relativement simple. D'abord, il y a l'opérateur puis le distributeur agréé et le code distributeur (le cas de la SARL SWP) ensuite les distributeurs. Le distributeur agréé est l'agent direct de l'opérateur, tandis que le code distributeur est autonome. Ces deux dernières années, les stratégies des opérateurs ont complètement changé. Ces derniers sont devenus des concurrents de la PME. La situation est devenue assez paradoxale dans la mesure où « *les vrais concurrents de la SARL sont ses propres fournisseurs* ». Les deux entrepreneurs déplorent que la concurrence qui est faite à la SWP est basée essentiellement sur les prix pratiqués par des grossistes qui ne sont pas déclarés en tant que tel et qui font de la « *concurrence déloyale* ». La PME estime quant à elle apporter à ses clients une qualité de prestation en termes de proximité, de service après-vente efficace et de méthode de gestion particulière. Un plus en faveur de SWP, c'est qu'en faisant l'archivage de toutes les transactions conclues, ils assurent dans les faits la comptabilité de leurs clients.

Une bonne partie des produits commercialisés sont importés. Cette importation se faisait par le biais d'importateurs qui dictaient leurs lois. Chaque nouveau directeur et chaque

changement de stratégie de l'importateur était un bouleversement pour SWP. Les perturbations étaient telles que les deux entrepreneurs décident alors de créer une autre entreprise d'importation afin de s'affranchir du pouvoir grandissant de leurs fournisseurs locaux. Allant dans le même sens, l'ouverture d'une chaîne de magasin est prévue afin de commercialiser les produits que l'entreprise importera, le but étant d'offrir une palette de produits assez large et diversifiée. Cette politique n'exclut pas le recours à des grossistes ou distributeurs locaux pour des demandes ponctuelles et précises.

À l'instar des autres secteurs de l'économie nationale, ce secteur connaît de grandes difficultés au niveau de la facturation. Les clients préfèrent des relations informelles et veulent éviter la formalisation qu'impose la facturation. Soucieux de présenter une image transparente à leurs banquiers, les deux associés de SWP ont mené auprès de leurs clients une campagne de sensibilisation pour généraliser l'utilisation de la facture. Le résultat fut décourageant. L'entreprise estime avoir perdu près de 50% de son portefeuille de clients. L'entreprise s'est en conséquence retrouvée en difficulté et a du licencier une partie de son personnel. Cela est d'autant plus problématique que l'entreprise rencontre des difficultés à trouver un personnel suffisamment qualifié pour répondre aux exigences des deux entrepreneurs. Les problèmes de facturation nuisent aussi au développement de l'entreprise dans la mesure où ses états financiers ne reflètent pas toute la réalité de son activité et son ampleur. En effet, l'entreprise voit son développement et son expansion freinés lorsqu'il s'agit de bénéficier de financement bancaire et d'avoir ainsi les moyens de ses ambitions. Les deux partenaires se souviennent encore des difficultés rencontrées lors d'une simple opération d'ouverture de compte bancaire au moment de la création de la PME « *d'autant plus qu'il s'agissait d'une start-up* », rapportent-ils.

Dans leurs rapports avec les différentes administrations publiques, les deux entrepreneurs adoptent une attitude d'écoute et de communication permanente afin de répondre aussi efficacement que possible à leurs obligations vis-à-vis de ces dernières. A titre d'exemple, ils citent les nombreuses discussions qu'ils ont dû avoir avec les agents des services des impôts lorsqu'il a été question de présenter des factures. En effet, dans le domaine d'activité de la SWP (activité de prestation), on parle de facture de commissions (par opposition à une facture vente/achat) qui est signée par le client et non pas par le fournisseur. Les fonctionnaires n'ont pas tous connaissance de cette nuance et les deux associés rencontrent encore à ce jour des difficultés lors de leurs déclarations. Selon les entrepreneurs, une meilleure formation des agents des administrations publiques serait souhaitable. En fin de compte, selon eux, « *la question est plus un problème d'application des textes et de manque de compétence et de formation des gens qui sont censés les appliquer* ».

Les deux entrepreneurs déplorent également le manque de connexion entre les différents acteurs du paysage économique en Algérie (PME, institut de recherche, université, ...) et entre ceux du secteur en particulier. Ils se sont efforcés d'aller vers les autres afin de collecter auprès d'eux des connaissances, des compétences, du savoir-faire. A.R. a même pris l'initiative de se déplacer en France dans le but de faire une VAP (valorisation des acquis professionnels) et trouver les moyens qui pourraient aider l'entreprise à se développer. Les deux entrepreneurs se décrivent comme étant toujours dans l'action pour trouver des solutions quelque soit l'obstacle

rencontré. Un observateur a argumenté « qu'on retrouvait en filigrane dans le management de cette PME l'esprit d'innovation qui renvoie au concept de capacités dynamiques »<sup>13</sup>.

Conscients que le développement et la prospérité de leur entreprise passe par l'adoption de pratiques managériales reconnues à travers le monde, les deux entrepreneurs ont tenté de bénéficier du programme national de mise à niveau. Ils ont déposé un dossier de candidature auprès des organismes compétents depuis plus d'une année et espèrent être sélectionnés. Cette démarche fait partie des efforts de l'entreprise pour améliorer la qualité de ses activités et de son management et passer à une autre étape de son développement.

#### **4. L'entrepreneur : Acteur déterminant dans le processus d'innovation dans la PME**

##### **4.1. Entreprendre et innover : la force de la SWP**

L'initiative et l'entrepreneuriat sont des traits de caractère très présents chez les deux associés. R. Z. possédait déjà un atelier de confection de 1992 à 1997, puis s'est lancé dans la vente en gros dans le textile (habillement), aventure qui a duré jusqu'en 2001. A partir de cette date, il s'est réorienté vers la téléphonie mobile en travaillant pour une entreprise du secteur. Il a gravi les échelons jusqu'à son association avec A. R. Celui-ci avait eu un parcours d'entrepreneur semblable.

La créativité et la réactivité sont des éléments constitutifs de cette PME. Des innovations sont introduites même dans le fonctionnement. Pour exemple et du fait de l'établissement de l'un des associés à l'étranger<sup>14</sup>, un logiciel a été mis en œuvre afin de permettre l'accès à toutes les informations concernant l'entreprise en ligne et de pouvoir les exploiter quelque soit l'endroit où l'un des associés se trouve. À l'arrivée du TPE (terminal de paiement électronique) en Algérie, les deux entrepreneurs étaient très enthousiastes car cela pouvait régler les problèmes récurrents de facturation répandus aussi bien dans leur secteur d'activité que dans d'autres pans de l'économie nationale. Ils considéraient cela comme une avancée majeure mais cela a été un échec à cause du retard qu'accusent les opérateurs financiers du pays en matière de mise en œuvre de l'opération. Aujourd'hui, ces appareils ne servent qu'à imprimer les bons de recharges qu'on trouve dans les points de vente alors que le potentiel de leur utilisation est considérable. En fin de compte, « *le terminal est en réalité un ordinateur* » soulignent les entrepreneurs. Ils ont investi en achetant ces appareils et ont essayé de les placer dans les points de vente. Cela a été une prise de risque considérable. Ils l'admettent aujourd'hui et regrettent que cela ait été un échec commercial mais se disent prêts à ressaisir l'opportunité dès que les éléments favorables à la mise en place de ces évolutions - révolutions - seront réunies en

---

<sup>13</sup>Cet observateur faisait notamment référence à (1) la création de compétences stratégiques à partir de l'apprentissage, (2) innover à partir de ces compétences, (3) identifier les aptitudes en évolution, (4) préserver ces compétences ; quatre aptitudes mentionnées par Arrégle, Pesqueux et Ferrary(2006).

<sup>14</sup> L'un des associés s'est installé récemment à l'étranger mais continue d'être actif dans le management de l'entreprise.

Algérie<sup>15</sup>. Malgré les nombreuses réformes mises en œuvre, l'état du système bancaire en Algérie pénalise encore l'utilisation de techniques et de produits innovants. Le TPE est un support qui pourrait contribuer à juguler l'informel et la fraude qui sont régulièrement dénoncés par les autorités en Algérie.

D'autres tentatives d'innovation ont été tentées par les deux entrepreneurs mais ont subi des blocages de toutes parts jusqu'à ce que l'entreprise soit obligée de les mettre de côté en attendant que de meilleures conditions s'y prêtent. Citons l'exemple du contrat électronique et du paiement électronique qui n'ont pas pu aboutir en raison de l'absence de législation dans le domaine ou encore de la lenteur de son application par les banques et les institutions financières.

#### **4.2. La tablette WinTouch : un produit sur mesure pour le marché algérien**

Nos interlocuteurs ont conscience que faire du volume et du chiffre d'affaire nécessite une gestion rigoureuse qui fait défaut à de nombreuses PME. Cela pousse beaucoup d'entre elles à se fixer des seuils à ne pas dépasser afin d'éviter le risque d'être submergées. Mais c'est loin d'être le cas des deux entrepreneurs qui n'hésitent pas à prendre des risques et aller sans cesse de l'avant. Leurs satisfactions semblent venir plus de la réalisation et concrétisation de leur projet que des bénéfices financiers qu'ils peuvent en tirer. Ils se disent « *prêts à repartir de zéro si nécessaire et à rebondir* ». Il semble que leur principale motivation soit de relever des défis. C'est dans cet état d'esprit qu'une 2<sup>ème</sup> entreprise, la STIC, associée à SWP a été créée. Sa vocation est de faire de la production. Au départ, l'objectif visé est le montage. Il faut cependant trouver des compétences locales pour la sous-traitance. Le but est de cibler une gamme ou un produit et passer à l'assemblage en Algérie avec l'aide d'un partenaire étranger, puis faire un transfert de savoir-faire vers des sous-traitants locaux.

En 2016, cette 2<sup>ème</sup> entreprise a effectué une seule transaction à travers l'importation d'un produit que les entrepreneurs voulaient innover. Ils ont donc décidé de prendre le temps nécessaire afin de concrétiser le projet. Il s'agit d'une tablette kids (pour enfant), WinTouch avec les caractéristiques suivantes :

- Elle se présente avec un étui qui fait office également d'anti-choc.
- Une configuration adaptée du logiciel et de la mémoire, « *ce qui se fait de mieux en Algérie* », selon nos interlocuteurs.
- Avec WinTouch<sup>16</sup>, l'entreprise a incorporé l'accord parental en raison de la connexion Wifi disponible sur cette tablette. Cet accord préalable permet aux parents de surveiller et de limiter l'accès à internet via la tablette de leur enfant, une première en Algérie.

---

<sup>15</sup>Il semblerait que les choses se débloquent rapidement avec le lancement officielle le 4 octobre 2016 du paiement électronique (e-paiement). Un premier groupe d'entreprise dont Algérie Télécom, Mobilis, Air Algérie, Société des eaux et d'assainissement d'Alger (SEAAL), Djezzy, Ooredoo et Amana Assurances devraient permettre l'usage de la carte interbancaire dans les transactions. Accompagnées dans cette opération par 11 banques : six banques publiques et cinq privées à assurer à leur clientèle le service de paiement électronique (e-paiement), selon le ministre délégué chargé de l'économie numérique, M. Boudiaf.

<sup>16</sup> Le nom commercial de la tablette.

- Ils ont rajouté un petit accessoire, un stylet, car les enfants évoluent dans un environnement de plus en plus digital et les entrepreneurs ne veulent pas qu'ils oublient l'utilisation du stylo ou du crayon. L'idée est de pouvoir combiner les deux moyens afin que l'enfant puisse apprendre d'une façon ludique.
- Le produit proposé comporte également un cadeau : une montre et un kit oreillette qu'on ne trouve pas dans les autres produits proposés en Algérie.
- Le produit est aussi livré avec un câble OTG pour les foyers qui ne disposent pas de connexion wifi et de ligne ADSL ce qui est assez fréquent en Algérie. Avec le câble OTG et une clé internet, il est possible de se connecter quel que soit l'endroit en Algérie, puisque même les régions les plus isolées ont accès au réseau GSM de l'un ou l'autre des opérateurs présents en Algérie.

Avec WinTouch, les deux entrepreneurs affirment que leur but n'est pas uniquement de réaliser une opération commerciale et d'en tirer le maximum de profit, mais surtout d'apporter une réelle valeur ajoutée aux produits que leur entreprise commercialise. Les entrepreneurs espèrent introduire bientôt un mini data-show de poche, probablement de fabrication sud-coréenne, qui a la taille d'un téléphone portable afin de banaliser son utilisation par le consommateur algérien.

## **Conclusion**

Le dynamisme et l'esprit d'initiative des deux entrepreneurs semble à l'image du secteur dans lequel ils évoluent, les TIC. Ils veulent être des précurseurs ambitieux et visionnaires. Ils éprouvent un besoin permanent de se lancer des défis. L'éthique et la morale dont ils font preuve dans la gestion de leurs affaires, à tous les niveaux - avec leurs employés, leurs partenaires, les administrations publiques - est exemplaire. Ils se demandent maintenant comment construire l'avenir. Comment passer du stade d'entreprise simple, plus orientée vers le commerce de produits conçus ailleurs à une entreprise ayant des capacités autonomes pour concevoir, produire et commercialiser des produits de haute technologie ? Comment inverser le flux commercial et devenir exportateur ? Sont des questions qui préoccupent ces entrepreneurs. Ils veulent rencontrer une équipe d'étudiants en administration pour examiner les expériences des autres et tracer un programme d'action stimulant pour le futur.