Startup
média
#22
Mars 2023
INNOVATION - EN HIP- SUCCES STORY
TOP 6 DES FEMMES ENTREPRENEURES LES PLUS INSPIRANTES D'AFRIQUE FRANCOPHONE
DR. MAFINI DOSSO
Docteure Innovation
STARTUPS ET INNOVATIONS EN AFRIQUE : DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS, SOURCES DE CONNAISSANCES ET OBSTACLES À L'INNOVATION
ASTUCES DU WEB COMMENT RÉUSSIR VOTRE PAGE ENTREPRISE LINKEDIN ?
LEADERSHIP ET MANAGEMENT COMMENT FIDÉLISER SES CLIENTS ?
INNOVATION RENTAL+ , C'EST PLUS 250 PARTENAIRES HÔTELIERS DANS TOUTE LA CÔTE D'IVOIRE
IDÉE BUSINESS ETRE UN VENDEUR B2B

SOMMAIRE

EDITO 3

START'UP L'ACTU 4

LUCARNE 6

FOCUS 8

FILE'UP 16

INNOVATION 18

INTELLIGENCE ECONOMIQUE 28

IDEE BUSINESS 32

LEADERSHIP 34

ASTUCE DU WEB 36

DIRECTEUR DE PUBLICATION
Sylvestre Afery

RÉDACTRICE EN CHEF
Mireille Abalé

DIRECTION ARTISTIQUE
Ekissi Romaric

INFOGRAPHIE
Ekissi Romaric

RÉDACTEURS ET CONTRIBUTEURS
Sylvestre Afery
Mafini Dosso
Mireille Abalé
Bohenan Flan
Romaric Ekissi

DISTRIBUTION
Lelab.info
Starthublab.com
son2baby.com
ASSOENCORE

SHOOTING PHOTO
78 Studio

SERVICE COMMERCIAL
+225 01 70 71 46 43 / 07 07 15 66 27

STARTUP MEDIA
contacts@startupmedias.net
www.startupmedias.net

EDITO

M. Startup

Chers lecteurs et lectrices,

En ce mois de mars, mois de la femme, notre magazine numérique consacré à l'innovation et à l'entrepreneuriat en Afrique francophone met en avant un dossier spécial sur l'écosystème start-up de Côte d'Ivoire. Ce dossier a été rédigé par Dr Mafini Dosso, Docteure innovation, passionnée par le développement des start-up dans notre cher continent que vous avez en couverture.

Dans ce dossier, vous découvrirez les développements récents de l'écosystème start-up ivoirien, les sources de connaissances disponibles pour les entrepreneurs et les obstacles à l'innovation qu'ils rencontrent. Vous y trouverez également des témoignages de start-uppers ivoiriens qui ont réussi à surmonter ces obstacles pour faire de leur entreprise une réussite.

Mais ce mois de mars ne se limite pas seulement à la célébration de la femme. C'est également l'occasion de souligner le rôle crucial que les femmes jouent dans le développement des start-up en Afrique. Les femmes entrepreneures sont souvent confrontées à des défis supplémentaires liés à leur genre, tels que l'accès au financement, aux réseaux et aux ressources. Pourtant, malgré ces obstacles, elles sont nombreuses à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale et à contribuer au développement économique de leur pays.

Dans ce numéro, vous découvrirez ainsi dans notre rubrique Focus, plusieurs portraits de femmes entrepreneures africaines, qui ont su faire face à ces défis et à qui nous rendons hommage en ce mois de mars.

En somme, ce numéro de mars est un hommage à l'innovation et à l'entrepreneuriat en Afrique francophone, avec une attention particulière portée au rôle des femmes dans ce domaine. Nous espérons que vous apprécierez la lecture de ce dossier et que vous continuerez à nous suivre dans notre mission de promouvoir l'innovation et l'entrepreneuriat en Afrique.

Start'Up Média

@StartupWebzine · Société de médias/d'actualités

WhatsApp

Accueil | Services | Avis | Photos | Plus

J'aime déjà | Message

Articles

Voir tout

#MAROC

Gwala, une startup fintech innovante qui fournit une plateforme de «bien-être financier» pour soutenir le pouvoir d'achat des employés, a récemment obtenu un financement de plus de 6 millions de DH, en attirant 4 nouveaux fonds VC à investir au Maroc pour la première fois.

13 9 commentaires 1 partages

J'aime | Commenter | Partager

#ECO

La Côte d'Ivoire a connu le premier parcours éco-touristique en voitures électriques, du vendredi 17 au dimanche 19 mars 2023.

19 6 commentaires 2 partages

J'aime | Commenter | Partager

Les plus pertinents

Votre commentaire...

Voir les commentaires

Créer une publication

Photo/Vidéo | Je suis là | Identifier des amis

Start'Up Média
6 min ·

#SENEGAL

Lancement du programme Hubs Go GreenTech (HUGG) organisé du 6 au 10 mars 2023 au Sénégal dans les locaux de l'incubateur du CTIC Dakar.

J'aime | Commenter | Partager

Start'Up Média
20 juillet, 21:18 ·

#FINTECH

Une équipe de professionnels hautement expérimentés de l'industrie des paiements vient de lancer Enza group (enza), une société de paiement axée sur le service aux besoins croissants des banques des fintech et des ORM (opérateurs de réseau mobile) sur tout le continent africain.

Alertes

Voir tout

#MAROC

la plateforme de gestion des carrières Palm lève 2,1 millions € pour étendre ses activités en Europe.

139 49 commentaires 1 partages

J'aime Commenter Partager

#MAROC

African Unicorns, le premier évènement qui identifie les futures licornes africaines, organisera sa première édition, à Casablanca, au Sofitel, le 27 avril.

331 529 commentaires 7 partages

J'aime Commenter Partager

#EGYPTE

L'ed-tech almentor a levé 10 millions de dollars pour accélérer sa croissance

13 9 commentaires 1 partages

J'aime Commenter Partager

#CAMEROON

la start-up Light Group veut lever 200 millions FCFA pour digitaliser le jaugeage des carburants

13 9 commentaires 1 partages

J'aime Commenter Partager

#RDC

Nuru une startup énergétique en RDC lève 1.5 Millions dollars

19 6 commentaires 2 partages

J'aime Commenter Partager

#SENEGAL

soutenue par la GIZ, une formation aux «technologies vertes» lancée à Dakar

19 6 commentaires 2 partages

Start'Up Média
2 min ·

#ACCÉLÉRATEUR D'AFFAIRE

La société d'investissement africaine ShEquity Partners, axée sur les femmes, a ouvert les candidatures pour la quatrième édition de son accélérateur d'affaires ShEquity (SHE-BA).

2 393 1 941 commentaires 21 partages

J'aime Commenter Partager

Les plus pertinents

Votre commentaire...

Voir les commentaires

Start'Up Média
2 min ·

#USA

La Sillicon Valley Bank (banque des start-ups) a fait faillite. Les clients auront un accès complet à leurs dépôts selon les autorités.

930 1 287 commentaires 5 partages

J'aime Commenter Partager

Start'Up Média
2 min ·

#MAROC

La fintech marocaine Kontatm, spécialisée dans la numérisation des dépenses, a annoncé, jeudi 16 mars, la réussite d'un tour de table d'un montant de 1,15 million $.

Nos start-up A la Une ce mois-ci

SYS ENERGIES : LA STARTUP QUI VOUS PERMET DE CONTRÔLER VOTRE CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Sys Energies est une entreprise ivoirienne spécialisée dans l'énergie et la domotique. Elle est l'œuvre de Soumahoro Dogomo. La startup apporte son expertise en domotique et en énergie. Née il y'a à peine une année en collaboration avec COMWATT France, SYS ENERGIES permet à cet effet aux ménages de bénéficier de plusieurs services. Grâce à la domotique énergétique via la box GEN4 et une application les ménages et les sociétés peuvent suivre leur consommation énergétique en temps réel avec lecout estimatif en Franc CFA.

EZZAL, LA STARTUP DÉDIÉE AU TRANSPORT DE MARCHANDISES EN AFRIQUE.

Ezzal est une startup marocaine fondée par Mohamed Badr. Elle permet de faciliter les activités de transport de marchandises en Afrique et au Moyen-Orient. Elle est dotée d'une application mobile qui permet aux propriétaires de véhicules de proposer leurs services à tous ceux qui ont besoin de transporter des objets, qu'il s'agisse de biens électroménagers, de meubles, de machines ou de matériaux

*****

KIRO'O GAMES, LA STARTUP DE JEU VIDÉO!

Kiro'o Games est une entreprise camerounaise, première startup de jeux vidéo en Afrique francophone. Elle a créé plusieurs jeux vidéo à succès, notamment Aurion : L'Héritage des Kori-Odan, qui a remporté plusieurs prix internationaux. Sa mission est de créer une industrie du jeu vidéo en Afrique, en fonction des jeux qui influencent la culture africaine et qui inspirent les jeunes à suivre des industries créatives.

*****

LA STARTUP MANARA DÉDIÉE AUX FORMATIONS EN PROGRAMMATION DE LOGICIELS

Manara est une startup tunisienne spécialisée dans les formations en programmation de logiciels. Elle est un pont entre les meilleurs informaticiens du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord et leurs emplois de rêve. Elle a été co-fondée par Laila Abudahi. Sur Manara, les formations sont gratuites. Cependant les étudiants se doivent de consacrer 10 % de leur salaire au cours de leurs 2 premières années d'emploi à Manara.

PASS SANTÉ MOUSSO, LE CARNET MÉDICAL NUMÉRIQUE SOUS FORME DE BRACELET

Corine Maurice Ouattara est la fondatrice de Maurice Communication et Marketing, une entreprise ivoirienne qui fait dans la communication par l'objet. Elle a mis au point le "Pass Santé Mousso", un moyen pour le personnel médical d'accéder aux informations médicales des patients. Le système connecté intégré à un bracelet ou à un médaillon, permet à ces derniers de circuler avec leurs données. Cette start-up est le fruit de plusieurs événements vécus par la promotrice. Elle explique qu'étant asthmatique depuis l'enfance, elle avait du mal à expliquer ses crises

*****

PUSH BY PANELYS CASH: UNE SOLUTION DE MONÉTIQUE ET DE TRANSFERT D'ARGENT

Steven Bédi, promoteur de Push by PANELYS Cash, a eu la brillante idée de mettre en place une société spécialement axée sur la monétique et le transfert d'argent de façon noble. PUSH propose alors une solution sms, web et mobile de services bancaires et de transfert solidaire à la jeunesse, aux femmes et aussi aux acteurs informels. Le principe de paiement reste simple, avoir un compte mobile money, et une carte bancaire PANELYS Cash Visa.

TOP 6

DES FEMMES ENTREPRENEURES LES PLUS INSPIRANTES D'AFRIQUE FRANCOPHONE

Les femmes entrepreneures jouent un rôle important dans la croissance économique de l'Afrique francophone. Elles apportent des idées innovantes, créent des emplois et contribuent à favoriser le développement économique dans leur communauté et au-delà. Dans cet article, nous allons vous présenter cinq femmes entrepreneures à suivre de près en Afrique francophone.

Fatoumata Ba

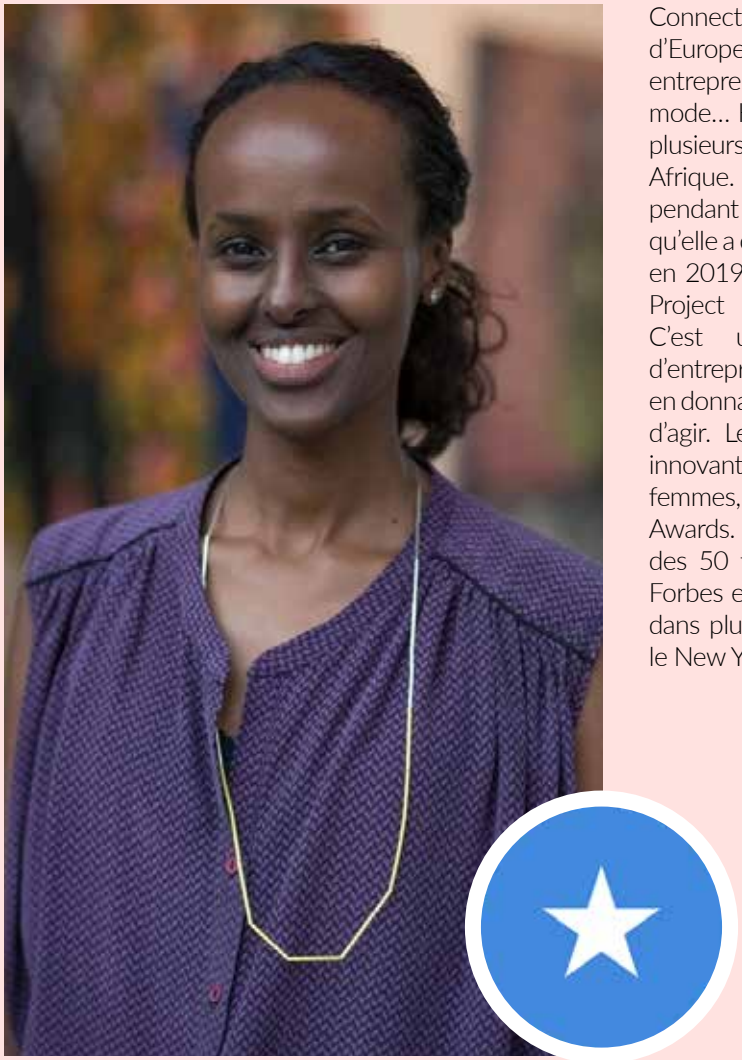
PDG de Janngo

UNE VOIX INFLUENTE DANS L'ÉCOSYSTÈME DES STARTUP EN AFRIQUE

Fatoumata BA est une entrepreneuse en technologies, investisseuse en capital-risque, fondatrice et présidente exécutive de Janngo et associée directrice de Janngo Capital. Janngo construit, développe et investit dans des champions panafricains de la «technologie pour le bien», avec des modèles commerciaux éprouvés et un impact social inclusif. Janngo est soutenu par des investisseurs stratégiques et financiers africains et internationaux de premier plan, dont la famille Mulliez, Clipperton Finance et African HNWI. Ex dirigeante de JUMIA Côte d'ivoire, Fatoumata Ba est également membre du conseil d'administration de la banque d'investissement Southbridge. Elle a été nommée l'une des 50 femmes les plus influentes d'Afrique par Forbes en 2020 et Janngo a été classée parmi les startups les plus prometteuses d'Afrique par The Financial Times.

Haweya Mohamed

UNE ENTREPRENEURE ENGAGÉE POUR L'INCLUSION NUMÉRIQUE EN AFRIQUE FRANCOPHONE



Connecter les start up de la Tech en Afrique et d'Europe, ou encore donner de la visibilité aux entrepreneurs africains de la cosmétique et de la mode… Haweya Mohamed s'est engagée pendant plusieurs années en faveur de l'innovation en Afrique. La Somalienne et Djiboutienne a dirigé pendant plusieurs années Afrobytes, une société qu'elle a cofondée en 2015 et The Colors, cofondée en 2019. Depuis 2021, elle est Fellowship Senior Project Manager à Cartier's Women Initiative. C'est un programme international annuel d'entrepreneuriat visant à favoriser le changement en donnant aux femmes entrepreneures les moyens d'agir. Le programme distingue aussi les projets innovants de création d'entreprise menés par des femmes, à travers le Cartier Women's Initiative Awards. Haweya Mohamed, a été nommée l'une des 50 femmes les plus influentes d'Afrique par Forbes en 2020 et son entreprise a été présentée dans plusieurs médias internationaux, notamment le New York Times et le Financial Times.

Kenza Lahlou

Fondatrice d'Outlierz Ventures

LE PARI AUDACIEUX SUR L'AVENIR DE L'AFRIQUE

Kenza Lahlou est une pionnière de l'investissement en capital-risque en Afrique. Elle est la fondatrice et associée générale d'Outlierz Ventures, un fonds d'amorçage axé sur l'Afrique qui soutient les valeurs aberrantes du continent.

Le fonds investit dans des entreprises technologiques qui transforment des industries fondamentales sur quatre marchés clés : le Maroc, l'Égypte, le Nigeria et le Kenya. Kenza est également boursière Kauffman de classe 25, l'un des meilleurs programmes d'innovation, de leadership et de capital de risque au monde pour les gestionnaires de fonds de capital de risque. Passionnée par les startups, par l'innovation, et l'entrepreneuriat, elle est engagée à accompagner les startups ayant des produits sur le marché, en intervenant pour injecter du capital et les aider à grandir.

Nabou Fall

LA COMMUNICANTE PASSIONNÉE QUI RÉVOLUTIONNE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT EN AFRIQUE FRANCOPHONE

Nabou Fall est Directrice Générale de Vizeo depuis 2007. Vizeo une agence qui accompagne de grandes entreprises dans leur stratégie de communication et de relations publiques en Afrique.

Mentor et membre d'honneur de l'association Actives en Côte-d'Ivoire, Elle est aussi depuis Septembre 2018, la Présidente du Women Investment Club en Côte-d'Ivoire, ainsi que la cofondatrice d'Impact Hub, un incubateur dédié aux jeunes et aux femmes entrepreneurs. Impact Hub Abidjan offre aux entrepreneurs un coaching et un espace créatif, travaillant à développer l'entrepreneuriat et à créer un impact en collaboration avec tous. Nabou Fall est une conférencière recherchée ainsi qu'une coach en développement personnel renommée, conférencière et auteure TEDx, mentor dans diverses ONG d'autonomisation des femmes.

Rebecca Enonchong

ICÔNE DES STARTUP EN AFRIQUE FRANCOPHONE

Rebecca Enonchong est une entrepreneure technologique camerounaise basée aux États-Unis, connue pour son travail dans l'industrie des technologies de l'information en Afrique. Elle est la fondatrice et PDG d'AppsTech, une entreprise de logiciels d'entreprise basée aux États-Unis qui fournit des services de conseil, de mise en œuvre et de gestion de logiciels pour les entreprises en Afrique.

Sous la direction d'Enonchong, AppsTech a connu une croissance rapide et est devenue une entreprise leader dans le domaine des solutions logicielles pour les entreprises en Afrique. Elle a également été impliquée dans la promotion de l'entrepreneuriat et de l'innovation technologique en Afrique, siégeant à de nombreux conseils d'administration d'organisations liés à la technologie et à l'entrepreneuriat en Afrique. En 2013, Enonchong a été nommée l'une des 50 femmes les plus influentes d'Afrique par le magazine Forbes. Elle continue d'être une voix influente dans l'industrie des technologies de l'information en Afrique et un modèle pour les femmes entrepreneures en Afrique et dans le monde entier.

Mariama Mamane

PIONNIÈRE DE L'AGRICULTURE ÉCOLOGIQUE EN AFRIQUE DE L'OUEST

Mariama Mamane est une entrepreneure sociale originaire du Niger et fondatrice de Jacigreen, une entreprise qui produit et commercialise des sacs biodégradables à base de jacinthe d'eau, une plante envahissante présente dans les rivières et les lacs du pays. Les sacs Jacigreen sont une alternative écologique aux sacs en plastique, qui sont responsables de nombreux problèmes environnementaux dans la région.

Mariama Mamane a fondé Jacigreen en 2015 avec l'objectif de lutter contre la pollution plastique et de créer des opportunités économiques pour les femmes. Elle a créé un réseau de femmes artisans locales pour produire les sacs, leur offrant une source de revenus stable et durable. La production de sacs biodégradables aide également à nettoyer les rivières et les lacs, améliorant ainsi la qualité de l'eau et la santé des communautés locales.

En plus de Jacigreen, Mariama Mamane est également la fondatrice de l'association «Femme et Environnement», qui vise à encourager les femmes à s'engager dans des activités environnementales durables. Elle a été récompensée pour son travail par plusieurs prix, notamment le Prix du Jeune Entrepreneur Africain de l'année 2017 décerné par la Fondation Tony Elumelu et le Prix de l'Entrepreneuriat Social et Solidaire en Afrique Francophone en 2018.

FILE'UP

DR. MAFINI DOSSO

Économiste de l'Innovation et de l'Industrie, PhD, PMP ®

Présidente / co-fondatrice de l'OIITID : Organisation Internationale de l'Innovation pour des Territoires et Industries Durables (association de recherche à but non lucratif)

Directrice Innovation & Digitalisation – Académie des Femmes de l'association PLAMFE MONDE

Secrétaire Générale de IMMOCI RESEARCH

DÉVOILE SON ÉTUDE SCIENTIFIQUE SUR L'ÉCOSYSTÈME STARTUP DE CÔTE D'IVOIRE

(Page.19)

LinkedIn : *www.linkedin.com/in/mafini-dosso-7b074695/*

Google Scholar (*publications*) *sur www.scholar.google.com/citations?user=bTkFs7QAAAAJ&hl=fr&oi=ao / Instagram @oiitid*

Toute reproduction et tout usage du contenu de cet article sont permis sous conditions de citation de l'œuvre originale

QUI EST MAFINI DOSSO?

Dr Mafini DOSSO, PhD, PMP ®, est Économiste de l'innovation et de l'industrie, éditrice et auteure trilingue. Dr Dosso a été sélectionnée pour l'année 2023 au sein du Programme Leaders Lead On-Demand financé par le Département d'État des Etats-Unis (U.S. Department of State) et fait partie des 14 leaders Espagne du First African Diaspora Leadership Program 2022 de Africa 2.0 & Ashoka.

Née à Abidjan où elle a poursuivi ses études primaires et secondaires, elle obtient son baccalauréat à 17 ans avant d'intégrer l'Université Paris 7 Denis Diderot. Dr Mafini y obtient un DEUG en Mathématiques Appliquées et Sciences Sociales. Elle détient depuis 2012 un Doctorat en économie de l'innovation et un Master de Recherche en économie de l'industrie de l'Université de Paris I, Panthéon-Sorbonne (France, 2005).

Également détentrice de la certification « Project Management Professional » PMP ® du PMI (USA), Dr Dosso a plus de 15 ans d'expérience professionnelle, dont 9 années en tant qu'économiste puis cheffe de projet au CCR de la Commission Européenne en Espagne. Ses domaines d'analyse incluent les politiques d'innovation pour le développement des territoires, la cartographie des systèmes de recherche et d'innovation, le changement technologique et industriel, Industrie 4.0, les chaînes de valeur et les réseaux d'innovation. Conférencière internationale, elle a plusieurs communications et publications académiques, techniques et politiques sur ces différentes thématiques couvrant l'Afrique subsaharienne et l'Europe. Mafini est l'auteure du chapitre thématique « Innovation et Productivité » sur l'Afrique sub-Saharienne dans le Global Innovation Index 2022, en français, l'Indice mondial de l'Innovation 2022 publié par l'agence spécialisée des Nations Unies, l'OMPI. (Voir également l'article dans ce numéro) Elle est éditrice Afrique de la revue académique française RERU et Membre du Comité de publication de Regional Studies Association (Royaume-Uni).

Co-fondatrice du cabinet de conseil en stratégie et innovation des territoires, GAÏA Intelligence Africa, Dr Dosso est également engagée dans différentes activités de formation des cadres, administrateurs et experts, ainsi que dans plusieurs organisations à but non lucratif dédiées aux innovateurs et entrepreneurs en Afrique.

En 2021, elle a co-fondé et préside l'OIITID, Organisation Internationale de l'Innovation pour des Territoires et Industries Durables, Association No 2037 immatriculée à Abidjan, qui vise à améliorer la gouvernance et la prise de décision publique dans les domaines de l'innovation technologique et non technologique, de la transformation industrielle et de l'entrepreneuriat en Afrique sub-Saharienne.

Directrice Innovation & Digitalisation de l'Académie des femmes, initiative de l'association PLAMFE MONDE, Mafini est également secrétaire générale de l'association Ouest-Africaine IMMOCI RESEARCH, partenaire scientifique officiel du salon de l'investissement l'immobilier Babimodays.

STARTUPS ET INNOVATIONS EN AFRIQUE: **DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS, SOURCES DE CONNAISSANCES ET OBSTACLES À L'INNOVATION**

Les écosystèmes technologiques et de startups en Afrique ont connu des mutations profondes au cours de la dernière décennie. La croissance rapide du nombre de startups, de réseaux d'entrepreneurs et intermédiaires d'innovation suggère une révolution en marche sur le continent, contribuant par la même à la transformation plus large des systèmes nationaux de recherche et d'innovation. (Dosso 2022 a et b)

Ce court article rappelle quelques tendances et développements récents clés de l'écosystème des startups Africaines. Puis, il illustre et met en lumière la variété des sources et des barrières à l'innovation des startups en Afrique. En s'inspirant de ses travaux antérieurs (voir les références de cet article) et en cours, l'auteure fait des recommandations afin d'améliorer les conditions favorables à l'innovation et à l'entrepreneuriat innovant et impactant sur le continent.

QUELQUES TENDANCES ET DÉVELOPPEMENTS CLÉS DES ÉCOSYSTÈMES LOCAUX DE STARTUPS

Les rapports récents estiment le nombre de startups technologiques ou du numérique à plus de 6500, voire plus de 7000 ; elles opèrent principalement à partir des capitales ou villes principales Africaines et à destination du marché local ou régional, voire international pour quelques-unes.

Les investissements en capital-risque, qui s'élèveraient à plus de 4 milliards de dollars US en 2022, ne cessent de s'accroitre ciblant principalement des startups issues des nouveaux secteurs technologiques comme celui de l'AgriTech (technologie pour l'agriculture) ou la FinTech ou Financial Technology (technologie financière). La concentration géographique des investissements vers les 'Big Four' (4 Grands) – Afrique du Sud, Égypte, Kenya et Nigéria – est encore marquée, bien que certains pays tels que le Ghana, le Sénégal ou encore la Côte d'Ivoire semblent se distinguer en Afrique de l'ouest, comme en témoignent les récentes levées de fonds.

De nouveaux acteurs et alliances ont également émergé dans la région pour soutenir ou accompagner ces dynamiques naissantes, révélant des solutions innovantes locales en termes de produits, de services et d'organisation, parmi d'autres aspects. Le continent compterait aujourd'hui plus de 1000 « hubs » d'innovation, un ensemble très hétérogène qui inclut des incubateurs, accélérateurs, fablab, living lab, tech-villages, et également des espaces de

coworking et autres types de communautés. Fondé en 2011, AfriLabs serait le plus grand réseau de hubs d'innovation avec plus de 400 communautés affilées (Afrique et diaspora ; https://afrilabs.com). (Voir également le cas d'étude sur 5 hubs par Dosso et al, 2021)

Plusieurs facteurs et tendances expliquent ces changements rapides, dont la diffusion rapide des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la globalisation, une présence plus marquée des fonds de capital-risque, d'investissement, d'entreprise, de développement, ainsi que la multiplication d'espaces de co-création ou de pôles d'innovation.

A ces tendances s'ajoutent des changements législatifs incarnés de façon large par les développements ou révisions de politiques nationales de recherche et d'innovation, ainsi que les plus récents « Startup Acts » ou ensemble de lois ou dispositifs législatifs bénéficiant aux startups ou jeunes entreprises innovantes orientées vers la technologie (UNESCO, 2021 ; Commission de l'Union Africaine, 2014 ; https://i4policy.org). Notons que la définition d'une startup et les mesures incitatives varient d'un pays à l'autre ; par ailleurs, l'impact de ces lois sur l'amélioration des conditions d'innovation et d'entrepreneuriat devra faire l'objet de suivi par la recherche et les décideurs publics.

Ces différentes évolutions masquent des réalités très contrastées au sein des territoires et entre les nations du continent. Le manque d'études économiques et de travaux empiriques systématiques sur les startups Africaines limitent notre capacité à informer les décisions organisationnelles et publiques dans divers domaines clés pour des transformations tirées par l'innovation. Des recherches récentes combinées aux données orientées vers les investisseurs offrent néanmoins des perspectives enrichissantes sur la variété des innovations offertes par les startups Africaines, leurs sources d'information ou de connaissances ainsi que les obstacles qu'elles rencontrent dans leurs activités d'innovation.

DES PROFILS DIVERS D'INNOVATION ...MAIS ENCORE PEU DE RECOURS À LA PROTECTION INTELLECTUELLE PAR LES STARTUPS AFRICAINES

L'innovation implique la création ou l'adoption de solutions nouvelles ou significativement améliorées. Ces solutions innovantes peuvent combiner ou prendre la forme d'un bien, d'un service, d'un procédé, d'une méthode d'organisation, de distribution, de commercialisation ou encore d'une méthode d'approvisionnement. Dans la pratique, elles peuvent être incrémentales, c'est-à-dire refléter des améliorations mineures, ou être plus disruptives (innovations de rupture) ; elles peuvent également avoir des impacts de nature et d'ampleur différentes selon le contexte de la diffusion ou selon l'entreprise qui l'adopte, la met en œuvre ou la déploie.

Les innovations ne font pas référence uniquement au changement technologique ; les innovations non technologiques reflètent essentiellement des améliorations dans l'organisation ou la gestion. Ces dernières peuvent avoir un impact socio-économique beaucoup plus important selon le contexte de l'adoption, de la diffusion ou de l'usage.

Les littératures académique et grise et les bases de données confirment les opérations de startups Africaines dans des secteurs traditionnels ainsi que dans les industries ou segments d'activités orientés vers la technologie, – Agritech, FoodTech, EduTech, FinTech, LegalTech, LogiTech, TransportTech, PropTech ou Realtech, HealthTech, E-commerce, RetailTech, RegTech –, pour n'en citer que quelques uns. Les tech-startups Africaines exploitent et adaptent les technologies émergentes ou technologies 4.0 afin d'offrir des solutions innovantes aux problèmes et défis locaux des communautés, des entreprises et des territoires. (Dosso, Nwankwo et Travaly 2021 sur l'Industrie 4.0 et Dosso 2022 a ; voir également les bases de données dont Digest Africa ; Crunchbase ; Dealroom.co ; Briterintelligence ; StartupBlink ; Africa : The Big Deal)

Nous fournissons un tableau illustratif et non-exhaustif des innovations ou solutions innovantes des startups Africaines. Cette image s'appuie sur une enquête menée en 2022 (voir la référence : Dosso 2022a, Global Innovation Index) ainsi que sur les travaux en cours de l'auteure.

FIGURE 1. : SOLUTIONS INNOVATIONS DES STARTUPS EN AFRIQUE (EXEMPLES)

Segments de marché : BtB, BtC et Mixte

Solutions e-logistique et e-transport (personne et marchandises)	Solutions virtuelles de gestion d'entreprises	Solutions digitales intégrées pour la gestion des déchets	Digitalisation des paiements et transferts d'argent	Solutions digitales pour l'éducation et la formation
Billettereie éléctronique et e-gestion évènementielle	Services professionnels à la demande	Places de marchés virtuels et e-Plateformes de distribution et de vente	Solutions tech. pour la conservation des produits agricoles	Dématérialisation des démarches administratives et fiscales
Solutions e-Banking et e-assurance / micro-assurrance	E-gestion et solutions TIC pour l'agriculture, les chaînes de valeur agricoles	Solutions e-santé et Télémédecine	Solutions pour l'accès aux énergies renouvelables	Accès à l'internet dans les zones rurales

Source : Élaborations de Dosso Mafini

Les droits de propriété intellectuelle sont censés améliorer les conditions des inventeurs et innovateurs en facilitant la protection de leurs créations, l'obtention d'un retour sur investissement, et dans certains cas la différentiation par rapport à d'autres organisations et concurrents sur le marché. Dans ce domaine, les startups Africaines montrent des degrés de sensibilisation et d'utilisation très hétérogènes selon le contexte et les droits concernés – brevets, marques, dessins ou modèles industriels (protection de l'apparence), indications géographiques, droits d'auteur et droits connexes, etc. – (voir « Qu'est-ce que la propriété intellectuelle ? à https://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4528).

Une enquête récente de l'auteure suggère que l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI), et ses représentations nationales, sont la référence pour les dépôts issus des pays francophones d'Afrique de l'ouest, bien que certaines startups exploreraient des routes alternatives de protection, par exemple l'INPI en France ou l'USPTO aux Etats-Unis. Les travaux suggèrent également que les marques prédominent. On observe aussi que certaines startups peuvent combiner plusieurs actifs de propriété intellectuelle sous forme de « panier de droits de propriété intellectuelle » (ou 'IPR bundles' en anglais) (Dosso 2022 a). Cependant, le recours à la propriété intellectuelle demeure faible à l'échelle continentale, comme en témoignent les classements internationaux successifs (Indice mondial de l'innovation).

SOURCES D'INSPIRATION POUR L'INNOVATION ET LIENS DES STARTUPS AVEC L'ÉCOSYSTÈME

Dans leur processus d'innovation, les sources des nouvelles idées et innovations ne se limitent pas aux fondateurs de startups et à leurs employés. De plus, les inventions et innovations ne résultent pas toujours de démarches créatives structurées ou organisées de façon stricte sur le temps de travail (par exemple brainstorming ou sessions de créativité collective en début et/ou fin de semaine)

; elles répondraient néanmoins à des opportunités de marché.

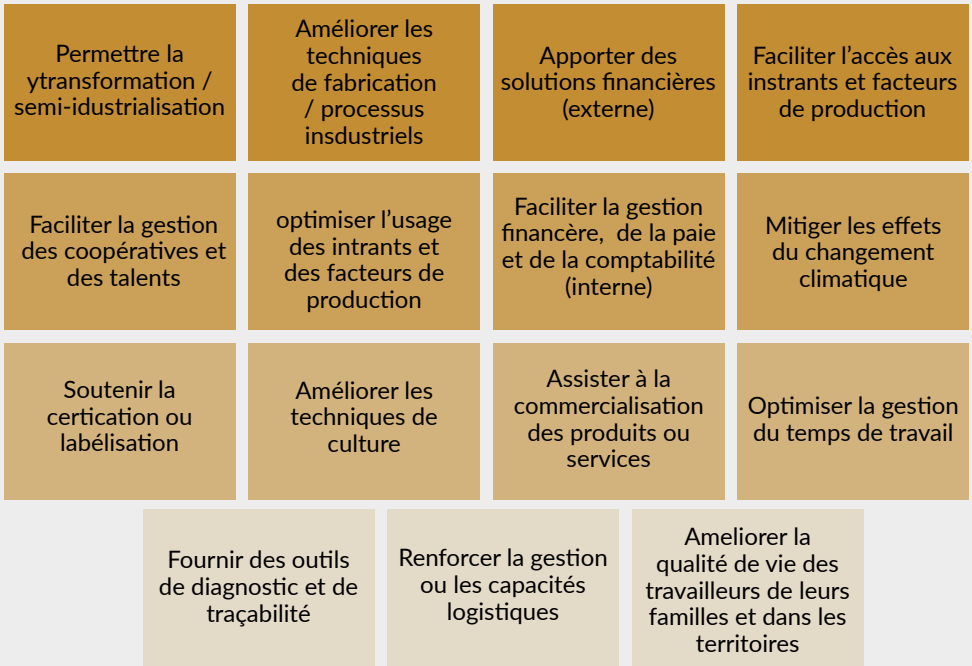
Les sources d'inspirations sont multiples et peuvent inclure, par exemple, les grandes écoles ou écoles techniques supérieures, les universités et centres de recherche, les associations professionnelles et industrielles, la concurrence sur le marché national, régional ou international, les (non-) clients ou utilisateurs, l'administration nationale ou locale, les organismes publics ou les agences de développement ou donateurs internationaux. Des liens pertinents et soutenus avec l'écosystème peuvent impacter positivement la capacité d'innovation et la productivité d'une entreprise dans la mesure où ces liens faciliteraient les flux de connaissances, la diffusion technologique, voire la validation par le marché des solutions innovantes.

A ce stade, et à l'image de plusieurs pays de la région, il est encore difficile d'estimer le montant des investissements des startups Africaines dans la recherche, l'innovation ou le développement des nouvelles solutions. La sensibilisation et les capacités dans ce domaine demeurent faibles au niveau local, bien qu'il existe au niveau régional de nombreuses initiatives pour soutenir les pays dans la collecte des données sur la recherche, le développement et l'innovation dont GO-SPIN de l'UNESCO ; les formations régionales mise en œuvre par l'Observatoire Africain de la Science, Technologie et Innovation (sigle en anglais: AOSTI) ; ou encore les projets de l'Agence de Développement de l'Union Africaine (sigle en anglais : AUDA-NEPAD).

Les sources locales sont clés pour les activités d'innovation des startups. Les universités, écoles ou instituts supérieurs techniques offrent un vivier de futurs collaborateurs, et également des sources d'idées par le biais des programmes de stages ou d'alternance (doctorants et étudiants de second cycle).

Pour avoir un impact, les innovations doivent généralement être adoptées ou diffusées au-delà du lieu de création vers d'autres lieux, secteurs, entreprises et organisations. Les startups Africaines collaborent avec des grandes entreprises du continent, des petites et moyennes entreprises (PME), ainsi que des micro-entreprises locales. Leurs marchés s'étendent au-delà des industries traditionnelles et de l'économie formelle. Elles apportent des solutions innovantes dans les zones rurales et les communautés pour les travailleurs ou les artisans du secteur informel. (Dosso 2022 a ; voir aussi les numéros précédents de Startup Medias)

FIGURE 2. EXEMPLES DES IMPACTS DES INNOVATIONS DES STARTUPS SUR LES ECOSYSTEMES INDUSTRIELS ET AGRICOLES LOCAUX (PERCEPTIONS)



Source : Élaborée par l'auteure à partir de Dosso 2022a et des recherches en cours

OBSTACLES À L'INNOVATION DES STARTUPS EN AFRIQUE

A la question, « Quels sont les principaux obstacles à l'introduction (création ou adoption) d'innovations par votre startup ? », les startups soulignent très souvent les conditions peu favorables de l'écosystème d'innovation.

Plusieurs obstacles limitent la capacité des startups ou entreprises innovantes en démarrage à développer et à introduire sur le marché de nouveaux produits, processus, méthodes d'organisation ou de commercialisation.

Ces barrières à l'innovation font référence par exemple au/aux :

- Manque de financements adaptés
- Manque d'informations sur les pratiques nouvelles secteur / branche
- Difficultés à développer des coopérations ou partenariats
- Manque d'informations actualisées sur le marché
- Manque de talents et compétences
- Déficit ou faible qualité de l'infrastructure et des équipements technologiques
- Règles concurrentielles (dé)favorables
- Cadre institutionnel et légal des affaires
- Niveau de sensibilisation et priorisation de l'innovation (sens large) au niveau politique

Revenons sur quelques-uns de ces obstacles.

Bien que la recherche sur les startups africaines soit limitée, les travaux existants confirment que l'accès difficile au financement est un obstacle majeur à l'innovation. Cette barrière peut avoir plusieurs significations dont l'absence ou de la restriction des possibilités de financement (en termes de sources et de volumes) à différentes étapes, l'existence d'accès privilégiés ou limités à l'information sur le financement ou des exigences insurmontables en matière de prêts pour l'entrepreneuriat innovant. Les annonces de collectes de fonds réussies atténuent à peine l'énorme déficit de financement des startups du continent Africain.

Ce qui est plus révélateur concerne le type de financement dont les entreprises ont besoin pour améliorer les processus d'innovation, la portée de leur marché et créer plus de valeur. En effet, les besoins et sources de financement de l'innovation varient en fonction du cycle de vie de la startup (respectivement, amorçage, stade de démarrage, expansion, stade ultérieur, croissance et maturité). Au-delà du stade de l'amorçage, des obstacles peuvent émerger pour le prototypage, l'expérimentation en laboratoire et en environnement réel, le développement et la commercialisation de produits, la mise à l'échelle ou encore l'expansion sur les marchés régionaux et internationaux. Les tests, essais pilotes et expérimentations sont tous essentiels au développement et à la commercialisation de nouveaux biens et services, car ils contribuent à la validation de la preuve de concept ('proof of concept' en anglais).

Outre les barrières financières, la disponibilité limitée de talents et compétences, ainsi que les lacunes des cadres juridiques et institutionnels, sont souvent citées comme des obstacles à l'innovation.

Les startups africaines peinent à trouver des talents et des compétences au sein de leurs écosystèmes locaux. La rétention des talents est un autre enjeu majeur. Les équipes sont de plus en plus confrontées à des pertes de talents au profit d'autres entreprises et acteurs du marché, entraînant souvent une « fuite des cerveaux » de professionnels clés formés en interne. Les déficits en matière de compétences sont multiples : développeurs, analystes de données, spécialistes des nouvelles technologies dont IA, IoT, DroneTech, Blockchain, Robotics, etc., experts légaux, spécialistes de la propriété intellectuelle et, dans une moindre mesure, les agents commerciaux.

Quant aux cadres juridiques et réglementaires de l'Afrique subsaharienne, ils figurent parmi les moins performants au monde lorsqu'il s'agit de faire des affaires. Les obstacles à l'innovation existent à plusieurs niveaux, réglementaire, administratif et politique, mais également en raison des faibles sensibilisation et capacitation des systèmes juridiques, de l'application souvent laxiste des accords régionaux, de l'absence de cadres de partenariat public-privé adéquats ou opérationnels, de l'absence de cadres de coopération université-startup appropriés, ou encore aux vides institutionnels concernant les startups et les nouveaux secteurs technologiques (tels que les technologies financières).

RECOMMANDATIONS POUR AMÉLIORER LES CONDITIONS ET IMPACTS DE L'INNOVATION

Dans les dernières lignes, nous rappelons quelques points importants d'action. Ces recommandations sont complétées et présentées de façon plus détaillée dans les travaux précédents de l'auteure du présent article (Dosso 2022 a et b).

Les apports massifs de fonds à destination des startups technologiques du continent Africain dépendent principalement des donateurs et acteurs internationaux. La mise en place et le renforcement de sources nationales publiques et privées, de nouveaux instruments et modèles de financement devraient également être poursuivis afin de soutenir les projets et activités d'innovation axés sur la résolution des défis des populations et industries locales.

Les gouvernements Africains devront intensifier les efforts pour améliorer la compréhension des politiques, la qualité et la portée des marchés financiers pour l'innovation afin d'accélérer le développement technologique. En outre, l'application de « règles du jeu » transparentes est aussi importante que la conception et la mise à jour des institutions et administrations pour permettre aux entreprises innovantes et productives de prospérer.

Le manque ou l'inadéquation des formations et la rétention des talents constituent des obstacles majeurs au développement des écosystèmes technologiques et d'innovation locaux. Les programmes thématiques associés ont des effets peu significatifs, lorsque l'on considère les milliers de diplômés en sciences sociales et humaines qui entrent chaque année sur le marché du travail Africain.

Les enquêtes d'innovation et les données probantes sur la diffusion des technologies ne sont pas seulement instrumentales pour la prise de décisions publiques éclairées ; elles sont toutes aussi essentielles pour la conduite des activités d'innovation et les stratégies de long terme des entreprises. Le récent cas d'étude publié par Dosso 2022 (a) illustre l'importance de réaliser des études et enquêtes locales de l'innovation afin de mieux contextualiser les connaissances qui informent les politiques et décisions publiques en matière d'innovation et d'entrepreneuriat innovant.

REFERENCES SELECTIONNEES

Commission de l'Union Africaine [CUA] (2014). AU Strategy for Science, Technology and Innovation for Africa 2024, STISA-2024. Addis Ababa: African Union.

Dosso, Mafini (2022 a). Building place-based innovation capabilities for productivity in Sub-Saharan Africa. Global Innovation Index 2022, What is the future of innovation- driven growth? 15th edition. WIPO: Geneva. (ACCES OUVERT)

Dosso, Mafini (2022 b). Research and innovation: Learning and Innovation strategies for sub-Saharan Africa, pages 474 - 482, In New Visions for Higher Education Institutions towards 2030, Global University Network for innovation, GUNi World Report-Special Issue, Barcelona, Spain. (ACCES OUVERT)

Dosso M., F. Braoulé Méïté, G. Ametepe, C. Gbogou, G. Guiella and D. Oulaï (2021). New entrepreneurial narratives in urban West Africa: Case studies of five innovation hubs and communities. In Daniels, C., M. Dosso, M., Amadi-Echendu, J. (eds), Entrepreneurship, Technology Commercialisation, and Innovation Policy in Africa. Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58240-1_8

Dosso M., Nwankwo C.I. et Travaly Y. (2021). The Readiness of Innovation Systems for the Fourth Industrial Revolution (4IR) in Sub-Saharan Africa. In : Daniels., Dosso, Amadi-Echendu J. (eds), Springer, Cham.

Dosso, M. (2019), Industrie et innovation pour un changement structurel et un développement territorial durable en Afrique, séries Réalités Industrielles, Les Annales des Mines, Conseil Général de l'Économie, Paris, Bercy. Disponible en accès ouvert à http://www.annales.org/ri/2019/resumes/aout/04-ri-resum-FR-AN-aout-2019.html

UNESCO (2021). UNESCO Science Report: the Race Against Time for Smarter Development. Schneegans, S., Straza, T. & Lewis, J. (eds). UNESCO Publishing: Paris

Autres liens consultés

https://startupmedias.net/startup-mag-le-media-dedie-a-lecosysteme-startup-dafrique-francophone/

https://afrique.latribune.fr/finances/investissement/2022-05-12/finance-le-boom-du-capital-risque-sur-le-continent-africain-917678.html

https://www.weforum.org/agenda/2022/08/africa-start-up-nigeria-egypt-kenya-south-africa/

https://www.icr-facility.eu/fileadmin/files/downloads/icreports/icreport_startupacts.pdf

https://i4policy.org/files/Letter_to_our_community_end_of_2022.pdf

https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/

https://en.unesco.org/go-spin/about

https://www.nepad.org

https://www.aosti-au.org

BSIC
BANQUE SAHELO-SAHARIENNE
POUR L'INVESTISSEMENT ET LE COMMERCE

PACK ACCESS

AVEC LE PACK ACCESS, **BÉNÉFICIEZ D'UN COMPTE CHEZ NOUS.**

BSIC
BANQUE SAHELO-SAHARIENNE
Siège Avenue Nogués
+225 27 20 30 99 99
www.bsicbank.com/cotedivoire

Boris Dedo

Co-fondateur et Ceo de la StartUp RENTAL+

RENTAL+ ,C'EST PLUS 250 PARTENAIRES HÔTELIERS DANS TOUTE LA CÔTE D'IVOIRE

Boris Dedo est un jeune entrepreneur ivoirien évoluant dans la tech. Il a développé RENTAL+ , une plateforme mobile qui permet aux utilisateurs de trouver et réserver partout en Côte d'ivoire des hébergements touristiques (les chambres d'hôtels et des résidences meublées) .

Depuis quand avez-vous lancé cette plateforme?

RENTAL+ plus existe depuis le 12 Novembre 2021 et tente d'apporter une solution pour certaines problématiques dans le domaine de l'hébergement touristique.

A qui s'adresse-t-elle?

D'abord aux touristes qui ont du mal à trouver des hébergements pour des séjours dans leur budget en Côte d'ivoire

Ensuite aux hôtes (propriétaires d'hôtels et résidences meublées) qui ont du mal à se faire connaître .

A quelle problématique répond réellement cette appli?

Sur plus de 4800 hôtels en Côte d'ivoire combien pourriez-vous référencer et recommander dans la région des montagnes pour quelqu'un qui y va pour 72H n'ayant pas de famille , ni de proche dans cette région de ce beau pays qui abrite plusieurs sites touristiques ?

Rental+ vient donc répondre au besoin de rendre accessibles les hébergements saisonniers partout en Côte d'ivoire.

Aujourd'hui pour trouver et réserver facilement une chambre d'hôtel ou une résidence meublée partout en côte d'ivoire , il suffit simplement de télécharger l'application RENTAL+, créer un compte et avoir accès à toutes les offres d'hébergements puis réserver sans se déplacer en payant via mobile money depuis l'application mobile.

Avec combien de partenaires hôteliers travaillez-vous?

RENTAL+ , c'est plus 250 partenaires hôteliers dans toute la côte d'ivoire

c'est plus de 150 résidences meublées référencées sur l'application

C'est plus de 100 nuitées réservées par mois.

Qu'est ce qui selon vous fait la particularité de RENTAL+ par rapport aux autres plateformes du même genre?

C'est facile pour les voyageurs ou touristes de trouver et réserver une chambre d'hôtel ou une résidence pour séjourner en téléchargeant l'application sur Play Store et bientôt sur App Store , mais aussi pour les propriétaires de s'inscrire en contactant notre service commercial qui soumet l'établissement à une étude et vérification avant de valider sur l'application. A côté de nos concurrents qui se concentrent sur les capitales et les zones balnéaires ,

nous permettons à nos clients de trouver des hébergements en zone urbaine , en zone balnéaire et en zone rurale et y séjourner dans un budget accessible à leur bourse en temps réel .

RENTAL+ VIENT DONC RÉPONDRE AU BESOIN DE RENDRE ACCESSIBLES LES HÉBERGEMENTS SAISONNIERS PARTOUT EN CÔTE D'IVOIRE.

Rencontrez-vous des difficultés au quotidien?

Au quotidien , nous sommes confrontés à des employés de ces établissements mal renseignés sur le digital qui manifestent de la peur ne comprenant pas que notre solution vient comme un nouveau moyen d'acquisition dans cette ère du digital pour augmenter leur visibilité et leur chiffre d'affaires .

RENTAL+ est-il disponible dans d'autres pays?

Pour l'instant , nous ne sommes qu'en côte d'ivoire mais prévoyons dans la road Mapp être présent sur le Sénégal après 2024 et pourquoi pas toute l'Afrique de l'ouest .

INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

Eburny Business Intelligence Partners
VOTRE LANTERNE

EBI Partners

Cabinet de conseil en intelligence économique et stratégie

Avec un siège basé à Abidjan, nos consultants ivoiriens sont issus de grands cabinets de conseils internationaux et d'entreprises de renom. Véritable boussole pour tout décideur, EBI Partners vous éclaire dans la gestion des problématiques liées à la stratégie de développement de vos organisations.

Découvrez l'équipe dirigeante

Bohenand

William

Franck

Paul Léon

Noémie

Franklin

NOTRE HISTOIRE

EBI Partners est avant tout une aventure entrepreneuriale initiée par deux amis ayant des valeurs communes. Ils se sont rencontrés au château de Versailles en France et ont tout de suite compris qu'ils partageaient les mêmes convictions professionnelles.

En effet, mûri par Bohenand et Franck, le projet est né de la volonté commune de mettre leurs expériences professionnelles au service des organisations qui rencontrent des problématiques parfois complexes. La conjoncture économique pousse les décideurs à vouloir maîtriser totalement leur environnement économique et détenir un avantage concurrentiel, en améliorant leur stratégie globale.

Ce besoin identifié les a confortés dans leur choix d'éduquer les organisations sur les bénéfices d'intégrer l'Intelligence Economique à leur stratégie d'entreprise, afin d'anticiper et limiter tous les risques.

Fort de leurs expériences dans le domaine du conseil et des affaires, Franklin, Noémie, William et Paul-Léon ont souhaité mutualiser leurs compétences pour la création du cabinet EBI Partners.

NOTRE INTÉRÊT POUR L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

«Dans tout système économique, détenir la meilleure information symbolise le pouvoir.»

Nanan-akassimandou

La sécurisation de vos investissements et le développement de votre entreprise nous préoccupent.

L'environnement des affaires est caractérisé par l'instabilité politique, la guerre entre les acteurs économiques, la corruption, les partenariats douteux, la perte de capitaux et surtout le manque

d'informations fiables.

Nos consultants confirmés et expérimentés dans plusieurs domaines d'activités et notre solide réseau local et international se mobilisent au quotidien pour vous accompagner sereinement dans le développement de votre entreprise en Afrique francophone.

EBI Partners réalise des missions sur mesure dans le respect de ses engagements : la confiance, l'intégrité, la confidentialité et l'écoute.

POURQUOI SE FAMILIARISER À L'IE ? : UN LEVIER STRATÉGIQUE

Enjeu primordial pour les organisations dans un environnement hautement concurrentiel, l'Intelligence économique vise à faire de l'information un atout stratégique.

L'Intelligence Économique est une arme efficace pour toute entreprise, quelle que soit sa taille, souhaitant accroître ses performances. Elle représente aussi un atout incontournable pour toute société ou organisation désirant maîtriser et sécuriser son environnement.

Il s'agit ici de mettre en place des outils stratégiques efficaces de collecte, d'analyse, d'exploitation, mais également de protection et de diffusion de l'information.

Le champ de compétences couvre les trois piliers de l'intelligence économique.

Le premier d'entre eux est la veille et l'acquisition légale de l'information, c'est-à-dire, l'identification des données à collecter, le recueil à partir de sources dites ouvertes, l'analyse et enfin son exploitation.

Le second pilier est la protection des informations sensibles contre toute forme de captation, qu'elle soit interne ou externe. N'oubliez jamais combien il est essentiel de sécuriser votre patrimoine immatériel.

Enfin, la mise en place des stratégies d'influence auprès des institutions et des collectivités, des décideurs et du grand public est le troisième élément fondamental. Les actions menées peuvent aller de l'opération commerciale ciblée à la constitution d'un groupe de pression.

NOTRE PARTENARIAT AVEC STARTUP MEDIA

Startup media et EBI Partners oeuvrent à mutualiser leurs expertises afin d'apporter assistance,

conseil et formation aux acteurs économiques dans les stratégies de développement. Pour ce faire,

nos actions s'articulent autour de ces différents objectifs :

- Donner de la visibilité aux startups auprès des acteurs de l'écosystème de l'innovation, des

journalistes, des investisseurs et des early adopters

- Promouvoir l'entrepreneuriat africain à travers des rencontres avec d'éventuels prospects

- Permettre aux grands groupes et aux institutions de rencontrer les startups et de

communiquer sur leurs actions indispensables à leur transformation.

Présentation du cabinet EBI

À propos de nous

9 années d'expériences mutualisées au service des entreprises ivoiriennes et françaises.

Chiffres

83% des consultants sont certifiés SINDUP

100% de nos consultants ont un Titre d'Etat Français

85% des consultants sont des spécialistes en intelligence économique et veille stratégique.

Plus de 100 étudiants et cadres formés en Côte d'Ivoire et à l'international.

l Partners

Nos offres de service

1. VEILLE STRATÉGIQUE
Audit d'un dispositif de veille
Mise en place d'une veille
Externalisation de la veille

2. DUE DILIGENCE ET VALIDATION DES PARTENAIRES
Due diligence des personnes morale
Due diligence des personnes physiques

3. ACCOMPAGNEMENT JURIDIQUE ET FISCALE
Audit, conseil et stratégie fiscale
Assistance pour le bénéfice des régimes fiscaux préférentiels
Optimisation fiscale
Assistance à conseil fiscale

4. GESTION DE RISQUES ET BONNE GOUVERNANCE
Gestion des risques opérationnels
Réalisation d'audit de conformité

5. ETUDES STRATÉGIQUE D'IMPLANTATION
Cartographie des acteurs et circuits décisionnels
Analyse du marché et les changements sociétaux
Identification des partenariats stratégiques potentiels

ETRE UN VENDEUR B2B

Toutes les entreprises ont besoin d'acheter des produits, que ce soit des consommables type stylos, des produits d'entretien ou encore des produits spécifiques à leur métier. L'avantage, qu'il y a à revendre des produits directement à des entreprises, est que vous allez pouvoir faire de la vente en gros. Vous allez ainsi pouvoir vendre de grosses quantités, et faire de belles marges.

A la différence de la vente aux particuliers, vous n'aurez pas forcément besoin de beaucoup de clients. Comment ça marche ? Pour pouvoir vendre vos produits en grosses quantités, il va d'abord falloir que vous trouviez les clients adaptés à votre business, surtout s'il s'agit de produits bien spécifiques. Il existe des annuaires regroupant toutes les entreprises par secteur, vous allez ainsi pouvoir choisir celles qui vous intéressent, vous allez également pouvoir les sélectionner par zone géographique, afin de ne pas faire des milliers de kilomètres pour rien. Pour maximiser vos marges, vous allez également devoir négocier vos prix d'achat, afin d'augmenter votre pouvoir de négociation vis-à-vis de vos clients. Vous pourrez ainsi leur faire de plus grosses remises. Vous pouvez également en acheter à l'étranger, mais il faudra que vous fassiez attention à ce que vos produits soient aux normes françaises.

AVANTAGES

- Les marges : Vous pouvez facilement avoir des marges sur de grosses quantités.
- Les contrats : Vous aurez souvent des contrats à long terme avec vos clients.
- Le nombre de clients : Vous n'avez pas besoin d'avoir énormément de clients.

INCONVÉNIENTS

- Mobile : Vous devrez aller à la rencontre de vos clients. ⍰ Convainquant : Il faut être très commercial et savoir convaincre.
- La gestion : Ce genre de business implique une gestion assez lourde

DISTA
SANTA ISABEL
Collection
Beer
Malta
Juice
beer
SANTA ISAB
The Coolest Enjoyment
NON ALCOHOLIC
SINCE 1951
SANTA ISABEL
MALT
NON ALCOHOLIC MALT DRINK
330 ml
Santa Juice
Isabel
SANTA ISABEL
+225 68 22 22 12 /+225 07 57 93 50 62
Yopougon, quartier millionnaire

COMMENT FIDÉLISER SES CLIENTS ?

Il existe de nombreuses manières de vous y prendre pour fidéliser vos clients. Voici lesquelles !

1 LES VALEURS DE VOTRE ENTREPRISE

L'une des premières questions à vous poser pour établir votre stratégie de fidélisation est la suivante : « Quelles sont les valeurs de mon entreprise que je veux communiquer à mes clients ? ».

Vous devez chercher à établir quels seront les aspects de votre marque qui méritent la fidélité de vos clients et qui distinguent votre marque des autres.

2 LA SATISFACTION CLIENT

Contrairement aux idées reçues, le coût de la fidélisation est 5 fois moins élevé que celui de l'acquisition de clients. Pourquoi ? Parce qu'il est beaucoup plus facile de vendre un nouveau produit à un consommateur ayant déjà effectué un achat dans votre boutique ou souscrit à l'un de vos services.

Cependant, même s'il est plus aisé de retourner vers un prestataire connu, il faut que celui-ci se montre à la hauteur des besoins du client : une étude menée par Blackhawk Network démontre que 94% des consommateurs sont fidèles à une entreprise qui satisfait pleinement leurs besoins.

La satisfaction client est donc un enjeu décisif pour générer de la fidélité – certains indicateurs comme le Net Promoter Score peuvent d'ailleurs vous aider à la mesurer.

3 UN SERVICE CLIENT EXEMPLAIRE

Ensuite, il est essentiel que votre service client soit irréprochable. Nous l'avons vu plus haut, la moitié

de vos clients iront ailleurs si votre service client est défaillant. Encourager la fidélité de vos clients passe, la plupart du temps, par la mise en place d'un programme de fidélité afin de les inciter à renouveler leurs achats.

Pensez aussi à inciter vos clients déjà convaincus à devenir les porte-paroles de votre marque, vous devez chercher à savoir qui sont ces clients et en faire de vrais ambassadeurs de votre marque.

Vous pouvez, par la suite, partir à la recherche de retours clients. Cela vous permettra d'évaluer l'efficacité de vos efforts, d'améliorer continuellement votre service client et de donner la parole à vos clients. En allant toujours dans ce sens, vous devez être capable de créer avec votre base de clientèle une connexion plus profonde qu'un simple service client : vous devez vous montrer présent pour eux.

4 DES OFFRES EXCLUSIVES

Vos clients fidèles doivent se sentir valorisés. Offrez des réductions spécifiques, faites-les profiter d'offres exceptionnelles, invitez-les à des événements organisés par votre entreprise. En un mot, chouchoutez-les ! 62% d'entre eux sont friands de ces petites attentions qui leur permettent de faire des économies sur leurs achats.

5 FIDÉLISER AVEC DES OFFRES CROSS-SELLING ET UP-SELLING

Le cross-selling incite les clients à commander des produits associés à leurs précédents achats. Quant à l'up-selling, il désigne une montée en gamme et vise à vendre un produit plus cher et « supérieur » à celui qu'il possède déjà.

Dans les deux cas, la clé de la réussite réside dans la personnalisation de son offre en fonction des attentes des clients.

6 LES VENTES PRIVÉES

Qui dit vente privée, dit statut privilégié ! En établissant une relation de proximité avec vos clients, ces derniers sentent que vous vous souciez d'eux.

Offrez à votre clientèle un accès privilégié à vos nouveaux produits ou à des réductions exceptionnelles. Cette méthode améliore inévitablement leur sentiment de satisfaction envers votre entreprise. Ils auront tendance à consulter régulièrement vos newsletters, à l'affût de bonnes affaires.

7 UNE INNOVATION CONSTANTE

L'étude menée par Blackhawk Network nous apprend que 76% des consommateurs sont fidèles à une marque si elle sait se renouveler : toujours à l'affût des derniers objets tendance, vos clients n'hésiteront pas à se tourner vers vos concurrents si vous ne suivez pas le mouvement.

Pour fidéliser vos consommateurs, ne vous reposez pas sur vos lauriers ! Cherchez comment améliorer vos services et dégotez des produits inédits qu'ils ne trouveront nulle part ailleurs.

8 UNE COMMUNICATION MULTICANALE

À l'ère du numérique, la relation client ne se limite plus au téléphone. La communication est multicanale : SAV en ligne, site internet, réseaux sociaux, chatbots, etc.

Ces canaux permettent aux consommateurs d'interagir en temps réel avec les marques, selon leurs besoins et selon le moment de la journée. Ils peuvent alors obtenir des informations supplémentaires sur un produit, être guidés dans leurs achats ou trouver une solution à un problème.

Soyez partout où vos clients se trouvent pour échanger constamment avec eux, afin de rester dans leur esprit.

9 LA GAMIFICATION

Amenez un peu de jeu dans votre marketing ! La gamification permet de récompenser vos clients à chaque palier d'achat franchi ou au fur et à mesure de sa période d'abonnement. Plus le client est ancien, plus il interagit avec votre marque et plus il est récompensé !

Offres promo, bons d'achat, cadeaux, réductions sur l'abonnement… les récompenses peuvent être nombreuses et variées.

COMMENT RÉUSSIR VOTRE PAGE ENTREPRISE LINKEDIN ?

La page LinkedIn de votre entreprise est vraiment un endroit où vos clients, vos prospects et vos partenaires peuvent aller pour apprendre à connaître un peu plus votre entreprise. C'est un endroit où vous allez pouvoir attirer et communiquer avec toutes ces personnes qui gravitent autour de votre entreprise.

RÉUSSIR VOTRE PROFIL ENTREPRISE LINKEDIN

C'est là que tout commence ! Si créer son profil entreprise est un processus simple, l'optimiser devient crucial. Première étape, le logo et la photo de couverture.

LA PHOTO DE COUVERTURE

C'est ce que les visiteurs verront en premier en accédant à votre page sur LinkedIn.

Contrairement aux autres réseaux sociaux, où un visuel coloré ou la photo de votre équipe fonctionne, sur LinkedIn, vous pouvez être plus sobre.

Une image avec un arrière-plan minimaliste qui fait la promotion de vos services ou qui présente une offre d'emploi est largement suffisante. Pensez à une photo de couverture simple, sans extravagance, mais qui illustre votre activité en un coup d'œil.

LA SECTION "À PROPOS"

Ce n'est pas une biographie mais un bref descriptif de votre entreprise.

Votre profil LinkedIn, et plus particulièrement la section « À propos », est un excellent endroit pour raconter l'histoire de votre marque. C'est ici que vous devez mettre en avant votre proposition de valeur principale ainsi que vos autres propositions de valeur et expliquer brièvement comment vous

faites pour atteindre votre objectif.

Enrichissez-la de mots-clés spécifiques à votre secteur d'activité, avec des informations essentielles sur vos prestations.

LA SECTION "PERSONNES"

Cette partie comporte des statistiques sur vos collaborateurs : leur lieu d'habitation, leurs formations académiques ainsi que leurs rôles et compétences. Leurs profils sont également affichés, afin de permettre à d'éventuels prospects de les contacter directement.

L'objectif de cette section est d'humaniser votre entreprise, tout en valorisant les compétences de votre équipe.

LE CONTENU DE VOTRE PAGE ENTREPRISE LINKEDIN

Sur LinkedIn, vous produisez des contenus qui s'adressent simultanément à vos clients, vos employés, de futures recrues et même vos concurrents. En plus de ce défi s'ajoute le flot de publications dans le flux des utilisateurs.

55 millions d'entreprises sont sur LinkedIn. Vous devez donc produire du contenu qui va vous permettre de vous démarquer.

PROPOSEZ DU CONTENU QUI ENCOURAGE L'INTERACTION

Faites place au débat en posant des questions qui vont susciter des commentaires. Publiez des articles qui incluent des liens vers votre site web ou billet de blog, en ajoutant un call-to-action clair.

Par exemple :

- Pour en savoir plus, cliquez ici !
- Suivez le lien pour tout savoir.
- Téléchargez notre guide !
- Visitez notre site pour…

MONTREZ VOTRE INFLUENCE

Pour attirer des clients potentiels, publiez vos résultats et des études de cas clients.

Pensez aussi à réaliser des vidéos d'événements auxquels vous participez, à partager vos conférences ou webinaire.

De temps à autre, offrez des contenus autres que promotionnels, qui parlent de la culture de votre entreprise, pour jouer sur l'émotion de vos abonnés.

IMPLIQUEZ VOS EMPLOYÉS

Mettez vos collaborateurs en avant sur votre page LinkedIn. Cette pratique permet de mettre en valeur votre côté humain, tout en augmentant la portée de vos publications.

En réalité, en vous servant des contacts de vos employés, vous toucherez plus d'utilisateurs avec vos contenus sur LinkedIn.

On en a parlé plus haut, la vidéo joue un rôle crucial dans la fidélisation et le gain de nouveaux abonnés. De la vidéo éducative aux publicités, vous devez miser sur le contenu vidéo si vous voulez vous faire une place sur LinkedIn.

CRÉEZ UN CALENDRIER ÉDITORIAL

Pour finir, établissez un calendrier de publication pour assurer une présence active sur LinkedIn. Cependant, attention aux heures de publication ! Sur LinkedIn, le flux d'actualité est consulté sur les heures de bureau. Néanmoins, vous devrez faire des tests et analyser vos données pour affiner votre stratégie.

NE PARLEZ PAS QUE DE VOUS

Se mettre en avant, c'est aussi mettre en avant les autres. En marketing de contenu et en particulier sur les réseaux sociaux, même professionnels, il est important de savoir laisser la parole aux autres.

Pour chaque information que vous partagez à propos de vous (ici, à propos de votre entreprise), vous devez partager un contenu qui ne vous concerne pas nécessairement directement.

Partagez des informations concernant votre secteur d'activité, mettez en lumière les profils de vos employés, présentez vos partenaires ou parlez de vos clients satisfaits…

Cela montre que vous restez expert dans votre domaine d'activité et que vous êtes constamment en veille sur ce qui est publié.

APPELS À PROJETS

OPPORTUNITÉS

NEWS

BUSINESS

INNOVATI

Restez à la pointe des dernières tendances en matière d'innovation et d'entrepreneuriat en Afrique

Rejoignez-nous sur Telegram

Startup médias