

Startup

#30
Mai 2024

édia

INNOVATION - ENTR

SUCCESS STORY

BOHENAND FLAN

Manager Solution Innovation
et Communication

NOUS VOULONS
RÉVOLUTIONNER LA
GESTION LOCATIVE ET LA
RECONNAISSANCE DE
DETTE EN CÔTE D'IVOIRE

STARTUP REPORT : RAPPORT SUR LE FINANCEMENT DES START-UPS EN AFRIQUE :
ANALYSE GÉOGRAPHIQUE ET TENDANCES - **COMMUNICATION & MARKETING** :
MARKETING D'INFLUENCE : COMMENT MESURER LE ROI DE VOS CAMPAGNES ?
PORTRAIT : JUNIUS G. GROVES LE 1ER FERMIER NOIR LE PLUS RICHE DES ETATS-UNIS

SOMMAIRE

| | |
|---------------------------|----|
| EDITO | 3 |
| START'UP L'ACTU | 4 |
| LUCARNE | 6 |
| FOCUS | 10 |
| INNOVATION | 16 |
| PORTRAIT | 26 |
| LIFE STYLE | 28 |
| FILE'UP | 30 |
| STARTUP REPPORT | 34 |
| MA BANQUE ET MOI | 36 |
| COMMUNICATION & MARKETING | 40 |
| EVEN'UP | 38 |



DIRECTEUR DE PUBLICATION

Sylvestre Afery

RÉDACTRICE EN CHEF

Mireille Abalé

DIRECTION ARTISTIQUE

Ekissi Romaric

INFOGRAPHIE

Ekissi Romaric

RÉDACTEURS ET CONTRIBUTEURS

Sylvestre Afery

Mireille Abalé

Romaric Ekissi

DISTRIBUTION

STARTUP MÉDIAS GROUP SARL

SHOOTING PHOTO

78 Studio

SERVICE COMMERCIAL

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

STARTUP MEDIA

startupwebzine@gmail.com

EDITO



CHERS LECTEURS,

Nous sommes ravis de vous accueillir dans ce 30e numéro de notre magazine numérique StartUp Médias, un espace dédié à l'innovation, à l'entrepreneuriat et aux évolutions technologiques en Afrique. Ce mois-ci, nous mettons en lumière des acteurs clés et des thématiques cruciales pour notre écosystème en pleine expansion.

En couverture, nous avons l'honneur de présenter Boheland Flan, Manager Pôle Solutions Innovation et Communication de BONPAYEUR.COM. Cette application intuitive révolutionne la gestion locative et la reconnaissance de dette en Côte d'Ivoire. Découvrez comment BONPAYEUR.COM simplifie la vie des propriétaires et des locataires tout en introduisant des pratiques innovantes et transparentes dans le secteur immobilier.

Dans notre rubrique Innovation, nous mettons en avant Norat Monet, lauréate du prix coup de cœur Digital Energy lors du Challenge App Afrique 2024. Norat Monet nous parle de son projet révolutionnaire GreenEd, une application mobile de formation en énergies vertes. Apprenez-en plus sur son parcours inspirant et sur la manière dont elle contribue à la promotion de l'énergie verte en Afrique. Nous vous proposons également un

rapport détaillé sur le financement des startups en Afrique. Ce dossier vous donnera un aperçu des tendances actuelles, des défis et des opportunités qui façonnent le paysage du financement des startups sur notre continent.

Par ailleurs, nous avons préparé un dossier spécial sur l'utilisation des smartphones en Afrique subsaharienne en 2024 et son impact sur l'économie numérique. Cette analyse vous permettra de comprendre comment la croissance exponentielle des connexions mobiles transforme notre environnement technologique et ouvre de nouvelles perspectives pour les startups et les entrepreneurs africains.

Chaque numéro de StartUp Médias est conçu pour informer, inspirer et soutenir les entrepreneurs de notre continent. Nous espérons que vous trouverez ce numéro enrichissant et stimulant. Nous vous invitons à explorer ces histoires fascinantes et à continuer de nous suivre pour rester à l'avant-garde de l'innovation en Afrique.

Bonne lecture et à très bientôt pour de nouvelles aventures entrepreneuriales !

*Sylvestre Afery
Fondateur de StartUp Médias*



Start'Up Média

@StartupWebzine · Société de médias/d'actualités

WhatsApp

Accueil Services Avis Photos Plus ▾

J'aime déjà

Message



Articles

Voir tout

#INNOVATION

Amazon.co.za a été lancé en Afrique du Sud , offrant aux clients une nouvelle expérience d'achat en ligne avec des options de livraison le jour même et le lendemain et un suivi via WhatsApp.



13

9 commentaires 1 partages

J'aime

Commenter

Partager

CROISSANCE

FairMoney , la première néobanque d'Afrique, est reconnue par le Financial Times comme l'une des entreprises à la croissance la plus rapide du continent .

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 · 🌐



#AGRITECH

La startup kényane d'agritech iProcure , qui avait précédemment levé 17,2 millions de dollars de financement, a déposé son bilan le 26 avril après avoir eu du mal à obtenir des capitaux supplémentaires auprès des investisseurs.



J'aime

Commenter

Partager



Start'Up Média

20 juillet, 21:18 · 🌐



#FINANCEMENT

D.light a obtenu 3,4 millions de dollars pour fournir 10 000 systèmes solaires domestiques subventionnés aux réfugiés du nord et de l'ouest de l'Ouganda.



Alertes

Voir tout

#ELECTRICITE

Le Nigeria réduit ses ventes d'électricité à ses voisins pour stimuler l'approvisionnement national

👍❤️😬 139 49 commentaires 1 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

#INNOVATION

La start-up technologique lozera, prévoit d'établir un centre de données de 386 MW et un centre d'intelligence artificielle au Maroc, avec un investissement de 500 millions de dollars.

👍❤️😬 331 529 commentaires 7 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

#CONNECTIVITE

Les responsables du Botswana ont rencontré l'unité Starlink de SpaceX pour discuter de l'expansion de la connectivité.

👍❤️😬 13 9 commentaires 1 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

#FINANCEMENT

La start-up fintech B2B basée en Égypte, Swypex, a obtenu un financement de démarrage de 4 millions de dollars dirigé par Accel.

👍❤️😬 13 9 commentaires 1 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

#PARTENARIAT

Smart Africa a signé un accord de partenariat avec GITEX Africa pour organiser la deuxième formation ministérielle entre pairs.

👍❤️😬 19 6 commentaires 2 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

#APP

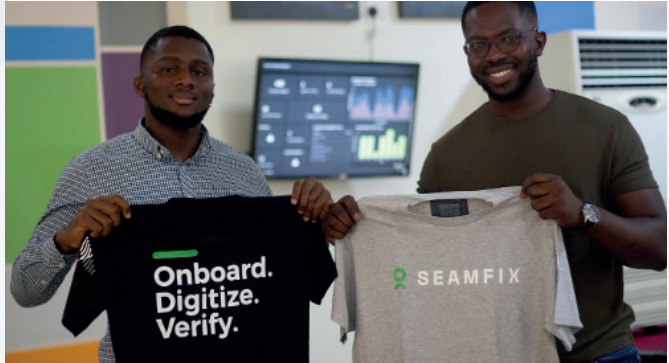
Korire une nouvelle application de covoiturage fait son entrée sur le marché ivoirien et togolais.

👍❤️😬 19 6 commentaires 2 partages

Start'Up Média
2 min · 🌐

#LEVEE DE FONDS

Seamfix, un fournisseur de solutions d'identité numérique, a levé 4,5 millions de dollars auprès d'Alitheia IDF pour étendre ses services à travers l'Afrique, en ciblant le Ghana, le Kenya, l'Afrique du Sud, l'Éthiopie et l'Ouganda.



👍❤️😬 2 393 1 941 commentaires 21 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Les plus pertinents ▾

Start'Up Média Votre commentaire... 😊 📷 GIF 🗨️

Voir les commentaires

Start'Up Média
2 min · 🌐

#FERMETURE

Microsoft ferme son Centre de développement pour l'Afrique à Lagos, au Nigeria, affectant le personnel qui peut recevoir des salaires jusqu'en juin et des prestations de santé.

👍❤️😬 930 1 287 commentaires 5 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Start'Up Média
2 min · 🌐

#FINANCEMENT

La startup fintech basée en Égypte, MNZL, a obtenu 3,5 millions de dollars dans le cadre d'un cycle de financement de démarrage dirigé par P1 Ventures.



DÉCOUVREZ LES 20 FINTECH DU PROGRAMME D'ACCÉLÉRATION DE VISA (2^E COHORTE)



20 fintech africaines vont bénéficier du programme d'accélération de VISA. Ce programme, lancé en juin 2023, s'inscrit dans la mission de Visa d'accélérer l'innovation financière sur le continent en offrant un mentorat et une formation personnalisée aux startups fintech de série A.

VISA continue de jouer un rôle clé dans l'innovation financière en Afrique avec l'annonce des 20 startups sélectionnées pour la deuxième cohorte de son programme Africa

Fintech Accelerator. Ce programme offre en effet 12 semaines de mentorat one-to-one et de formation personnalisée, fournissant aux startups des opportunités exclusives d'accès au financement, au développement et aux ressources nécessaires pour réussir. Cette initiative reflète l'engagement continu de Visa à soutenir l'économie numérique en Afrique, avec un investissement promis d'un milliard de dollars d'ici 2027 pour transformer l'écosystème des paiements.

LES STARTUPS DE LA COHORTE 2

Les startups sélectionnées pour cette deuxième cohorte opèrent dans 28 pays africains, marquant une augmentation significative par rapport aux 18 pays représentés dans la première cohorte. Voici la liste des startups présélectionnées et leurs domaines d'intervention :

CHAPA (ÉTHIOPIE): SOLUTIONS POUR LES COMMERÇANTS

Chapa est une solution fintech développée par une jeune pousse éthiopienne du même nom. Elle permet aux entreprises et aux organisations basées dans l'ancienne Abyssinie de recevoir des paiements en ligne internationaux depuis n'importe quelle destination.

les canaux USSD, Airtime, paiements mobiles, SMS, WhatsApp, Facebook et Instagram pour engager, vérifier, authentifier, notifier ou payer les clients.

CHECKUPS MEDICAL HUB (KENYA) : FINANCE INTÉGRÉE (SANTÉ)

CheckUps Medical Hub est une startup qui offre des services de soins gérés entre 50 et 200 dollars par an aux travailleurs du secteur informel et aux personnes âgées.

BIZAO (CÔTE D'IVOIRE) : SOLUTION DE PAIEMENT MARCHAND

Bizao est une Fintech pionnière dans la construction et l'exploitation d'une plateforme de services financiers révolutionnaire, offrant aux entreprises basées en Afrique une solution complète pour accepter divers moyens de paiement.

AZAMPAY (TANZANIE) : MARCHÉ B2B

AzamPay est spécialisé dans le développement de solutions de gestion de paiement en ligne de bout en bout pour les entreprises opérant en Afrique de l'Est.

HUB2 (CÔTE D'IVOIRE) : ENABLER INFRASTRUCTURE

Présente en Côte d'Ivoire depuis 3 ans, HUB2 est une fintech spécialisée dans la digitalisation des moyens de paiement.

BEEM (TANZANIE): COMMERCE SOCIAL

Beem propose une plateforme de communication omnicanal qui rassemble

IWOMI TECHNOLOGIES (CAMEROUN)

IWOMI Technologies propose des solutions fintech pour l'inclusion financière, notamment des paiements en ligne et des API de paiement de factures.

PROBOUTIK (CAMEROUN)

Proboutik est une solution fintech

développée par la start-up sénégalaise ProXalys. Elle permet aux commerçants de proximité, opérant généralement dans le secteur informel, de numériser leurs opérations financières.

VAULTPAY (RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO) : SOLUTION DE PAIEMENT MARCHAND

VaultPay est une plateforme permettant aux institutions financières de transformer des entreprises locales en agents bancaires. Imaginez une épicerie dans une région minière africaine isolée

MOI (NIGERIA) PAIEMENT

Aku est une technologie financière visant à favoriser l'inclusion financière sur un seul appareil mobile. Ils effectuent des paiements et apportent des services financiers à domicile.

CLEVA (NIGERIA) INTERNATIONAL PAIEMENT

Cleva permet aux indépendants et aux entreprises africaines de recevoir un paiement international pour leurs services, tout en se protégeant de la volatilité des devises locales.

CURACEL (NIGÉRIA) INSURTECH/ IA

Curacel, avec son infrastructure alimentée par l'IA, révolutionne le paysage de l'assurance. Ses API avancées facilitent l'intégration sans faille pour les assureurs avec des réseaux de distribution numérique, améliorant leur capacité à gérer les réclamations avec

une efficacité sans précédent.

E-DOC EN LIGNE (NIGERIA): OPEN BANKING

E-doc Online est une société d'IA fintech qui fournit aux organisations les données nécessaires à la conformité réglementaire, à l'accès au marché et aux vérifications de crédit. E-doc a son siège au Royaume-Uni et opère actuellement au Nigeria.

RAENEST (NIGERIA): MOUVEMENT D'ARGENT

Raenest aide les travailleurs à distance et les indépendants à automatiser la facturation et à être payés plus rapidement par les clients du monde entier tout en économisant sur les frais via ses comptes et cartes Raenest Global.

BRIDGECARD (NIGERIA): ENABLER INFRASTRUCTURE

Bridgecard fusionne les cartes, les comptes bancaires et les portefeuilles fintech d'un utilisateur en une seule carte et une application, permettant aux utilisateurs d'effectuer des transactions en ligne, de payer des factures et de retirer de n'importe quel compte lié.

TRUZO (AFRIQUE DU SUD) : SERVICES D'ENTIERCEMENT

Solution de dépôt numérique qui crée la confiance entre étrangers lors de l'achat et de la vente de biens ou de services en ligne. Truzo sécurise les fonds et régule les transactions entre les parties, avec des processus rigoureux de vérification et de conformité



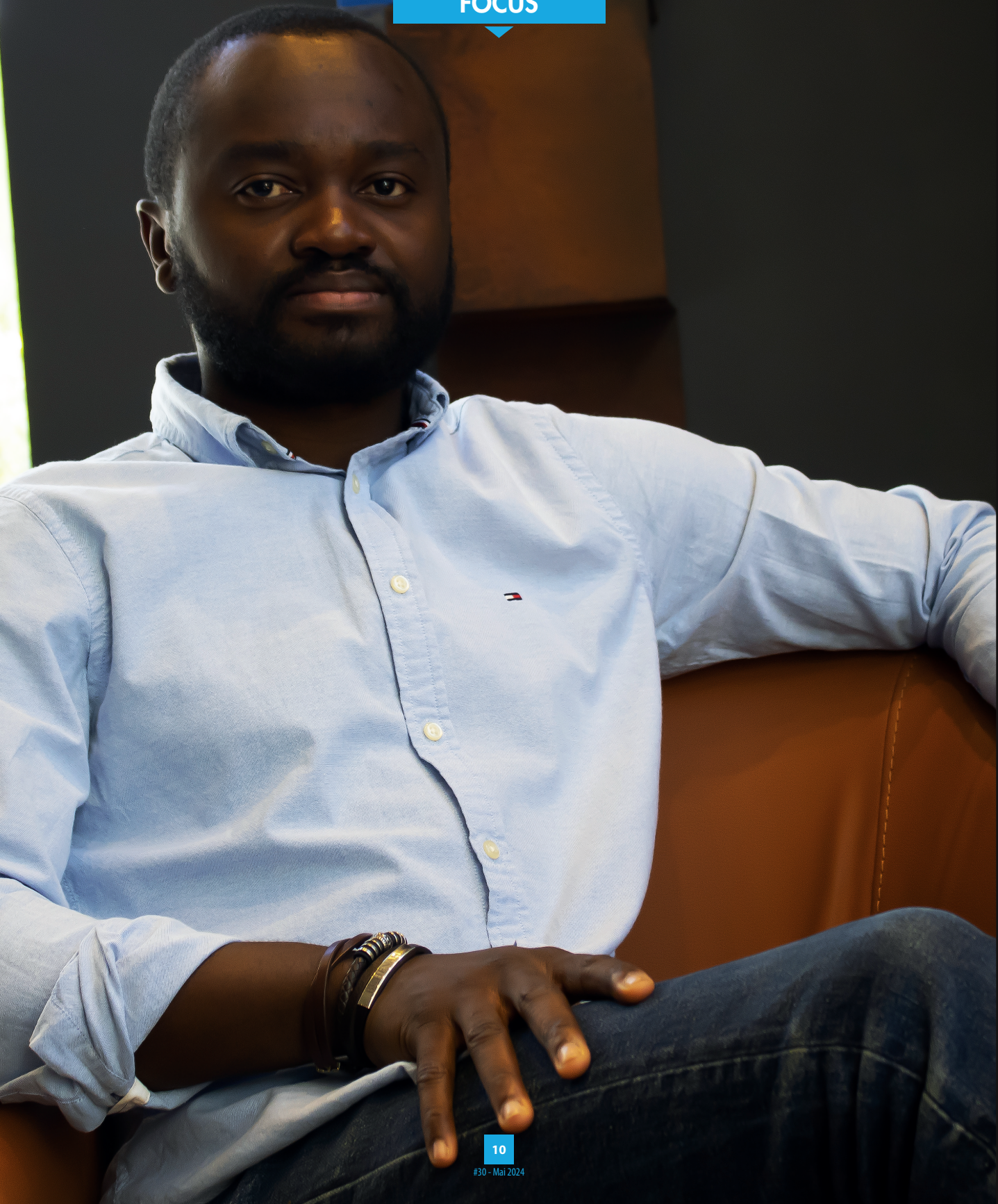
BonPayeur, l'application tout en 1

BonPayeur vous permet de:

- Formaliser vos reconnaissances de dettes
- Payer votre loyer avec votre téléphone.
- Avoir une prise en charge en cas de sinistre
- Noter les utilisateurs et vérifier leur honorabilité avant chaque transaction



FOCUS



BOHENAND FLAN

Manager Solution Innovation et Communication



BONPAYEUR : L'APPLICATION QUI VIENT RÉVOLUTIONNER LA GESTION LOCATIVE ET LA RECONNAISSANCE DE DETTE EN CÔTE D'IVOIRE

BonPayeur est un produit de Khaoka, une startup ivoirienne. L'application vise à transformer la gestion locative et la reconnaissance de dette en Côte d'Ivoire grâce à une application web et mobile. Cette plateforme a été inspirée par les expériences personnelles et les défis auxquels de nombreux Ivoiriens sont confrontés quotidiennement. Dans cette interview, nous explorons l'origine de BonPayeur, ses fonctionnalités, ses avantages et les défis auxquels elle fait face.

NOUS PERMETTONS À TRAVERS NOTRE APPLICATION DE FORMALISER DES ACCORDS DE RECONNAISSANCE DE DETTE



Pouvez-vous nous parler de l'inspiration derrière la création de BonPayeur et comment est née l'idée ?

BonPayeur est le fruit des expériences que nous avons vécues et nous en sommes convaincus, la grande majorité des Ivoiriens. Nous avons observé ou peut-être été victime de la mauvaise foi des personnes avec qui nous contractualisons. Dans le domaine de l'immobilier par exemple, en tant que propriétaire ou gestionnaire de biens immobiliers, nous avons parfois fait face à des locataires qui cumulent des arriérés de loyers. Ils décident de ne pas solder leurs arriérés et se tournent vers d'autres propriétaires ou gestionnaires de biens immobiliers en faisant croire qu'ils sont solvables. Dans la vie courante, nous avons déjà eu à répondre à des sollicitations de proches en leur prêtant de l'argent. Ces coups de pouce accordés à nos proches donnent parfois lieu à des querelles parce que les débiteurs décident parfois volontairement de faire traîner les remboursements en se disant 'ça n'ira pas quelque part' ou 'c'est à cause de 5,000 frs tu me poursuis ...'. Partant de ce vécu, nous avons décidé d'apporter une réponse en proposant une solution qui viendra réduire considérablement le non-respect des engagements.

Comment BonPayeur simplifie la gestion locative pour les propriétaires et les gestionnaires de biens immobiliers ?

A l'aide d'une application web et mobile, BonPayeur permet à ceux-ci, en quelques clics, de générer un contrat de bail en version électronique, disponible dans leurs espaces. En outre, quelques jours avant chaque échéance de paiement de loyer, le système envoie des alertes au locataire, lui rappelant ses obligations. À la date d'échéance, le locataire paie son loyer avec l'application BonPayeur via les moyens de paiements traditionnels. À ce jour, nous avons Wave de disponible et Orange Money en cours d'implémentation dans l'application. À court terme, nous aurons toute la panoplie des moyens de paiements dont les paiements par carte bancaire. Après paiement de l'échéance de loyer, le système génère automatiquement une quittance qui reste disponible dans l'espace personnel du locataire. BonPayeur permet donc aux propriétaires, gestionnaires de biens de disposer d'un outil qui leur permettra de centraliser leurs gestions via un espace personnel. Par ailleurs, pour le compte de notre produit BonPayeur, nous avons conclu un partenariat stratégique avec Leadway

Assurance. Cette collaboration utile dans le domaine immobilier permettra aux locataires, en cas de sinistre, de voir leur loyer garanti aux propriétaires sur une période pouvant aller de 6 à 12 mois.



Quels sont les avantages de l'utilisation de BonPayer par rapport aux méthodes traditionnelles de gestion locative ?

Outre les avantages énoncés plus haut, BonPayer c'est aussi un système de notation. Il va permettre de se faire une idée de l'honorabilité des personnes avec qui nous contractualisons. Dans le cadre de la gestion immobilière,

le locataire dispose au départ d'un capital de 5 points. À la fin de chaque échéance de paiement, s'il paie son loyer à bonne date, son capital de point demeure inchangé. En cas de retard ou de non-paiement du loyer, sa note commence à se dégrader et ledit locataire est considéré comme un mauvais payeur. À terme, il sera possible pour le propriétaire ou le gestionnaire de bien, de faire une vérification sur les futurs candidats à la prochaine location, en consultant la base de données BonPayer pour connaître les antécédents du potentiel locataire : dans le passé, a-t-il payé régulièrement son loyer ? A-t-il des dettes de loyer ailleurs ? BonPayer devient par conséquent un outil d'aide à la décision pour les propriétaires, gestionnaires de biens et tout utilisateur de l'application.

Quels sont les principaux défis auxquels BonPayer fait face dans la gestion locative ?

Le principal défi pour nous, c'est de fédérer les propriétaires, gestionnaires de biens et tout le monde autour de BonPayer, parce que c'est d'abord un outil pour eux. C'est avec leur concours que nous réussissons à créer cette grande base de données qui leur sera utile dans leur prise de décision quotidienne.



Comment BonPayeur fait face à la gestion des reconnaissances de dette ?

Lorsque les deux parties se mettent d'accord sur le montant de la somme à emprunter, nous leur permettons à travers notre application mobile de formaliser cet accord qui se matérialise par :

- La mise en place d'une reconnaissance de dette électronique
- La mise en place d'un échéancier le cas échéant
- La mise en place d'un suivi dynamique
- La mise en place d'une sanction positive ou négative à la fin de chaque transaction (notation)

Utilisant le même principe dans le cadre de la gestion locative, il sera possible pour aux utilisateurs de consulter le profil des personnes sollicitant un coup de pouce afin de s'assurer de l'honorabilité des ceux-ci.

Quels sont les prochains développements ou projets à venir pour BonPayeur ?

Dans le souci constant d'apporter des solutions à notre quotidien, nous avons déjà identifié certaines fonctionnalités qui seront disponibles dans les prochains développements de BonPayeur. À très vite sur votre application BonPayeur.

LA COLLABORATION AVEC LEADWAY ASSURANCE GARANTIT LES LOYERS EN CAS DE SINISTRE



NORAT MONET

Lauréate du prix «Coup de cœur Digital Energy»
lors du Challenge App Afrique 2024: Innover pour
une Afrique durable



**L'AVENIR DE L'ÉCONOMIE
CIRCULAIRE EN AFRIQUE
EST TRÈS PROMETTEUR,
NOTAMMENT EN RAISON
DE LA JEUNESSE DE SA
POPULATION ET DE SON
POTENTIEL D'INNOVATION**





Nora Monnet est une Rudologie spécialisée en Économie Circulaire avec 7 ans

d'expérience dans ce domaine. Titulaire d'un Master 2 en Management et Ingénierie des déchets en économie circulaire, elle a commencé sa carrière dans un bureau d'études parisien spécialisé dans la collecte des déchets et la propreté urbaine. Elle poursuit sa carrière en Côte d'Ivoire où elle se consacre au développement de l'économie circulaire, tant au niveau municipal que national. C'est alors qu'elle participe à plusieurs études stratégiques et accompagne de nombreux acteurs du secteur privé et de la société civile dans le domaine de l'économie circulaire.

Elle a fondé un cabinet de formation en gestion des déchets Africa Waste consulting en 2020, a commencé à former en langue local en 2024, c'est ainsi que l'idée d'avoir un produit spécialement dédié à la formation en langues locales utilisant le digital lui

est apparu comme une évidence et un besoin surtout en dehors des grandes villes ivoiriennes. Le projet propose des formations en biocharbon, biogaz, et installation de maintenance de panneaux solaires.

Ses domaines d'expertise incluent la collecte et l'analyse de données, la communication, le développement de réseaux, le partage de connaissances et le renforcement des capacités en économie circulaire, le dimensionnement des services de collecte, la cartographie. Aujourd'hui, Nora travaille à accompagner 18 pays d'Afrique francophone dans la promotion de l'économie circulaire en tant que coordinatrice régionale Afrique francophone pour la fondation African Circular Economy Network. De plus, elle est membre bénévole du chapitre ivoirien du réseau ACEN et membre du board de Ivoirian Woman of circularity. Elle a été lauréate du prix «Coup de cœur Digital Energy» lors du Challenge App Afrique 2024.

Dans cet entretien, elle nous parle de son engagement dans la promotion des langues locales, de son projet novateur GreenEd, et des défis qu'elle rencontre dans la sensibilisation à l'économie circulaire sur le continent.

CE PRIX A NON SEULEMENT RENFORCÉ MA VISIBILITÉ MAIS A AUSSI ATTIRÉ L'INTÉRÊT DE PARTENAIRES POTENTIELS ET DE BAILLEURS DE FONDS



Pourquoi avez-vous décidé de vous lancer dans la formation en langues locales et comment ce projet s'intègre-t-il dans votre vision de promouvoir l'économie circulaire ?

Nous avons décidé de lancer des formations en langues locales pour plusieurs raisons. D'abord, en Côte d'Ivoire, bien que nous soyons un pays francophone, seulement 34% de la population parle couramment le français selon l'Organisation internationale de la Francophonie. De plus, selon l'UNESCO, environ 49% de la population ne maîtrise pas l'alphabet. Ces statistiques montrent clairement que la langue peut être un obstacle majeur à la communication et à l'éducation, surtout dans les zones rurales.

Dans le contexte des changements climatiques et de la nécessité urgente de réduire les émissions de gaz à effet de serre, il est impératif de modifier

nos habitudes, notamment en matière de consommation énergétique. La déforestation est un problème majeur, exacerbé par l'utilisation du bois comme source d'énergie principale. Il est donc crucial de trouver des alternatives durables et de développer des compétences dans ces domaines.

L'IDÉE EST DE RENDRE LA FORMATION SUR LES ÉNERGIES VERTES PLUS ACCESSIBLE ET PERTINENTE POUR LES POPULATIONS DIVERSES DU CONTINENT

Je crois que pour encourager une véritable transformation comportementale en prenant en compte la résistance aux changements, il est essentiel que le développement de compétences se fasse dans la langue maternelle des apprenants. Cette démarche est d'autant plus essentielle que les populations rurales sont souvent les plus touchées par les impacts des pratiques non durables, mais également les moins informées et formées sur les solutions alternatives disponibles.

En utilisant des langues locales pour la formation, nous brisons les barrières linguistiques et la rendons accessible à tous, ce qui est crucial pour une transformation inclusive et un développement économique. En somme, en alignant nos programmes

de formation avec les besoins linguistiques et culturels spécifiques des communautés locales, nous renforçons non seulement leur capacité à contribuer à une économie circulaire, mais également à créer un modèle durable de développement qui peut être répliqué à travers d'autres régions d'Afrique. Par conséquent, mon engagement dans la formation en langues locales est un pilier central de notre stratégie pour promouvoir l'économie circulaire. Il s'agit d'une approche qui respecte la diversité culturelle et linguistique de notre pays et qui reconnaît que le développement durable doit être accessible à tous pour être véritablement efficace.

Pouvez-vous nous en dire plus sur votre projet GreenEd et comment il contribue à l'innovation dans le domaine de l'énergie verte en Afrique ?

GreenEd est une application mobile de formation qui vise à démocratiser l'accès à la compétence sur les énergies vertes en Côte d'Ivoire. En utilisant des technologies numériques pour offrir des cours interactifs, des tutoriels vidéo, et des jeux en langues locales, GreenEd innove dans la manière d'offrir des compétences aux communautés sur les énergies vertes. Cette approche permet non seulement de surmonter les défis de l'analphabétisme, mais aussi de stimuler une adoption plus large des technologies vertes à travers le continent.

Quels sont les principaux défis auxquels vous avez été

confrontée dans votre travail de promotion de l'économie circulaire en Afrique ?

En tant que coordinatrice régionale Afrique francophone pour la fondation African Circular Economy Network, mes priorités et objectifs à moyen terme sont centrés sur la sensibilisation et le soutien des pays de la région dans l'élaboration de leurs feuilles de route nationales pour l'économie circulaire. Actuellement, nous accompagnons 5 pays africain dans ce processus, mais notre objectif est d'étendre cette initiative à tous les gouvernements francophones. Nous voulons souligner l'importance d'avoir une vision nationale claire et des plans d'action structurés pour faciliter une transition efficace vers l'économie circulaire. Cela implique non seulement de promouvoir les principes de l'économie circulaire, mais aussi de collaborer étroitement avec les acteurs gouvernementaux pour développer des stratégies qui intègrent les spécificités locales et maximisent les impacts socio-économiques et environnementaux positifs. De ce fait, le développement de compétences est un facteur clé de la transition vers l'économie circulaire. En tant que spécialiste en économie circulaire depuis 2018, le défi principal auquel je suis confrontée est de sensibiliser les personnes au concept et de les encourager à expérimenter des modèles simples pour en constater l'impact. En effet, il y a souvent une forte réticence au changement, principalement due à un manque d'information et de sensibilisation. Les gens hésitent à faire des efforts pour réduire leur impact environnemental négatif, car ils ne perçoivent pas toujours l'idée des avantages économiques à long terme et

privilégient les bénéfices immédiats et directs

Comment voyez-vous l'avenir de l'économie circulaire en Afrique et quel rôle pensez-vous que les technologies numériques joueront dans son développement ?

L'avenir de l'économie circulaire en Afrique est très prometteur, notamment en raison de la jeunesse de sa population et de son potentiel d'innovation. Je vois une progression rapide vers des pratiques plus durables, avec des économies qui intègrent de plus en plus les principes de réduction, de réutilisation et de recyclage des ressources. Cette transformation sera essentielle pour répondre aux défis environnementaux et économiques spécifiques du continent, comme la gestion des déchets et la sécurité alimentaire.

Les technologies numériques joueront un rôle crucial dans ce développement. Elles offrent des outils puissants pour optimiser les chaînes de valeur, améliorer la traçabilité des ressources, et faciliter l'échange d'informations entre les différents acteurs de l'économie circulaire. Par exemple, les plateformes de données peuvent aider à cartographier les flux de matériaux et à identifier les opportunités de synergie entre entreprises. Les applications mobiles et les innovations dans les fintech peuvent également permettre aux petites entreprises et aux consommateurs d'accéder plus facilement à des marchés circulaires, améliorant ainsi la participation locale et l'efficacité économique.

En outre, l'intelligence artificielle et l'analyse de données peuvent aider à prévoir les tendances de consommation et à adapter les processus de production en conséquence, minimisant ainsi les déchets et maximisant l'utilisation des ressources. Ces technologies, en facilitant une meilleure compréhension et gestion des cycles de vie des produits, permettront aux pays africains de faire des bonds significatifs vers une économie plus circulaire et résiliente.

Quels sont vos projets futurs et ambitions personnelles dans le domaine de l'économie circulaire et de l'innovation en Afrique ?

Mes projets futurs et ambitions personnelles dans le domaine de l'économie circulaire et de l'innovation en Afrique sont axés sur l'expansion et l'approfondissement de l'impact de nos initiatives existantes, tout en explorant de nouvelles avenues pour accroître la durabilité. À travers le projet GreenEd, par exemple, j'envisage d'élargir notre portée en développant du contenu accessible hors ligne. Cette initiative est particulièrement cruciale pour atteindre les communautés rurales et isolées où l'accès à Internet est limité, permettant ainsi une plus grande inclusivité dans l'éducation à l'environnement et aux énergies renouvelables.

De plus, nous prévoyons d'intégrer plusieurs langues locales dans le contenu de GreenEd, non seulement pour couvrir une plus grande partie de la population ivoirienne, mais aussi pour étendre notre intervention à d'autres pays africains. L'idée est de rendre la formation sur les énergies vertes plus accessible et

pertinente pour les populations diverses du continent, en prenant en compte les spécificités linguistiques et culturelles de chaque région.

En parallèle, j'ambitionne de collaborer avec des partenaires technologiques pour développer des solutions innovantes qui peuvent soutenir la mise en œuvre de l'économie circulaire à une échelle plus large. Cela pourrait inclure le développement de plateformes numériques pour faciliter le recyclage des ressources ou des applications qui encouragent la consommation responsable et le partage de ressources.

Félicitations pour avoir remporté le prix «Coup de cœur Digital Energy» avec votre projet GreenEd lors du Challenge App Afrique 2024 ! Pouvez-vous nous en dire plus sur ce projet et comment il contribue à promouvoir l'énergie verte en Afrique ?

Merci beaucoup ! GreenEd est un projet passionnant qui vise à transformer la manière dont les communautés rurales en Afrique accèdent à l'éducation sur les énergies renouvelables et la gestion environnementale. L'idée est née de la constatation que, malgré l'abondance de ressources renouvelables comme le soleil et le vent, l'accès à des informations de qualité sur la façon d'exploiter ces ressources reste limité, surtout dans les zones rurales où l'analphabétisme et les barrières linguistiques peuvent être des obstacles majeurs. Rempporter ce prix lors du Challenge





App Afrique 2024 a été une formidable reconnaissance qui valide l'importance. Ce prix a non seulement renforcé ma visibilité mais a aussi attiré l'intérêt de partenaires potentiels et de bailleurs de fonds, ce qui est crucial pour le développement et la durabilité du projet. Avec cet appui renforcé, nous envisageons de développer davantage l'application, d'élargir notre portée à plus de communautés et de continuer à innover dans les solutions que nous proposons.

Quel impact pensez-vous que ce prix aura sur le développement de GreenEd et sur votre travail dans le domaine de l'énergie verte

en Afrique ?

L'obtention de ce prix prévoit un accompagnement octroyé par le programme Digital Energy Facilities de l'Union européenne. Il marque un tournant significatif pour GreenEd, non seulement en termes de reconnaissance mais également en termes de ressources; en effet, cet appui vient renforcer nos capacités à développer et à déployer l'application mobile de manière plus efficace. Grâce à l'accompagnement fourni, qui englobe un support technique et stratégique, nous serons en mesure d'optimiser notre plateforme pour qu'elle réponde mieux aux besoins spécifiques des utilisateurs en Afrique, en particulier dans les communautés rurales où l'accès à la technologie est souvent limité; cette assistance est cruciale, car elle nous permettra de peaufiner nos stratégies d'engagement utilisateur et d'interaction avec le marché. La subvention reçue, quant à elle, jouera un rôle crucial dans l'élargissement de notre impact sur le terrain: elle facilitera l'entrée de GreenEd sur le marché en réduisant les obstacles financiers souvent rencontrés par les startups technologiques dans les économies en développement et en nous permettant de mettre en œuvre des campagnes de sensibilisation et d'éducation environnementale plus étendues et plus efficaces. En somme, ce prix est non seulement un gage de confiance dans la viabilité de notre projet mais il constitue aussi un catalyseur qui accélère notre mission de promouvoir des solutions d'énergie verte, en harmonie avec les aspirations de développement durable de la région.

Comment envisagez-vous d'utiliser cette

reconnaissance pour renforcer votre engagement en faveur de l'innovation et de la durabilité environnementale en Afrique ?

Nous profiterons de cette reconnaissance pour accroître notre visibilité à travers des campagnes de communication ciblées. Cela inclura des articles de presse, des participations à des conférences environnementales, et une présence active sur les réseaux sociaux. Chaque interaction sera l'occasion de mettre en avant notre engagement pour les énergies renouvelables et l'économie circulaire, attirant ainsi l'attention du public, des médias, et d'éventuels investisseurs ou partenaires.

L'objectif est également de créer et de renforcer une communauté de praticiens, d'utilisateurs, d'entrepreneurs, et de passionnés de durabilité. Nous organiserons des webinaires, des ateliers et des forums de discussion pour faciliter le partage de connaissances et d'expériences, et pour encourager le networking entre membres de la communauté. Ces interactions aideront à solidifier une base de soutien engagée, essentielle pour le succès à long terme de nos initiatives.

Cette reconnaissance nous ouvre des portes pour former des partenariats stratégiques avec des institutions, des entreprises, et des ONG qui partagent nos valeurs. Ces collaborations permettront d'échanger des ressources, de co-créeer des contenus, et de multiplier les initiatives en faveur de l'économie circulaire et des énergies renouvelables. Chaque partenariat sera une pierre de plus à l'édifice de notre

mission.

En somme, ce prix «Coup de cœur Digital Energy» n'est pas seulement une reconnaissance de notre travail jusqu'ici; c'est un levier puissant qui va catalyser notre impact, renforcer notre notoriété et solidifier une communauté engagée autour de la transition énergétique et de l'économie circulaire en Afrique.

**GREENED EST
UNE APPLICATION
MOBILE DE
FORMATION
QUI VISE À
DÉMOCRATISER
L'ACCÈS À LA
COMPÉTENCE SUR
LES ÉNERGIES
VERTES EN CÔTE
D'IVOIRE**



JUNIUS G. GROVES LE 1^{ER} FERMIER NOIR LE PLUS RICHE DES ETATS-UNIS

Né esclave le 12 avril 1859 dans le comté de Green, Kentucky, Junius G. Groves est devenu l'un des hommes afro-américains les plus prospères du début du XXe siècle. Autodidacte, fermier accompli, propriétaire terrien et entrepreneur, Groves a surmonté d'innombrables obstacles pour bâtir une fortune impressionnante. Ses parents, Martin Groves et Mary Anderson Groves, l'ont vu naître dans des conditions de servitude, mais deux décennies plus tard, après avoir été libéré, il ne possédait que quatre-vingt-dix centimes lorsqu'il a entrepris son voyage vers l'est du Kansas, dans le cadre du mouvement Exoduster des ex-esclaves du Sud.

Groves a commencé par pratiquer le métayage près d'Edwardsville, Kansas. En 1880, il a épousé Matilda E. Stewart de Kansas City, Missouri, et quelques années plus tard, ils ont commencé à acheter leurs propres terres. Le succès de Groves repose en grande partie sur ses quarante-six années de dévouement à la science de l'agriculture. En 1902, il a été couronné «Roi de la Pomme de Terre du Monde» pour avoir cultivé le plus grand nombre de boisseaux de pommes de terre par acre.

Outre la production de pommes de terre, Groves s'est lancé dans l'achat et l'expédition de fruits et légumes à travers les États-Unis, le Mexique et le Canada. La famille possédait également un magasin de marchandises générales à Edwardsville, des actions dans des mines en Territoire Indien et au Mexique, des parts dans des banques du Kansas et une participation majoritaire dans la Kansas City Casket and Embalming Company.

Junius Groves a cofondé la State Negro Business League et en est devenu le Président. Il a également fondé la Pleasant Hill Baptist Church Society en 1886. En 1890, il a été élu secrétaire de la Kaw Valley Potato Association et en 1910, vice-président de la Sunflower State Agricultural Association, cofondant ces organisations respectivement.

Groves a dépassé la parité financière avec la plupart des Blancs de son époque au Kansas et a combattu le racisme par l'exemple, offrant des opportunités économiques à des travailleurs noirs et blancs, en mettant particulièrement l'accent sur l'élévation de sa race. Pendant la saison agricole intense, il employait jusqu'à cinquante ouvriers, majoritairement noirs. Il a fondé Groves Center, une communauté afro-américaine près d'Edwardsville, au début des années 1900, et a même établi un terrain de golf pour les Afro-Américains, peut-être le premier aux États-Unis.

Junius Groves était l'un des Afro-Américains les plus riches du pays au début du XXe siècle. En 1904, sa fortune était estimée à 80 000 dollars et à 300 000 dollars en 1915. La demeure familiale, un manoir de 22 pièces en brique, équipé de lumières électriques, de deux téléphones et d'eau chaude et froide dans toutes les chambres, était la plus grande de la région et possédait sa propre voie ferrée. Junius Groves est décédé à Edwardsville en 1925. En 2007, ses descendants, le musée de la colonie Votaw et la ville d'Edwardsville l'ont honoré, et il a été intronisé au Hall of Fame du Bruce W. Watkins Cultural Heritage Center à Kansas City, Missouri.

LA ROUTINE MATINALE DES LEADERS INSPIRANTS

UN SECRET DE PRODUCTIVITÉ

La façon dont vous commencez votre journée peut avoir un impact significatif sur votre productivité et votre bien-être. Les leaders et les entrepreneurs les plus accomplis le savent bien et adoptent des routines matinales rigoureusement planifiées pour maximiser leur potentiel. Voici un aperçu de ce que les routines matinales de certains des leaders les plus inspirants ont en commun et comment vous pouvez les intégrer dans votre propre vie

1. RÉVEIL MATINAL

De nombreux leaders, comme Tim Cook, PDG d'Apple, et Howard Schultz, ancien PDG de Starbucks, se lèvent bien avant l'aube, souvent entre 4h et 5h du matin. Ce moment de tranquillité avant que le monde ne se réveille leur permet de se concentrer sur leurs priorités sans distraction.

Conseil : Essayez de vous réveiller une heure plus tôt que d'habitude pour avoir du temps pour vous avant que les obligations de la journée ne commencent.

2. ACTIVITÉ PHYSIQUE

L'exercice physique est un élément clé de la routine matinale de nombreux leaders. Barack Obama commence sa journée avec une séance de cardio et de musculation. L'exercice aide à augmenter les niveaux d'énergie, à améliorer l'humeur et à préparer l'esprit pour les défis de la journée.

Conseil : Intégrez au moins 30 minutes d'exercice dans votre routine matinale, que ce soit du yoga, une séance de gym ou une simple promenade.

3. MÉDITATION ET MINDFULNESS

La méditation est une pratique courante chez les leaders comme Oprah Winfrey et Jeff Weiner, PDG de LinkedIn. La méditation matinale aide à clarifier l'esprit, à réduire le stress et à améliorer la concentration.

Conseil : Consacrez 10 à 15 minutes chaque matin à la méditation ou à des exercices de respiration pour commencer la journée avec un esprit calme et concentré.

4. LECTURE ET APPRENTISSAGE

Beaucoup de leaders profitent de leur matinée pour lire et apprendre. Bill Gates lit environ 50 livres par an et consacre du temps chaque matin à l'apprentissage. Cela permet de stimuler l'esprit et de rester informé des dernières tendances et idées.

Conseil : Réservez 20 à 30 minutes chaque matin pour lire un livre, des articles ou des actualités qui enrichissent vos connaissances.

5. PLANIFICATION DE LA JOURNÉE

Tony Robbins commence sa journée en planifiant ses objectifs et ses tâches. Prendre le temps de définir les priorités et de structurer la journée permet de rester organisé et concentré.

Conseil : Utilisez un journal ou une application de planification pour noter vos tâches et objectifs quotidiens chaque matin.

6. PETIT-DÉJEUNER SAIN

Un petit-déjeuner nutritif est essentiel pour fournir l'énergie nécessaire pour la journée. Arianna Huffington, fondatrice du Huffington Post, insiste sur un petit-déjeuner riche en protéines et en fibres pour bien démarrer la journée.

Conseil : Préparez un petit-déjeuner équilibré incluant des protéines, des fibres et des fruits pour maintenir votre énergie et votre concentration.


7. AFFIRMATIONS POSITIVES

Les affirmations positives et la visualisation font partie des routines matinales de leaders comme Jack Canfield. Ces pratiques aident à renforcer la confiance en soi et à préparer l'esprit pour le succès.

Conseil : Chaque matin, prenez quelques minutes pour vous répéter des affirmations positives et visualiser vos réussites.

Adopter une routine matinale inspirée par les leaders peut transformer votre journée et, par extension, votre vie. En vous réveillant tôt, en faisant de l'exercice, en méditant, en apprenant, en planifiant votre journée, en mangeant sainement et en pratiquant des affirmations positives, vous pouvez améliorer votre productivité, votre bien-être et votre réussite.

Essayez d'incorporer ces éléments dans votre routine matinale et observez comment ils peuvent améliorer votre quotidien. Après tout, comme le dit le proverbe : *«L'avenir appartient à ceux qui se lèvent tôt».*



L'UTILISATION CROISSANTE DES SMARTPHONES EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE EN 2024 ET SON IMPACT SUR L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE



L'Afrique subsaharienne est au cœur d'une révolution numérique marquée par une adoption massive des smartphones et une croissance rapide des connexions mobiles. Cet article examine l'utilisation des smartphones dans la région en 2024 et son impact sur l'environnement technologique, avec un accent particulier sur les opportunités et les défis pour les startups.

L'ÉCONOMIE DU MOBILE EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE EN 2024

L'Afrique subsaharienne compte actuellement plus de 1,2 milliard de connexions de smartphones, un chiffre qui devrait encore augmenter d'ici 2030. Aujourd'hui, les smartphones représentent 88 % du nombre total de connexions dans la région, légèrement en dessous de la moyenne mondiale de 92 %.

Par ailleurs, la 5G progresse rapidement, avec des lancements commerciaux dans 15 pays et une attribution accrue de fréquences. Cette expansion est essentielle pour soutenir l'augmentation de la demande en services mobiles avancés.

IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT TECH

La croissance rapide des abonnements mobiles en Afrique subsaharienne offre de nombreuses opportunités pour améliorer la vie des populations locales. Cependant, il est crucial de considérer l'impact environnemental de cette expansion :

- **Consommation d'énergie:** L'extension des infrastructures de télécommunication entraîne une augmentation significative de la consommation d'énergie, posant des défis en

termes de durabilité.

- Gestion des déchets électroniques : La prolifération des smartphones peut générer davantage de déchets électroniques. Cela nécessite la mise en place de solutions efficaces de recyclage et de gestion des déchets.
- Émissions de carbone : La fabrication, la distribution et l'utilisation des smartphones contribuent aux émissions de carbone. Les startups doivent chercher des moyens de réduire leur empreinte carbone pour soutenir un développement durable.

OPPORTUNITÉS POUR LES STARTUPS

L'essor des smartphones ouvre de vastes horizons pour les startups en Afrique subsaharienne. Voici quelques domaines clés où les entrepreneurs peuvent se positionner :

- Services mobiles: Les besoins en applications, en paiements mobiles et en services de santé sont en constante augmentation. Les startups peuvent développer des solutions innovantes pour répondre à ces besoins.
- Technologies émergentes: La

5G et l'Internet des objets (IoT) offrent de nouvelles perspectives dans des secteurs tels que la santé, l'agriculture, la logistique et l'éducation. Les startups peuvent exploiter ces technologies pour créer des solutions révolutionnaires.

- Impact social et économique : Les services mobiles peuvent améliorer l'accès à l'information, aux services financiers et aux soins de santé, contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté et à la promotion du développement économique.

L'utilisation croissante des smartphones en Afrique subsaharienne en 2024 représente une formidable opportunité pour les startups de la région. Toutefois, pour réussir, il est crucial de trouver un équilibre entre la croissance économique et la durabilité environnementale. En capitalisant sur les technologies mobiles et en innovant dans des domaines critiques, les startups peuvent jouer un rôle central dans le développement de l'économie numérique en Afrique subsaharienne.

Pour en savoir plus sur les opportunités spécifiques dans votre domaine d'activité, restez abonné à StartUp Médias pour des mises à jour et des analyses approfondies.

APPELS À PROJETS OPPORTUNITÉS NEWS BUSINESS INNOVATIONS



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

Rejoignez-nous sur Telegram

Startup
médiast



RAPPORT SUR LE FINANCEMENT DES START-UPS EN AFRIQUE : ANALYSE GÉOGRAPHIQUE ET TENDANCES

Même si les dernières nouvelles en matière de financement de start-up sur le continent africain ne sont peut-être pas des plus encourageantes, il est essentiel de prendre du recul et d'analyser les tendances géographiques des transactions. Ce rapport se base sur près de 15 milliards de dollars de transactions enregistrées dans notre base de données depuis 2019, et met en lumière les dynamiques régionales du financement des start-ups en Afrique.



STARTUP

FUNDING

LES «BIG FOUR» DOMINENT TOUJOURS LE FINANCEMENT DES START-UPS

Le premier constat frappant est le poids relatif des «Big Four» : le Nigeria, le Kenya, l'Afrique du Sud et l'Égypte. Ces quatre pays ont attiré 84 % de tous les financements de start-up en Afrique depuis 2019.

1. Nigeria

- Part des financements : 30 % du total.
- Le Nigeria héberge également 25 % de toutes les entreprises ayant levé plus de 1 million de dollars depuis 2019.

2. Kenya

- Position : Deuxième après le Nigeria en termes de financements reçus.
- Le Kenya suit de près l'Afrique du Sud en nombre de start-ups ayant levé plus de 1 million de dollars.

3. Afrique du Sud

- Position : Troisième en termes de financements reçus.
- Devance légèrement le Kenya en nombre de start-ups ayant levé plus de 1 million de dollars.

4. Égypte

- Position : Quatrième.
- L'Égypte reste un acteur majeur mais a attiré moins de financements que les trois premiers.

FINALISTES : SÉNÉGAL ET GHANA

Les deux finalistes les plus proches des «Big Four» sont le Sénégal et le Ghana. Toutefois, ils ont réclamé près de six fois moins de financements que l'Égypte depuis 2019.

1. Ghana

- Avantages : Position plus forte que le Sénégal à long terme.

- Nombre de start-ups ayant levé plus de 1 million de dollars : Près de trois fois plus qu'au Sénégal.
- Start-ups ayant levé plus de 10 millions de dollars : 13.

2. Sénégal

- Spécificité : 76 % de tous les financements de start-up depuis 2019 ont été réservés à Wave.
- Start-ups ayant levé plus de 10 millions de dollars : 4.

AUTRES MARCHÉS PROMETTEURS

Les marchés où les start-ups ont levé plus de 100 millions de dollars depuis 2019, à l'exception de la RDC, sont principalement situés en Afrique de l'Est et du Nord.

1. Afrique de l'Est

- Pays notables : Tanzanie, Ouganda.

2. Afrique du Nord

- Pays notables : Algérie, Tunisie.

Les «Big Four» (Nigeria, Kenya, Afrique du Sud et Égypte) dominent clairement le paysage du financement des start-ups en Afrique, attirant la majorité des investissements. Cependant, des marchés comme le Ghana et le Sénégal montrent des signes prometteurs et pourraient rivaliser avec les «Big Four» à long terme. Les autres régions, notamment en Afrique de l'Est et du Nord, continuent également de progresser, démontrant la diversité et le potentiel de l'écosystème des start-ups en Afrique.

En surveillant ces tendances, les investisseurs et les acteurs de l'écosystème peuvent identifier de nouvelles opportunités et soutenir l'innovation sur tout le continent.

QUELLES DIFFÉRENCES ENTRE LE CRÉDIT ET LE PRÊT POUR LES ENTREPRISES ?



*Est-ce que vous savez quelle est la différence entre un “prêt” et un “crédit” ? Ces deux termes désignent tous les deux le fait d'emprunter de l'argent à quelqu'un ou à un organisme. Mais il existe une différence fondamentale entre ces deux transactions financières. En effet, un **prêt** peut être octroyé par une **structure financière** ou un **particulier** alors qu'un **crédit** ne peut être prêté uniquement par une **structure financière** et non un **particulier**. Mais ce n'est pas tout ! Le prêt et le crédit ne répondent pas au même besoin. Généralement, lorsqu'une structure contracte un **crédit**, le but est de **pallier à un déficit financier**, un manque de liquidité ou un besoin de financement immédiat. À l'inverse, un **prêt**, historiquement, est octroyé pour **augmenter le pouvoir d'achat** dans l'immédiat. Un prêt peut servir à financer des biens de consommation tels qu'une voiture, un bien immobilier ou encore de l'électroménager. Vous hésitez entre un prêt ou un crédit pour votre entreprise ? On vous explique comment choisir la meilleure solution en **2024** !*

C'EST QUOI UN PRÊT POUR LES ENTREPRISES ?

Un prêt est un **produit financier** qui désigne une **transaction financière**. Concrètement une **structure financière** ou un **particulier** prête un montant d'argent fixe à un **particulier** ou à une **entreprise**.

Au préalable de la **transaction**, les deux parties fixent le **montant du prêt**. Le bénéficiaire emprunte de l'argent et s'engage à **rembourser** la totalité du montant **emprunté**.

Dans le cas du **prêt**, la somme d'argent

octroyée est réelle. Après sa signature, l'argent est viré sur le **compte bancaire** de **l'emprunteur**. L'argent est disponible pour être dépensé.

Pendant un certain temps, l'emprunteur est **endetté**, car il doit rembourser son prêt avec des **intérêts** en plus. Ces intérêts sont calculés à partir d'un taux d'intérêt, défini dans le contrat du prêt.

C'EST QUOI UN CRÉDIT POUR LES ENTREPRISES ?

À l'instar du prêt, le **crédit** ne peut être octroyé que par une **structure financière** telle qu'une **banque**. Le **montant du crédit** est là aussi fixé par un accord entre les deux parties : le **prêteur** et **l'emprunteur**.

Pour résumer, vous pouvez contracter un crédit auprès d'une banque, mais vous ne pouvez pas contracter de crédit auprès d'un particulier, par exemple un membre de votre famille.

Contrairement au prêt, la somme créditée n'est pas disponible physiquement sur le **compte bancaire** de **l'emprunteur**. En effet, l'argent emprunté est accessible à travers des retraits par carte de crédit. L'emprunteur doit donc ouvrir un **nouveau compte bancaire**.

La **durée** de crédit n'est par ailleurs pas fixe. Si l'emprunteur ne demande pas spécifiquement l'arrêt du crédit, celui-ci sera renouvelé à **chaque terme**.

Dans ce cas, on appelle ce produit financier une **ligne de crédit ouverte**. Les taux d'intérêts varient selon différents facteurs tels que le montant ou encore la

durée de remboursement du crédit.

LES AVANTAGES D'UN CRÉDIT ET D'UN PRÊT POUR LES ENTREPRISES

Le **prêt** et le **crédit** permettent à l'entreprise d'obtenir de la **trésorerie**. Celle-ci permet à l'entreprise d'acheter du matériel, de l'immobilier, de racheter un fond de commerce ou encore de financer ses stratégies d'acquisition.

Un dirigeant ayant contracté un **crédit bancaire** pour son entreprise ne peut être mis à l'écart du **pouvoir de décision** de la structure. De plus, l'entreprise a une possibilité de **déduction fiscale** des intérêts pour les crédits bancaires.

LES INCONVÉNIENTS D'UN CRÉDIT ET UN PRÊT BANCAIRE POUR LES ENTREPRISES

Les inconvénients du crédit renouvelable

Tout d'abord dans le cas du crédit renouvelable, il y a un fort risque de **surendettement**. En effet, comme souligné dans le tableau, vous devez explicitement fermer votre ligne de crédit pour arrêter de recevoir des crédits. Beaucoup d'entreprises gardent leurs **lignes de crédits ouvertes** par oubli ce qui peut déboucher à de larges dettes non souhaitées.

De plus, le crédit renouvelable amène

souvent des emprunteurs à s'endetter de manière excessive en occultant leur capacité à rembourser. Les crédits nécessitent une **caution ou une garantie**. Si les mensualités et les intérêts ne sont pas remboursés, le créancier peut saisir le mobilier hypothéqué ou la garantie en cas d'insolvabilité de la société.

Les inconvénients du crédit et du prêt bancaire

Dans les cas du prêt et du crédit, les **taux d'intérêts** sont **élevés** et peuvent générer un **déséquilibre budgétaire** et possiblement à un **dépôt de bilan** si l'entreprise ne devient pas stable financièrement.

Toujours dans les deux cas, il est difficile d'accéder à de la **trésorerie** si l'entreprise traverse une mauvaise période financière. De même, les jeunes start-up n'ont pas toujours les **revenus** nécessaires pour rassurer la banque.

Un **prêt** peut être octroyé par un **particulier** ce qui rend les conditions d'emprunt plus **faciles** que dans une structure financière où les démarches sont souvent plus longues et complexes.

Enfin, aussi bien prêt que crédit sont dépendants des mouvances **macro-économiques** du pays au sein duquel ils sont proposés. En l'occurrence, nous le savons tous, **2023** annonce un bouleversement macro-économique non sans importance, poussant prêts et crédits à tendre vers leur **taux d'usure**. Une situation qui ne semble donc pas faire bon ménage avec l'usage de prêt et/ou crédit bancaire.



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
POUR L'INVESTISSEMENT ET LE COMMERCE

📍 Siège Avenue Noguès
☎ +225 27 20 30 99 99
🌐 www.bsicbank.com/cotedivoire



MARKETING D'INFLUENCE : COMMENT MESURER LE ROI DE VOS CAMPAGNES ?

Si vous menez des campagnes de marketing d'influence, vous avez sûrement envie de connaître le ROI (Return On Investment, soit le retour sur investissement) que génèrent vos efforts. Mais quels sont les indicateurs à définir ? Comment mesurer concrètement l'impact de votre marketing d'influence ?

La réponse dans cet article !



QU'EST-CE QUE LE MARKETING D'INFLUENCE ?

Pour les non-initiés, le marketing d'influence est une méthode de publicité ciblée qui consiste à développer des relations privilégiées avec des influenceurs, et donc avec leur public. Le marketing d'influence peut aller de l'envoi de produits gratuits à des créateurs de contenu, dans l'espoir qu'ils les présentent, à des accords plus formels, dans lesquels les influenceurs seront payés à la publication.

Le marketing d'influence n'est pas à confondre avec le parrainage de célébrités, où une personnalité est engagée contractuellement pour représenter une marque dans des campagnes. Avec le marketing d'influence, les influenceurs opèrent généralement de manière indépendante et créent leur propre contenu, sur la base des spécifications publicitaires d'une marque. Le résultat est un modèle publicitaire authentique qui vous met en relation avec les consommateurs de manière plus naturelle.

DÉTERMINEZ VOTRE OBJECTIF FINAL

Avant de lancer une campagne d'influenceurs, vous devez déterminer le résultat que vous souhaitez obtenir. La définition d'un objectif final vous permet de déterminer la manière dont vous allez le mesurer.

Voici les objectifs les plus courants et les indicateurs nécessaires pour les mesurer :

1. Augmenter la visibilité de la marque

Vous voulez accroître votre visibilité ? Il existe deux façons de mesurer la notoriété de la marque après une campagne d'influence :

- Comptabilisez le nombre de contenus produits sur votre marque durant la campagne.
- Additionnez le nombre de vues (impressions) de chaque contenu.

2. Générer des prospects

Votre but est d'acquérir des leads ? Comptez le nombre d'inscriptions à votre offre ou de demandes de devis reçus durant la campagne. Vous connaîtrez le nombre de prospects acquis grâce à votre marketing d'influence.

3. Obtenir des ventes directes

Les codes de réduction peuvent vous aider à suivre les ventes de votre campagne. Pour mieux connaître les résultats de chaque influenceur, pensez à leur dédier un code unique.

4. Passer à une notoriété supérieure

Cet objectif fait franchir une étape supplémentaire à la notoriété de votre marque et fait référence à une augmentation mesurable de votre présence sur les réseaux sociaux ou sur votre site web.

Les métriques à connaître comprennent :

- Le volume de votre communauté sur les réseaux sociaux ;
- Le taux d'engagement ;
- Le volume de trafic de votre site internet.

METTEZ EN PLACE LES ÉLÉMENTS DE MESURE

Une fois que vous avez identifié votre objectif final, assurez-vous d'avoir les éléments de mesure en place lors de votre campagne. C'est réellement votre objectif qui déterminera les indicateurs clés de

performance (KPI) que vous devrez mesurer pour vous assurer du succès de votre campagne.

Par exemple, si votre objectif est de renforcer la notoriété de votre marque vous partirez à la recherche d'indicateurs tels que le nombre d'impressions sur une publication alors que si vous cherchez à obtenir plus de ventes directes, votre indicateur pourra être le suivi de vos ventes.

C'est la raison pour laquelle votre objectif est primordial dans la mesure du ROI de votre marketing d'influence, et ce, pour de multiples raisons. Voici lesquelles !

POUR LA VENTE DIRECTE

Si vous vendez des produits en ligne et que vous voulez mesurer le ROI de votre marketing d'influence, donnez aux influenceurs un code unique à mettre à la disposition de leur communauté. Ce code leur donnera droit à un pourcentage de réduction sur leurs achats.

Pour plus d'efficacité, offrez au moins 15 à 20% de réduction.

L'influenceur doit savoir lui-même utiliser le produit ou le service en question. Faites-lui savoir que vous lui donnerez un code de réduction,

avant le lancement de la campagne. Il pourra alors vous proposer un tarif approprié et écrire son message en conséquence.

POUR CONNAÎTRE LES IMPRESSIONS ET LES VUES

Pour avoir un maximum d'exposition, demandez aux influenceurs de partager leur avis sur votre produit sur leur blog (s'ils en ont un), ainsi que sur leurs réseaux sociaux.

Prévenez-les que vous souhaitez connaître, par la suite, le nombre de vues et le taux d'engagement sur leurs articles et/ou publications sur les réseaux sociaux.

POUR MESURER LES CONVERSIONS

Si vous essayez de générer des leads via votre campagne de marketing d'influence, assurez-vous d'avoir un contenu attractif à partager, ainsi qu'un formulaire pour récolter les leads.

De plus, soyez transparent avec les influenceurs qui collaborent avec vous : mettez-les au courant des objectifs de votre campagne.

Ils peuvent habilement écrire un message qui oriente leur public pour vous aider à atteindre votre but.

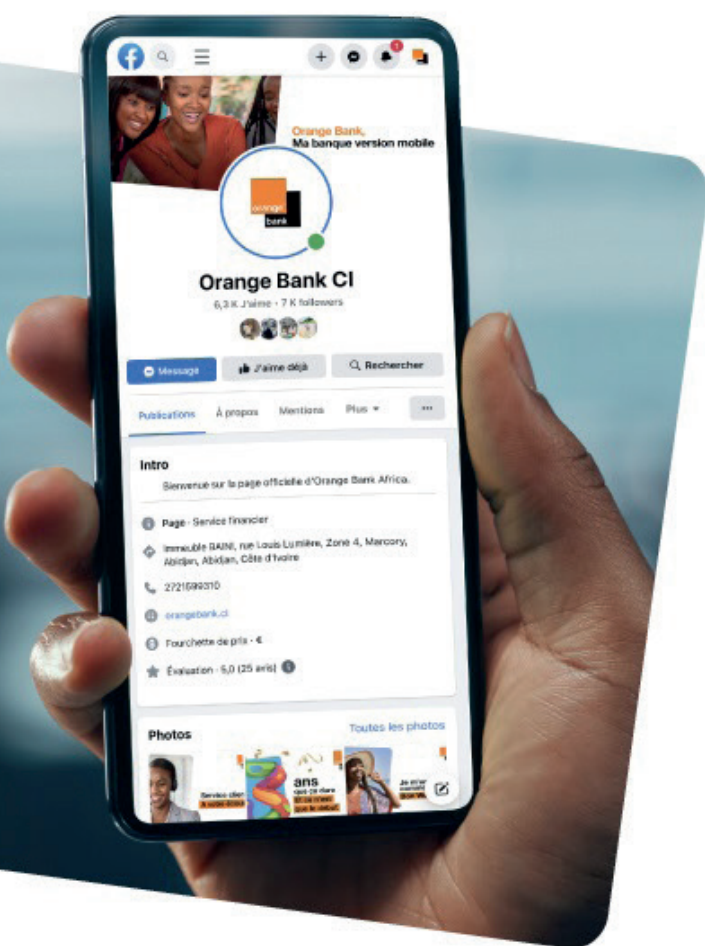
FAITES LE POINT SUR VOS DÉPENSES

Dans ROI, il y a : « investissement ». L'idée est donc de savoir si votre investissement vous a été bénéfique. Vous devez avoir un budget à allouer à votre marketing d'influence et déterminer si les résultats obtenus sont à la hauteur de vos attentes.

Il n'existe pas de norme universelle ou de chiffre clé pour mesurer le retour sur investissement d'une campagne de marketing d'influence et déterminer s'il est bon ou mauvais. C'est à vous de juger et de définir, en le comparant à d'autres formes de marketing par exemple, s'il vous semble intéressant.

Mais il est parfois difficile de juger de manière extrêmement juste le marketing d'influence, car ce n'est pas parce qu'une campagne est officiellement "terminée" que le contenu cesse soudainement d'avoir un impact ou des impressions.

Le contenu en marketing d'influence peut continuer de vivre longtemps après une campagne.



Je like ma banque
Faites le plein de
bonnes nouvelles sur
notre page Facebook
Orange Bank CI

