ENTREPRENDRE EN CÔTE D'IVOIRE

N° 020 • Lundi 25 AOÛT 2014 • PRIX : 300 FCFA • E-MAIL: entreprendreenci@yahoo.com

Dépôt de crèmes surgelées

PLUS DE 11 MILLIONS FCFA EN UN AN D'ACTIVITÉS

Retraités entrepreneurs

Comment le Fidra peut vous financer

Des conseils pour réussir sa retraite active

Vente de vêtements neufs

UN CHIFFRE D'AFFAIRES DE 14 MILLIONS PAR AN

Tenue de soirée exigée ! La formule est connue. Mais si s'habiller permet de se couvrir le corps, bien s'habiller dit-on soigne le moral et notre image vis-à-vis des autres. L'exigence d'être présentable à différentes occasions de la vie (entretien d'embauche, mariage, culte dans les lieux saints...) développe la vente de vêtements neufs, devenue un créneau d'insertion socioéconomique pour nombre de jeunes.

Nouveaux entrepreneurs

CE QU'IL VOUS FAUT POUR AVOIR DE GROS CLIENTS

Georges, un de mes clients, propriétaire d'une société de gardiennage se plaignait qu'il est trop difficile pour une PME débutante d'avoir de « gros marchés ». Par exemple, il a toujours espéré avoir au moins comme client une des banques d'Abidjan. Pour une société de sécurité, ça représente le sésame, ça signifie des paiements réguliers et surtout une crédibilité exceptionnelle pour décrocher des marchés encore plus grands.

Dans ce numéro, consultez toutes les opportunités d'affaires

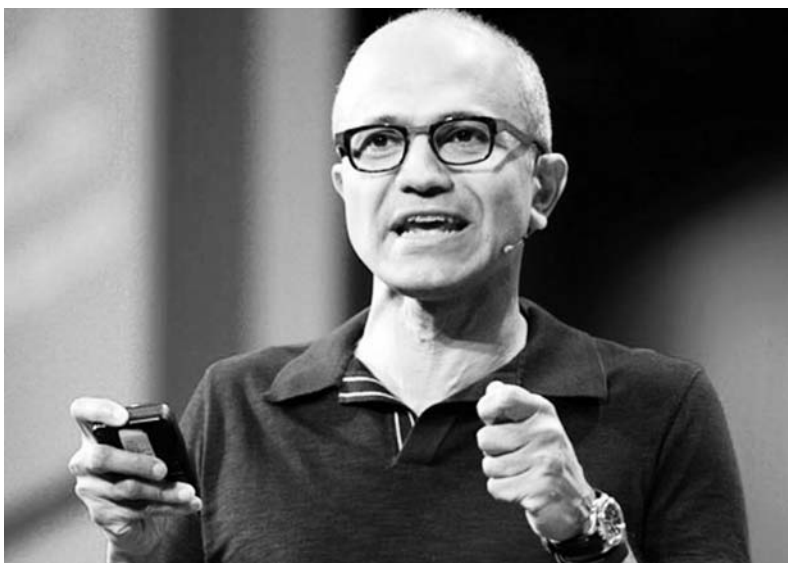
Technologie et développement

Marius Nouza

Microsoft renouvelle son engagement pour l'Afrique

Microsoft, le leader mondial des solutions informatiques croit en l'Afrique. Telle est la substance du message qu'a voulu transmettre aux journalistes économiques ivoiriens, Olumide Rotimi, directeur de la division business pour l'Afrique de l'ouest, centrale, de l'est et de l'océan indien, le vendredi dernier à l'occasion d'une conférence de presse.

Présentant la nouvelle vision de Microsoft pour le continent, Rotimi a indiqué que le groupe fait d'importants investissements pour que les consommateurs finaux africains puissent accéder aux appareils à moindre coût. En effet, les ordinateurs PC ou portables, Smartphones, tablettes, phablettes et autres outils technologiques sont hors de portée pour la plupart de ces derniers. Ce qui peut être un frein au développement du continent, et en particulier au développement des affaires. Aussi microsoft fait d'importants investissements pour changer la situation. "Nous faisons d'importants investissements pour que l'utilisateur final en Afrique, puisse avoir les outils technologiques à moindre coût" a indiqué Rotimi au cours de la conférence de presse. Les projets « initiative for africa » et CNA, sont la matérialisation de cette volonté. Concrètement, pour ce qui concerne les coûts, Microsoft travaille en collaboration avec divers fabricants partenaires en investissant dans l'écosystème informatique chinois qui bénéficie déjà d'une expertise reconnu mondialement, ceci afin de réduire les coûts de production. Et donc ces appareils qui sont fabriqués en Chine peuvent donc permettre à chacun d'eux d'accéder aux solutions informatiques de microsoft. L'engagement de microsoft pour l'Afrique repose aussi sur sa volonté d'apporter de la valeur aux affaires sur le continent. Ainsi, en plus de développer ses propres applications et des logiciels de productivité tel que office 2013, la firme américaine investit dans les développeurs locaux afin que ces derniers mettent au point des applications propres aux Africains, c'est-à-dire qui répondent aux besoins réels de chaque africain sur tous les plans, en particulier les affaires. C'est l'objectif du projet CNA, qui est une plateforme qui permet au citoyen lambda de pouvoir développer des applications qui tourneront sous interface Windows. Par ailleurs, microsoft vise l'universalité de ses applications. Avec un seul compte, l'utilisateur peut accéder à tous ses fichiers sur tous ses appareils, de sorte à faciliter ses activités professionnelles. Telle est l'un des objectifs de la stratégie « mobile first, cloud first » prônée par son nouveau directeur executif Satya Nadella.



Satya Nadella, directeur exécutif de Microsoft

Agriculture

Moyé-Anges KOUASSI

Les produits agricoles ivoiriens ont besoin de certification

La certification des produits agricoles ivoiriens apportera de la richesse à l'économie du pays

Un atelier s'ouvrira en septembre prochain à Yamoussoukro autour du terme « Agriculture durable : enjeux et perspectives de la certification ». Ce sera dans le cadre d'une conférence internationale organisé par International Certification Conference (ICC). La structure a donc, sensibilisé mardi dernier à Abidjan les coopératives et acteurs agricoles sur la certification des produits agricoles ivoiriens, tel qu'a pu le rapporter l'agence APA présente dans la capitale politique. La certification permettra aux produits ivoiriens d'être plus compétitifs sur le marché international. C'est pourquoi l'atelier vise à informer et à sensibiliser les premiers acteurs que sont les producteurs afin qu'ils s'imprègnent des opportunités, des enjeux et des bénéfices que pourrait se procurer l'économie agricole en particulier et partant de l'économie du pays.

Selon Mme Alzouma Maïmouna, Coordinatrice ICC2014, la certification est une démarche volontaire qui met en conformité les besoins des consommateurs à la recherche de produits de qualité avec les exigences d'une économie agricole respectueuses de l'environnement. Il s'agira de conduire le monde agricole par une méthode participative à réfléchir sur les enjeux et perspectives de cette notion de certification et d'y intégrer dans son application les avis et suggestions des acteurs. Ce qui leur permettra d'avoir d'ici à septembre, à l'occasion de la conférence *« une vision nationale commune de la problématique de certification et une idée claire de leurs différents rôles au sein du processus »*, a expliqué la Coordinatrice. Pour la tutelle ministérielle par la voix de François Ouéhi, la certification aidera à *« créer et entretenir une nouvelle dynamique de croissance pour un développement durable »*. Les travaux de plusieurs acteurs du secteur agricole notamment les filières.

Filière coton

Source: AIP

Les acteurs visent l'amélioration des performances du SITRACOT

Après trois campagnes de mise en œuvre du système d'identification des producteurs et de la traçabilité du coton (SITRACOT), les acteurs de la filière se sont réunis, jeudi et vendredi, à Bouaké, pour faire le bilan de son exploitation au cours de la campagne 2013/2014 et proposer des solutions pour l'amélioration de ses performances. Issus des sociétés cotonnières et des unions de sociétés coopératives du bassin cotonnier, du Fonds interprofessionnel pour la recherche et le conseil agricole (FIRCA) et du conseil du coton et de l'anacarde, la quarantaine de participants à ce troisième atelier du genre, devront notamment, valider le cahier de charge de l'amélioration du SITRACOT, actualiser le mode opératoire des comités de litige, le code de bonne conduite et la convention avec les structure éligibles. Le secrétaire exécutif de l'Intercoton, M. Silué Siontiama Jean-Baptiste, représentant le PCA, a félicité les acteurs pour "le bon travail" qu'ils ont abattu durant les trois dernières campagnes, avant d'indiquer que leurs efforts ont permis de réduire considérablement les cas de vols de coton à presque "zéro cas" ainsi que les cas d'impayés.

"Vous avez permis à la filière cotonnière de Côte d'Ivoire d'être un exemple dans toute la sous-région», a-t-il affirmé, exhortant les acteurs à poursuivre avec détermination le travail. Le directeur de la Compagnie ivoirienne de coton (CIDT), M. Coulibaly Mamadou, a fait savoir, pour sa part, que l'investissement dans la mise en œuvre du SITRACOT est important parce qu'il permet "d'éviter les déperditions et d'améliorer fortement la traçabilité" du coton. Dans le cadre des actions de relance de la filière coton, l'Intercoton a mis en place depuis la campagne 2011/2012, un Système d'identification des producteurs et de la traçabilité du coton (SITRACOT), dans le but d'améliorer la collecte et le traitement des données statistiques dans la filière. Le système est couplé à une base informatisée qui est installée dans toutes les structures éligibles au conseil agricole et dans toutes les usines de coton. Ceci devrait empêcher notamment, les vols de coton et les détournements de la production d'un paysan ou groupe de paysans au profit d'un opérateur qui ne l'a pas encadré ainsi que d'autres cas de fraudes.

Insertion socioprofessionnelle

Moyé-Anges KOUASSI

Bientôt des emplois pour plus de 6 millions de jeunes

L'épineuse question de l'emploi des jeunes a fait naître une multitude de plans dans la recherche des solutions. Un de ces programmes, celui d'aide à l'embauche (PAE) est géré par le ministère d'Etat, ministère de l'emploi, des affaires sociales et de la formation professionnelle. Son premier responsable, le ministre Dosso Moussa est allé constater le 13 août dernier la situation de nombreux stagiaires en poste dans plusieurs entreprise grâce à l'Agence d'étude et de promotion de l'emploi (AGEPE) en présence du directeur Phillipe N'dri. Tour à tour, la délégation à visité la Banque de l'habitat de Côte d'Ivoire, la compagnie Loyale assurance et le restaurant Quenn's. Invitant les entreprises à accueillir plus de stagiaires, le ministre leur a promis en retour des facilités fiscales. Aussi sur la question de la formation des jeunes, il a rassurée de la concordance des formations aux besoins des entreprises d'autant plus que la réforme mis en œuvre par le nouveau code de travail en fait sa priorité. Ce code d'ailleurs rentrera en vigueur après son adoption en fin d'année. Il prévoit un stage sur une période d'un an renouvelable une fois pour tous les étudiants quelle que soit la structure de formation (établissement professionnel, grande école ou université). Ce qui permettra, a-t-il dit de renforcer l'employabilité des jeunes. Chose qui facilitera l'insertion socioprofessionnelle de 6,5 millions de jeunes oisifs ou sous-employés. Selon Souleymane Dogoni, Directeur général de la BHCI, la banque a formé chaque année 200 stagiaires sur les 3 dernières années soit un total de 600 jeunes dont certains sont intégrés dans les effectifs de la banque. Il s'est donc réjoui de cet effort de soutien en droite ligne avec la politique d'emploi du gouvernement. Mis en place en 1991, le Programme d'aide à l'embauche vise à faciliter l'insertion socioprofessionnelle des demandeurs d'emploi.

Le PAE vise à insérer plus de 6 millions de jeunes

Virus Ebola

Marius Nouza

L'ARRMA sensibilise les restaurateurs

Les règles d'hygiène doivent être respectées absolument pour réduire l'impact d'une apparition éventuelle d'Ebola en Côte d'Ivoire

Le virus Ebola pourrait-il ralentir l'activité économique des opérateurs des secteurs de la restauration et de l'alimentation ? Cette interrogation mérite d'être posée dans la mesure où ce virus a un très grand rapport avec les questions d'hygiène. Pour l'autorité de régulation de la restauration et des métiers de l'alimentation (ARRMA), nul besoin de faire dans la polémique et la paranoïa, cependant il faut reconnaitre que cette maladie est une menace pour l'économie ivoirienne. *« Si le pays se porte mal, les activités économiques seront au ralenti »* a indiqué Tonian Amalaman, président de l'ARRMA, dans des propos recueillis par notre consœur de la Tribune de l'économie, Amangoua Emelyne. Si pour le moment, on ne peut pas prédire l'impact de l'apparition éventuelle de ce virus en Côte d'Ivoire sur l'activité économique, on peut noter tout de même qu'elle suscite déjà des inquiétudes. Pour le président de l'ARRMA, il est important que chaque acteur, restaurateur et consommateur, puisse prendre ses responsabilités. C'est justement pour interpeller les uns et les autres que Tonian Amalaman a organisé une conférence de presse le jeudi 14 aout dernier. *« La maladie est à nos portes et elle fait de nombreuses victimes. Le gouvernement a pris des mesures surtout dans le cadre de l'alimentation. Mais il appartient aux Ivoiriens de prendre des précautions au niveau de leur habitude alimentaire. Il faut éviter de manger n'importe où et n'importe quoi ».* De même, les restaurateurs doivent veiller au respect strict des règles d'hygiène dans leurs établissements. Si pour le moment on peut se réjouir de l'inexistence de cas d'Ebola sur le territoire ivoirien, il est bon de préparer l'esprit des acteurs économiques à la limitation de son impact en cas d'occurrence. L'ARRMA mène en ce moment une campagne de sensibilisation auprès des six mille restaurants qu'elle a pu recenser à Abidjan et en particulier dans les communes de Yopougon, Marcory, Cocody et Port-Bouet. Ces restaurants comprennent des «garbadromes », des kiosques à café, des espaces de « choukouya », etc.

Gouvernance des entreprises

Moyé-Anges KOUASSI

Les PME ivoiriennes optent pour la « qualité et l'éthique »

« Se construire une image moderne d'entreprise structurée, performante et crédible ». Cette vision, les PME ivoiriennes veulent en faire une réalité. Et elles se donnent les moyens pour y arriver. Le mouvement des PME (MPME) vient de mettre sur pied un label qualité et éthique. Il permettra d'améliorer la qualité des services des entreprises afin de jouer pleinement le rôle de catalyseur de l'économie qui est le leur. Aux dires du président du MPME, Joseph Amissah, intervenant le 5 août dernier à l'occasion du lancement officiel de ce label à Abidjan, il répondra aux standards internationaux de normalisation. Il sera d'ailleurs géré par la structure locale en la matière en l'occurrence Côte d'Ivoire normalisation (Codinorm). La représentante du ministère du Commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME à salué la mise sur pied de cette norme avant de présenter le programme Phoenix à l'intention des PME. Il vise d'ici 2020, à doubler l'effectif actuel des PME en atteignant la fourchette de 100 à 120 milles, ce qui permettra d'avoir une masse critique, dynamique et compétitive de ces acteurs du tissu économique dont l'importance n'est plus à démontrer. C'est pourquoi la MPME promeut les entreprises membres et assure la défense de leur intérêt auprès des pouvoirs publics et de l'ensemble de leur partenaire. Sur ce dernier point, le mouvement a signé des accords de mise en œuvre de programme de renforcement de compétence. Il prévoit en outre créer une microfinance des PME ivoiriennes.

Joseph Amissah, président du MPME

Interview : Yao Lopez

Initiateur du projet ''Perspectives d'émergence en milieu rural''

Interview réalisée par Moyé-Anges KOUASSI

"Nous donnons l'opportunité au paysan d'apporter le développement à sa porte"

Briser le paradoxe qui veut que le paysan, producteur de richesse soit lui-même pauvre. C'est la vision du projet "Perspectives d'émergence en milieu rural" dont l'objectif est d'impulser le développement communautaire participatif. Yao Lopez, son initiateur revient sur les grandes lignes de ce projet dans cet entretien.

Votre projet est appelé "Perspectives d'émergence en milieu rural", parlez nous-en.

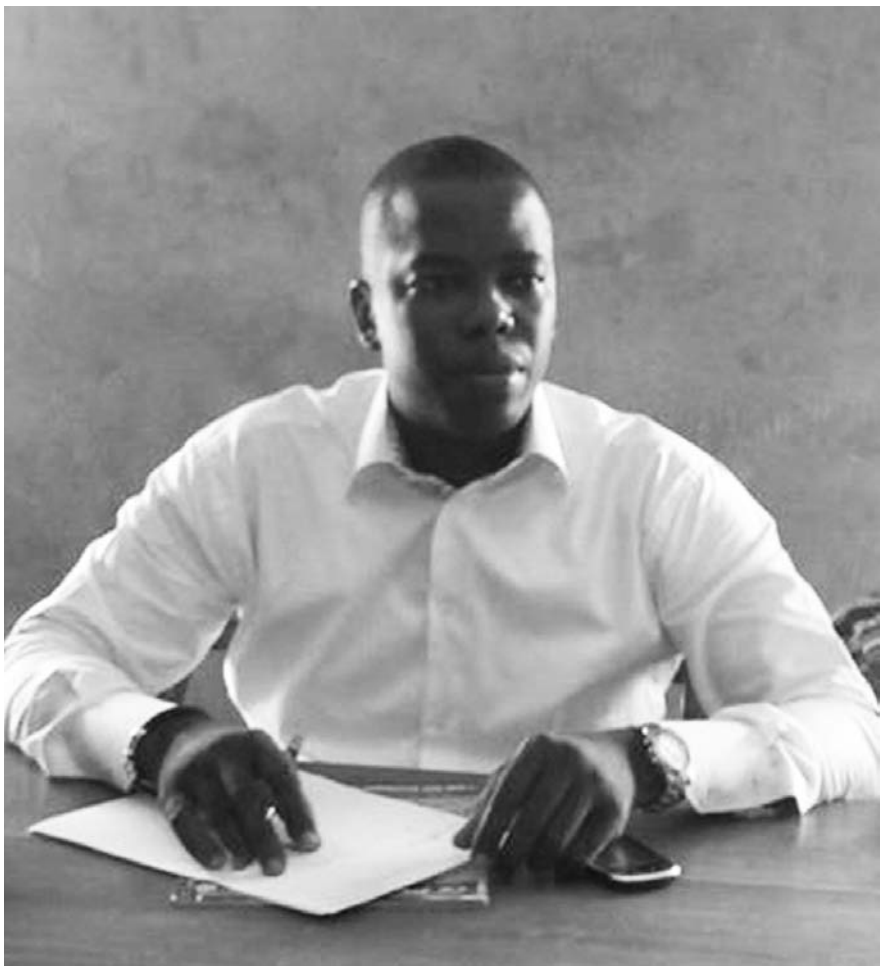
Nous avons lancé ce projet au regard des problématiques du monde rural. Ceux-ci s'expriment en termes de difficulté d'accès aux infrastructures de base (école, centre de santé, adduction d'eau potable etc.), le but étant pour nous d'essayer d'améliorer les conditions de vie des producteurs parallèlement à l'action de l'Etat.

Comment prévoyez-vous financer ce projet ?

Faut dire que le projet n'a pas besoin de financement extérieur. En effet les paysans eux-mêmes disposent de ressources qu'ils ignorent à tord. Sinon comment comprendre qu'une zone qui produit 1000 T ou 500 T de cacao n'a pas une école, ne dispose pas d'un dispensaire, ou toute autre infrastructure ? Ce n'est pas normal. Donc nous essayons d'éduquer ces populations pour leur dire que vous avez des ressources, mais que font en retour pour vous ceux qui viennent acheter ces ressources là ? Voici l'objectif de ce projet qui en d'autres termes vise à faire prendre conscience au monde rurale de la possibilité de se développer à partir de ses propres richesses que sont les cultures agricoles.

De manière pratique comment vous entendez créer la richesse en milieu rural ?

Avec l'entreprise de construction et de formation agricole, (Ecofagri) nous sommes un intermédiaire entre les producteurs et les partenaires. Nous avons déjà ciblé les coopératives avec lesquelles nous mettons en contact les producteurs. Pour une zone qui produit par exemple 600 Tonnes, au lieu que ce soit vendue aux pisteurs sans possibilité de réinvestissement, nous proposons que la production soit vendue à une seule



entité intermédiaire sur la base d'une convention qui implique une marge réservée sur chaque kilogramme acheté pour la construction d'infrastructures notamment des écoles, des centres de santé, le réprofilage des routes etc. Cela permet un développement de proximité sans attendre l'Etat qui à la suite pourra venir en appui. Il ne s'agira plus de brader les produits aux pisteurs mais comme à l'image des zones aurifères où l'exploitant finance des infrastructures de proximité au bénéfice des populations locales, l'acheteur par le biais d'une société reconnue construira des infrastructures au profit de la communauté.

Quelles sont les cultures vivrières et pérennes qui seront votre cœur de cible afin d'assurer la sécurité alimentaire et financière des producteurs ?

Toutes les cultures nous intéressent. Dans le domaine agricole, autant le riz, le maïs que le cacao se valent. Cependant pour l'heure l'accent est mis sur le café et le cacao. Par exemple si vous avez une zone qui produit 600 T de cacao, une marge de 20 F par Kg fait déjà 12 millions F Cfa. Alors vous pensez qu'une telle zone à laquelle on verse 12 millions F Cfa sur sa propre production va rester sans école ? C'est donc cette organisation que nous mettons en place avec nos partenaires qui sont des entreprises privées. Ils se chargeront de mettre en œuvre les projets définis par les paysans eux-mêmes et qui peuvent être préfinancés par ces entreprises en attendant la récolte et la vente des produits. Les paysans ne choisiront pas eux-mêmes les maçons pour construire, strict respect des normes et standard de construction oblige. Un partenariat sera signé avec un entrepreneur professionnel reconnu. C'est pour nous une manière d'accélérer le développement.

Pensez-vous pouvoir être un interlocuteur crédible vis-à-vis du monde rural d'autant plus que vous êtes une entreprise privée donc en quête de profit là où les paysans attendent avant tout un appui ?

Nous avons déjà fait l'expérience. Sans expérience vous ne pouvez pas vous rendre crédible. Nous sommes une entreprise qui mobilise pour le progrès. Personnellement j'ai fait 15 ans dans le monde rural, donc le vécu et les problématiques de ce milieu ne me sont pas méconnus. A Oumé, 3 classes sont en construction très avancées. Si ce modèle est reproduit à une plus grande échelle sur toute l'étendue du territoire national, nous pensons que l'Etat pourra souffler un peu. C'est donc avant tout dans son intérêt, car même si l'Etat encourage l'éducation de tous les enfants, il sera difficile d'atteindre ce but si l'école la plus proche se situe à une dizaine de kilomètres, car à l'impossible nul n'est tenu. Alors il faut rapprocher l'école vers les zones rurales. On voit souvent en Europe 15 ou 20 enfants dans une salle de classe. Pourquoi cela ne pourrait pas être possible ici ? Et ce qui est bien c'est que les villageois eux-mêmes ont envie de construire.

Parlant de l'Etat, ne pensez-vous pas que vous empiéter sur la zone de compétence de son représentant dans le monde rural à savoir l'ANADER ?

L'ANADER c'est comme un chef de famille, il ne peut pas tout voir. Le problème le plus important c'est d'éduquer le monde rural. Quand cela est fait sur le long terme, les traces sont indélébiles. Nous l'avons testé aujourd'hui avec les infrastructures en cours d'achèvement à Oumé. Vous pensez que ces populations ne sont pas heureuses ? Si l'ANADER vient améliorer ce que nous avons réalisé, ça sera encore plus intéressant. Il n'y a donc pas de concurrence mais plutôt une complémentarité pour le développement de la Côte d'Ivoire.

Vos actions sont pour le moment limitées à Oumé et Toumodi, alors quelles sont vos perspectives d'ici 2020 ?

Ce programme s'inscrit dans une vision plus vaste qui commence d'ailleurs bientôt avec le lancement officiel de ce projet. Nous envisageons réunir plus de 1000 chefs de communauté, présidents de jeunes, et association de femmes pour leur faire part du projet "Perspectives d'émergence en milieu rural". Aucune culture n'est exclue de sorte qu'autant avec les cultures vivrières qu'avec les cultures industrielles, la possibilité soit donnée aux paysans d'apporter le développement à sa porte. Ainsi sur une programmation par exemple de 100 écoles en milieu rural par l'Etat, la moitié peut être réalisée sur initiative des villageois. La différence pourra être affectée à d'autres besoins.

Avez-vous un dernier mot à l'endroit du monde rural qui est votre cœur de cible ?

Nous remercions tous les producteurs qui nous ont déjà fait confiance et aussi les administrateurs qui ont compris le bien-fondé de notre cause notamment le Préfet de Oumé, Dogbo Labé François. Ce programme à l'intention du monde paysan, s'inscrit d'une part dans le PNIA et dans la vision d'émergence à l'orée 2020 d'autre part.

Mme Koné épse Traoré Dohia Clémentine, directrice générale de Ets Nadi

Reine Anzoua (stg)

Quand l'enseignement fait place à la transformation de produits agricoles

Allier la transformation de produits agricoles et l'enseignement, tel est l'exploit réalisé par Traoré Dohia Clémentine. Originaire du nord de la Côte d'Ivoire, elle est restée rattachée à sa tradition. C'est ainsi qu'elle s'est intéressée à la confection de grains de mil pour la bouillie. Plus tard, ce qui n'était qu'un passe-temps en dehors de son métier d'enseignante, deviendra un business rentable pour elle avec la création de l'établissement Nadi, spécialisé dans la production et la vente du mil décortiqué, des grains de mil prêts à l'emploi et de l'attiéké déshydraté. Cette nouvelle orientation lui vaudra de renoncer à son métier d'enseignante pour se consacrer entièrement aux activités de « Ets Nadi ». De retour du Japon dans le cadre du Foodex, la plus grande foire agro-industrielle de l'Asie-Pacifique, c'est avec joie qu'elle nous a reçu pour relater son parcours.

Originaire du nord de la Côte d'Ivoire, Traoré Dohia Clémentine a acquis et développé des qualités culinaires grâce à sa mère. Pendant le mois du ramadan, elle l'aidait à confectionner la bouillie à base de mil ou le mil décortiqué mélangé à du riz. Ce qui en aucun cas ne l'a empêché d'étudier et de devenir une brillante enseignante. Après les écoles Notre dame de la paix de Korhogo, Notre dame des apôtres d'Adjamé, Notre dame de la paix du Plateau, c'est à la pépinière des 2 plateaux pour l'enseignement conforme au système français que prendra fin sa carrière d'enseignante en 2013 par une démission. Mais, elle n'a pas complètement laissé le secteur de l'enseignement. Marié et mère de huit enfants, Mme Koné est aussi la fondatrice et la directrice du groupe scolaire Thomas Edison qui existe depuis 2013 à la palmeraie, rosier programme 1. Parallèlement à l'enseignement, Traoré Dohia Clémentine, continuait de produire les grains de mil par passion et comme son passe-temps favori. A son arrivée au sud, au bord de la lagune Ebrié, elle eut l'ingénieuse idée d'associer au mil, un autre produit ethnique, l'attiéké. Elle produira dès lors de l'attiéké désydraté. " *Ce secteur n'a rien à voir avec l'enseignement. Au début, c'était juste pour pérenniser la tradition et donc c'était un passe-temps. Mais actuellement c'est une activité exercée en plein temps qui me permet de mettre en valeur les produits locaux"* Ainsi, tout en suivant les traces de sa mère, Mme Koné développe son activité et aboutit à la création en 2006 de la société « Ets Nadi ». Au début, elle se débrouillait avec des moyens rudimentaires. Avec l'aide du soleil et des moyens traditionnels, les produits étaient séchés puis empaquetés dans des sachets avec autocollants achetés dans les commerces à Adjamé, pour enfin être commercialisés à travers plusieurs canaux dont l' Association d'enseignantes à laquelle elle appartenait, précisément dans le cadre de l'organisation de colonies de vacances. Elle se servait de son voisinage pour écouler ses marchandises. A son niveau, elle ne manquait pas de communiquer sur ses produits et de faire leur promotion. "*Dans notre association, je proposais mes produits et de bouche à oreille, le nombre de mes clients a commencé à croître.*" Cependant, le constat est clair, les produits n'étant pas bien séchés, ils ne pouvaient être conservés pendant longtemps. Les moyens archaïques qu'elle utilisait ne parvenaient guère à empêcher la moisissure.

Mme Koné epse Traoré Dohia Clémentine

Un gros marché avec Prosuma dès 2008

En 2008, dans sa quête de solutions pour la production en grande quantité et pour un séchage de longue durée, un chimiste lui est conseillé. Avec ce dernier, elle achète un appareil qui lui permet de bien sécher le mil et l'attiéké et d'augmenter la durée de conservation jusqu'à deux ans. Malheureusement, six mois après l'appareil est défaillant et Mme Koné doit se défendre avec de petits appareils en remplacement. Femme courageuse et battante, elle ne se laisse pas gagner par le découragement et dépose des demandes dans les entreprises pour la livraison de ses produits. Après plusieurs relances suivies de la présentation du produit elle obtient son premier gros marché avec Prosuma en 2008 c'est-à-dire deux ans après sa création. Désormais, les produits de Ets Nadi sont disponibles dans les grandes surfaces sous la marque Nadi. Avant cette distribution dans les supermarchés, la vente se faisait de bouche à oreille, avec les membres de l'association. Mais actuellement, non seulement le produit est disponible dans les grandes surfaces en Côte d'Ivoire, mais il est également exporté aux USA, en Australie et en Europe. Avec sa participation au Foodex 2014, ses produits pourront être bientôt au Japon si tout se passe bien avec les contacts qu'elle a eus dans ce pays. La diaspora est également l'un de ses débouchés avec les vacanciers qui repartent à l'étranger après des séjours plus ou moins prolongés en Côte d'Ivoire. Il est arrivé même que des militaires en partance pour une mission en Haïti se ruent sur ses produits. "Deux ans auparavant, des militaires en partance pour Haïti sont venus s'approvisionner auprès de moi. Je ne comprenais pas très bien ce qui a pu les amener vers moi. C'est alors qu'ils m'ont expliqué que l'un de leurs collègues en avait pris au supermarché et avait trouvé satisfaction. C'est ainsi qu'il en a vanté les mérites auprès d'eux. Tous les autres ont donc cherché à s'en procurer."

Cependant, l'entreprise fait face à une difficulté. La production actuelle de grain de mil ou d'attiéké déshydraté est de 500kg la semaine. Les petits séchoirs qu'elle a eu en remplacement du séchoir du chimiste, ne lui donne pas entièrement satisfaction. Mais l'espoir est permis car bientôt, elle pourra bénéficier de l'appui du programme Padec. Une visite a été programmée dans le but de fournir des appareils et équipements pour augmenter la capacité de production à au moins une tonne la semaine. C'est dans l'attente de cet appui, qu'elle se remémore son premier gros contrat. Il s'agissait d'une grosse commande de 1 million de FCFA. Alors qu'elle avait passé beaucoup de temps à chercher de gros marché, cette première grosse commande est venue comme une surprise. La nuit qui a suivi le jour où elle a reçu l'information, elle n'en revenait pas. Mais pire, elle ne savait pas comment elle allait satisfaire son donneur d'ordre. Elle a passé une nuit blanche à trouver des solutions. Finalement, l'histoire s'est bien terminée avec la satisfaction du client.

Il faut pouvoir surmonter les difficultés

Comme toute activité, les difficultés ne sont pas à ignorer. Seulement, il faut pouvoir les surmonter. D'abord, au niveau des produits agricoles, il n'y a pas de possibilités de stockage en grande quantité alors que les prix connaissent parfois des renchérissements. Le sac de 100 kg de mil par exemple, varie de 23000f à 35000fcfa. Ensuite, l'attiéké de bonne qualité utilisé est produit uniquement pour les commandes. Et lorsque celles-ci s'accroissent surtout pendant les vacances, il devient difficile de les honorer. Enfin, les difficultés sont également d'ordre financières puisque l'établissement Nadi, qui emploi par ailleurs 4 personnes, ne bénéficie d'aucune aide des institutions bancaires. L'entreprise a été créée et continue d'exister grâce aux fonds propres de sa promotrice principale qui s'est appuyée sur ces économies de plusieurs années. Pour se faire aidée, elle s'est associée à l'une de ses amies qui est également actionnaire dans l'affaire.

Le FOODEX, une expérience salutaire

Le FOODEX organisé à Tokyo par le gouvernement japonais à l'effet de déceler les nouvelles sources d'approvisionnement pour les produits agricoles a permis à Ets Nadi d'être révélé au monde entier. Ayant passé hauts les mains le test de la qualité et du respect des normes en matière de santé alimentaire, la structure a pu participer à cette grande foire agro-alimentaire d'Asie Pacifique dont l'une des missions est de diversifier les partenaires économiques du Japon en matière agro-alimentaire. C'est déjà une satisfaction pour la directrice générale. " *La sélection pour cette foire était telle que le produit a été dégusté et apprécié. Le monde entier était représenté. Des grossistes, des détaillants, des manufacturiers des différents secteurs agroalimentaires étaient là. Nous avons pu bénéficier d'un temps d'antenne sur une chaine de télévision de grande audience, ce qui nous a permis un engouement réel au niveau des visiteurs. Nous avons constaté que les japonais appréciaient le mélange de mil décortiqué et de riz sans sucre".* Cette foire lui aura permis également de découvrir une recette de canapé avec le riz et les grains de mil réalisé par un cuisinier japonais à partir de ses produits. Le marché est donc porteur mais il faut trouver un créneau et des distributeurs un peu partout dans le monde. Avec cette mission japonaise des marchés vont s'ouvrir certainement à l'avenir. L'Apexci est à pied d'œuvre pour que des portes puissent s'ouvrir dans ce pays. Du coté de l'Europe, les choses bougent également.

Crèmes surgelées et jus de fruit

Marius Nouza

Ouvrez un dépôt et réalisez plus de 11 millions en un an

La consommation de produits laitiers, en particulier de crème surgelée ou congelée, est aujourd'hui une habitude bien ancrée dans les comportements alimentaires des Ivoiriens. En zone urbaine, cette habitude de consommation a donné lieu au développement de plusieurs produits parmi lesquels ceux fabriqués par la société Fanmilk. Depuis le milieu des années 90, elle a développé le produit « crème star » qui n'a cessé de s'imposer depuis lors. Récemment, elle a élargi sa gamme de produits avec d'autres nouveaux venus. Elle a même étendu son expertise à la fabrication de jus de fruits. Aujourd'hui, ce déploiement de produits a favorisé l'émergence d'opportunités réelles pour les entrepreneurs. En effet, afin d'étendre sa part de marché, la société a donné l'opportunité à ces derniers de s'installer comme agents exclusifs. Ainsi, elle leur donne l'occasion d'ouvrir des dépôts afin d'en faire un business rentable. Dans le dossier que vous lisez en ce moment, nous nous efforcerons de démontrer la rentabilité d'un tel business.

Résumé succinct du projet

Le projet de cette semaine consistera à ouvrir un dépôt afin de commercialiser divers produits comprenant essentiellement de la crème surgelée, du yaourt et des jus de fruits fabriqués par la société Fanmilk. En tant qu'agent exclusif, nous proposerons à la clientèle des produits tels que la crème star, fanice, fanyogo, fandango et le produit lait vanille. Nous installerons notre dépôt dans un endroit grouillant de monde la journée, en particulier les gares routières. Pour cela, la commune d'Adjamé serait idéale. Mais il y a également Abobo et Yopougon qui comptent parmi celles où la consommation de ces produits est importante. Pour établir notre business, il faudra mobiliser un montant global de 1 897 000 FCFA. En une année d'activité, ce montant sera largement recouvré. En effet, notre business nous rapportera en termes de bénéfices plus de 11 millions de FCFA. Pour la réalisation de ce projet, notre personne ressource sera Koné Souraka, field sales manager à FanMilk Côte d'Ivoire. Nous nous approcherons également de professionnels sur le terrain.

Identification et estimation des besoins :

Pour ouvrir un dépôt de jus de fruit et de crème surgelée, le promoteur peut partiellement se reposer sur les services de la société fabricante de ces produits. En effet, c'est Fanmilk qui fournit tout l'équipement pour la commercialisation de ses produits. La part du promoteur consiste à payer des cautions sur le matériel fournit ainsi que de se charger du local devant accueillir l'activité.

Acquisition, aménagement d'un local et frais divers

Désignation	Quantité	Coût unitaire	Coût total (FCFA)
Registre de commerce	1	15 000	15 000
Droit d'entrée exigé par fanmilk	1	350 000	350 000
Location d'un local pour une période d'un an	15 (12 mois de loyer et trois mois de caution)	45	675 000
Travaux d'aménagement (uniquement peinture)	1	10 000	10 000
Frais abonnement électricité	1	35 000	35 000
Chaises pour gérant	2	10 000	20 000
Table	1	20 000	20 000
Petits matériels de travail (calculette, stylos à bille, documents de prises de note, etc)	1	15 000	15 000
		Total	**1 140 000**

NB : le local devant servir de dépôt de crèmes surgelées et de jus de fruits n'a pas besoin d'aménagement particulier. Une modeste peinture est suffisante. Si le propriétaire le veut et s'il en a les moyens, il peut construire une identité visuelle du dépôt calquée sur celui de Fanmilk (couleurs, photos, affiches publicitaires, logo, marque, etc.). En outre, le local doit être assez spacieux et aéré pour accueillir au moins trois congélateurs et bien d'autres plus tard.

Equipements de travail fournis par Fanmilk

Désignation	Quantité	Coût unitaire	Coût total
Cautions congélateurs 600 litres	3	60 000	180 000
Frais annuel d'entretien des congélateurs	3	10 000	30 000
Cautions pousses	6	20 000	120 000
Glacières	6	Gratuit	Gratuit
		Total	**330 000**

NB : Pour atteindre rapidement le seuil de rentabilité, Fanmilk propose au promoteur ce volume d'équipements. Les pousses et glacières sont réservées aux revendeurs. Ces derniers peuvent être également équipés en vélos afin de faciliter leur déplacement sur de longues distances. A ce niveau, le promoteur doit payer 40 000 FCFA de caution par vélo.

Coût de la première commande

Désignations	Quantité	Coût unitaire	Coût total
Cartons de crème star (produit phare)	25	8 000	200 000
Cartons de Fanice	2	9 180	18 360
Cartons de fanyogo nature	4	7 855	31 420
Cartons de fanyogo fraise	4	7 855	31 420
Cartons de lait vanille	5	8 160	40 800
Cartons de jus de fruits fandango	15	7 000	105 000
Total	**55**		**427 000**

NB : Pour la première commande, la société fanmilk exige un investissement minimum de 400 000 FCFA. Les produits dans le tableau sont donnés à titre indicatif. Le promoteur peut choisir à loisir les produits qu'il veut et la quantité qu'il veut à condition que la barre des 400 000 FCFA soit atteinte. Il convient cependant de noter que le produit qui se vend le plus est la crème star.

Ressources humaines

En matière de ressources humaines, le promoteur du dépôt n'a pas trop de contraintes. Il a besoin de deux types de travailleurs : un gérant et des revendeurs. Le gérant s'occupe quotidiennement de la gestion du dépôt et des relations avec les revendeurs. Il doit être un homme de confiance, maitrisant les règles basiques de comptabilité afin de faire clairement la distinction entre le fonds de roulement, les marges du dépôt et les marges des revendeurs. Sa rémunération sera décidée de commun accord, mais elle devrait respecter le Smig en vigueur à savoir au moins 60 000 FCFA. Quant aux revendeurs, leur nombre dépendra du nombre de glacières, de pousses ou de vélos mis à disposition. Pour un départ, on peut se contenter d'une dizaine de personne, voire une douzaine à raison de 6 glacières et de 6 pousses pour atteindre le seuil de rentabilité. Enfin, la rémunération des revendeurs dépend de leur efficacité. Ils ont une marge sur le prix de revient du produit au consommateur. Donc, plus ils vendent, plus ils se font de l'argent.

Encadrement et supports pédagogiques

Avant de se lancer dans l'activité, le promoteur bénéficie d'une formation proposée par la société Fanmilk. Son centre de formation qui se trouve à la Gare nord de la Sotra à Adjamé, donne l'opportunité à ce dernier de maitriser tous les rouages de la commercialisation de crèmes surgelées et de jus de fruits. Car en réalité, ces produits sont sensibles. Il faut pouvoir bien les manipuler afin d'éviter de faire de grosses pertes. Cette formation dure en moyenne une semaine.

Mise en œuvre du projet

La réussite du projet repose sur plusieurs éléments dont un bon local, une bonne gestion des stocks et une bonne gestion des employés. En termes de local, la situation géographique est importante. En général, les communes où se trouve une forte concentration de populations sont celles où les produits fanmilk marchent le plus. Ainsi Adjamé et Abobo présentent de bonnes performances. Le dépôt le plus performant se trouve à Adjamé Mirador avec des revendeurs réparties dans les gares routières environnantes. En outre, le local doit être aéré et spacieux. Cela est important car les congélateurs fonctionnent mal lorsqu'il y a de la chaleur. Concernant la gestion des stocks, il faut veiller à ne pas être en rupture. Ainsi, il faut surveiller son stock et commander au moment opportun. Trois jours de livraison sont proposés par Fanmilk dans la semaine (lundi, mercredi et vendredi). Le promoteur doit toujours commander la veille du jour de livraison. Au sujet des employés, il est important de veiller sur leur santé afin qu'ils soient davantage efficaces. On peut prévoir par exemples des jours de repos dans la semaine et des heures de repos dans la journée. En plus, le transport de glacière pouvant s'avérer à la longue préjudiciable à l'employé en matière de santé, il est conseillé de mettre l'accent sur les vélos ou les pousses. Par ailleurs, il est important de savoir que certaines périodes de l'année sont favorables ou défavorables au commerce de crème et de jus. En saison froide ou de pluies, les ventes connaissent un pic. Il faut pouvoir gérer cette période.

Modèle commercial

Notre dépôt de crèmes surgelées et de jus de fruit commercialisera 5 types de produits à savoir de la crème ordinaire (star), du yaourt congelé (fanyogo), de la crème raffinée (fanice), du lait mélangé à de la vanille (produits lait vanille) et du jus de fruits citrus et tropicale (fandango). Voici dans le tableau suivant les coûts de ces produits ainsi que la marge des différents intervenants (propriétaire de dépôt et revendeurs) :

Produits	Coût unitaire (FCFA)	Marge agent exclusif (AE) en FCFA	Marge AE sur un carton (FCFA)	Marge revendeurs (CFA)	Marge revendeurs sur un carton (FCFA)
Star 90 ml	100	13,3	20	20	2 400
Fanice 150 ml	150	18,0	30	30	2 700
Fanyogo nature 100 ml	100	14,5	20	20	2 400
Fanyogo fraise 100 ml	100	14,5	20	20	2 400
Lait vanille 100 ml	100	12,0	20	20	2 400
Fandango congelés 200 ml	100	10	20	20	2 000

Marge des intervenants avec la première commande

Désignation	Marge dépôt	Marge revendeurs
25 Cartons de crème star (produit phare)	40 000	60 000
2 Cartons de Fanice	3 240	5 400
4 Cartons de fanyogo nature	6 960	9 600
4 Cartons de fanyogo fraise	6 960	9 600
5 Cartons de lait vanille	7 200	12 000
15 Cartons de jus de fruits fandango	15 000	30 000
Marge total pour la première commande	79 360	126 600

Ainsi, avec la première commande, le propriétaire du dépôt réalise une marge de 79 360 FCFA et le revendeur, une marge de 126 600 FCFA. Si ce dernier est avantagé dans la répartition des marges, c'est parce qu'en réalité tout le travail repose sur lui. Ces marges sont réalisées si et seulement si tous les produits ont été vendus. Pour être prudent dans les prévisions, il est bon de prévoir des invendus dans l'ordre de 10%/.

La commande de 400 000 FCFA peut s'écouler en 2 jours. Ce qui veut dire qu'en une semaine, on peut réaliser trois commandes. Dans cette éventualité, le dépôt peut réaliser une marge 3 fois plus importante :

79 360 × 3 = 238 080 FCFA. En un mois cela fait : 952 320 FCFA

Sur la base d'une commande totale de 400 000 FCFA, 3 fois dans la semaine, pendant 6 mois d'activités, le promoteur du dépôt peut empocher :

952 320 × 6 = 5 713 920 FCFA. Sur cette même base, le promoteur peut réaliser une marge intéressante de 11 427 840 en une année. Il est bon de noter que Fanmilk impose des objectifs de rendement à ces agents exclusifs. Chaque dépôt doit par exemple commander au moins 1 million de FCFA de produits par mois.

Quant aux revendeurs, leur marge sera de :

126 600 × 3 = 379 800 FCFA. En un mois cela fait : 1 519 200 FCFA. Ce montant est à repartir entre l'ensemble des revendeurs. Chaque revendeur peut écouler au moins 2 cartons de produits par jour. Ainsi pour les 55 cartons à écouler en 2 jours, il faudra environ 14 personnes.

En général, un seul revendeur peut vendre au moins 200 unités de produits par jour. Avec cette performance, il peut obtenir 4 000 FCFA de recette par jour sur un produit tel que la « crème star ». En un mois de travail, cela fait 96 000 FCFA à raison de 6 jours de travail dans la semaine. En 6 mois cela fera 576 000 FCFA, soit 1 152 000 FCFA en un an.

Vente de vêtements neufs

Moyé-Anges KOUASSI

Réalisez 1,2 millions F Cfa de chiffre d'affaires mensuel

Tenue de soirée exigée ! La formule est connue. Mais si s'habiller permet de se couvrir le corps, bien s'habiller dit-on soigne le moral et notre image vis-à-vis des autres. L'exigence d'être présentable à différentes occasions de la vie (entretien d'embauche, mariage, culte dans les lieux saints…) développe la vente de vêtements neufs, devenue un créneau d'insertion socioéconomique pour nombre de jeunes.

Se nourrir, se loger et se vêtir sont les trois besoins primaires de l'homme. Cette allégation est beaucoup plus valable du point de vue de l'homme primate car dans la société moderne l'importance accordée à l'un comme à l'autre de ces besoins fait appréhender notamment l'action de s'habiller non plus comme le simple fait de se couvrir le corps, mais très souvent comme un mode d'expression de son appartenance à un groupe culturel, à une classe sociale, ou simplement à une tranche d'âge. De cette réalité découle un principe économique qui voudrait que là où se créent des attentes, naît l'urgence de les satisfaire d'autant plus que le caractère éphémère de la satisfaction humaine entretient l'activité économique en question qui s'en nourrit et y trouve un gage de sa perpétuité. Ce qui fait que la mode dont il est question aujourd'hui, du moins, du point de vue de la commercialisation de vêtements et accessoires neufs connaît une explosion à Abidjan, la capitale économique ivoirienne. Passage au peigne fin d'un business hautement rentable.

Les boutiques de vêtements neufs se rapprochent de la clientèle avec des revenus importants

Aperçu de la vente de vêtements neufs

La commercialisation de vêtements neufs est avant tout une question de vitrine et de boutiques chics. Sur les bords de la lagune Ebrié, les grandes enseignes sont connues autant que leur localisation d'abord à Abidjan nord, avec les échoppes du Plateau, et à Cocody avec les centres commerciaux sur le Boulevard Latrille et dorénavant sur le Boulevard Mitterrand. Ensuite à Abidjan sud où les commerces se retrouvent pour l'essentiel tout au long du Boulevard Valéry Giscard d'Estaing et dans un rayon d'un kilomètre aux alentours. Dans ces grandes boutiques, nul n'est besoin de deviner le type de clients qui est visé. Et on ne vend pas que des vêtements, mais surtout des marques. Et l'une après l'autre, les grandes marques européennes font leur entrée sur le marché ivoirien des vêtements de luxe livrant la « bataille » aux commerces de particuliers locaux pour la moindre portion d'espace sur ce boulevard. Un rapport de force qui dit-on fait flamber le prix du mètre carré dans ces endroits, désormais considérés comme les hauts lieux du business du luxe en Côte d'Ivoire.

Toutefois un fait crée la rupture. Et cadre avec l'esprit de notre rubrique. Il s'agit de l'apparition dans les quartiers non visés par ce marché, de petites enseignes appartenant à des jeunes ivoiriens et qui proposent des vêtements neufs à une clientèle issue de la classe moyenne. Cela répond selon Olivier (le nom a été changé), propriétaire d'une boutique, une jeune Sarl dont la branche mode est installée à Yopougon, au besoin de rapprocher la marchandise de luxe des consommateurs qui n'ont pas forcément la culture de « faire les boutiques » tout en les amenant à démystifier ces magasins de luxe afin d'épouser le goût du glamour à proximité de chez soi. Une option osée pourrait-on dire. Mais elle est portée d'une manière ou d'une autre et indirectement par le phénomène des concepts musicaux urbains. Concepts tirés en toile de fond par le Couper-Décaler avec en prime un goût effréné de l'ostentatoire et du « bling-bling » tels que mise en scène par les médias et consommés à volonté par la jeunesse. Mais pas seulement, car si classe moyenne il y a dans ces quartiers, ses acteurs, généralement des jeunes-vieux ou jeunes-adultes (c'est selon) ne rechignent pas non plus sur les moyens pour s'offrir vêtements, chaussures, montres, et parfums de premier choix. C'est avec plaisir et pour ajouter de l'eau à notre moulin que nous marquons une pause à notre entretien avec Olivier pour la satisfaction d'un client (un habitué de la boutique), tiré à quatre épingle qui s'en est allé avec un nœud papillon, des boutons de manchette et un parfum, non sans prendre rendez-vous la semaine prochaine (aujourd'hui ndlr) pour une commande, et d'y laisser un gros pourboire à notre interlocuteur au goût vestimentaire de qui il dit s'en inspirer. Si Olivier privilégie les prêts-à-porter masculins, c'est aussi, nous confie t-il pour tenter de créer un équilibre car le secteur est dominé par les magasins dévolus à la clientèle féminine, celle-ci étant davantage portée sur le renouvellement de sa garde-robe.

L'investissement initial

Faire le commerce de vêtements neufs, voire de luxe est avant tout opérer un choix élitiste dans un environnement fortement concurrencé par les vêtements de seconde main appelés « brode ». Pour commencer cette activité, deux possibilités se présentent : l'installation dans un local aménagé servant de boutique ou la prospection des clients de bureau à bureau, de son entourage à ses connaissances lointaines. Pour l'option de l'un ou l'autre des cas, la qualité de la marchandise est importante. Aussi, à partir de l'option mobile une passerelle peut-elle se créer pour aboutir à la localisation fixe grâce au réinvestissement des bénéfices. Quoique le choix ambulant demande moins d'investissement nous recommandons l'option de boutique fixe qui est plus formelle et donne plus de crédit à l'activité vis-à-vis des clients et des institutions de financement.

Les bénéfices

Le commerce de vêtements neufs à l'intérieur des quartiers s'avère être une activité à fort potentiel bénéfique. Mais pour arriver à faire des bénéfices intéressants, il faut tenir compte selon Olivier d'un certain nombre de paramètre en passant les commandes. En premier, la saison chaude ou froide mais aussi la tendance. Sur ce dernier point et concernant les costumes, les vestons (veste slim fit) aussi appelés blazers sont les plus demandés actuellement. Il faut en outre prendre en compte la matière (tissu), la coupe (régulière ou près du corps). Les demandes de t-shirt, polo, et jeans sont constante quelle que soit la saison et atteignent un pic pendant les vacances. Ainsi la recette journalière de 25 000 est atteinte en période normale dans les commerces de vêtements pour homme et varie entre 30 et 40 000 F Cfa pendant les vacances et les périodes de fête surtout dans les boutiques dédiées à la gente féminine. Soit un rendement mensuel oscillant entre 900 000 et 1200 000 F Cfa Certains commerçants proposent donc à la fois des prêts-à porter pour femmes et des vêtements pour hommes. C'est le cas notamment à Adjamé dans les encablures de l'église universelle du royaume de Dieu où des jeunes gens n'hésitent pas à vous accoster et présenter leur offre puis vous conduire à leurs boutiques s'y vous y consentez.

Investissement initial pour une boutique de vêtements neufs

Désignation	Prix
Contrat bail et location	50 000 x 4= 200 000 F Cfa
Aménagement	250 000 F Cfa
1ère commande	1 000 000 F Cfa
Promotion inaugurale	50 000 F Cfa
Total	**1 500 000 F Cfa**

La retraite active

Marius Nouza

Les solutions du Fidra pour les retraités entrepreneurs

Amener les personnes du troisième âge à vivre une retraite active après de longues années de fonction dans le public ou le privé, tel est le principal objectif du Fonds international pour de le développement de la retraite active (Fidra). Pour tenir cet objectif, la structure développe entre autres, des solutions financières afin d'accompagner les retraités entrepreneurs à développer leurs entreprises ou à les créer.

L'image du retraité en Afrique et particulièrement en Côte d'Ivoire rime le plus souvent avec pauvreté et misère. Au point où quand vient la période de la retraite, les travailleurs sont dans un désarroi difficilement explicable. Ils ont peur, ils s'inquiètent. Pourtant, la retraite n'est qu'une étape de la vie du travailleur auquel il ne peut se soustraire. Inutile de la craindre, il faut plutôt l'affronter. Mieux, il faut la préparer pour éviter d'être surpris. L'une des manières de le faire, c'est d'envisager une retraite active. La vie ne s'arrête pas à la retraite. Le travail non plus. Bien au contraire, il faut travailler pour continuer à créer de la richesse au delà de sa pension et vivre mieux. Et donc après avoir pris sa retraite, le travailleur peut continuer à travailler sous diverses formes. L'une de ces formes consiste à créer un business et le gérer, ou développer une activité génératrice de revenus déjà existante. Contribuer à une retraite active de ses clients à travers la promotion d'activités génératrices de revenus, tel est l'un des objectifs du Fonds international pour le développement de la retraite active (Fidra) en Côte d'Ivoire.

Photo de famille au Fidra à l'occasion d'une cérémonie de récompense

Des produits financiers pour soutenir les retraités

En tant qu'institution de microfinance, le Fidra offre des services classiques propres à tous les établissements financiers. Il s'agit entre autres des produits financiers d'épargne et de crédit. Il faut noter que le Fidra cible les retraités bénéficiant d'une pension, c'est-à-dire ceux qui ont cotisé pendant leur année de fonction soit à la Caisse nationale de prévoyance sociale (CNPS) pour ce qui concerne le privé, soit à la caisse général de retraite des agents de l'Etat (CGRAE) pour ce qui concerne le secteur publique. Donc, pour bénéficier des services de cette structure, il faut être client, c'est-à-dire y domicilier sa pension et ensuite souscrire à des produits d'épargne. Il en y en a trois types à savoir les comptes d'épargne ordinaire, les comptes d'épargne investissement et les dépôts à termes (DAT). Ces trois services constituent une garantie pour obtenir un crédit, l'autre pilier des services du Fidra. Comme tout établissement financier, le fidra a pour rôle de collecter l'épargne et ensuite de la distribuer à travers des les crédits. Le fidra développe plusieurs produits de crédits dont le « crédit financement de projet » qui est destiné à soutenir les retraités entrepreneurs.

Le crédit financement de projet

Un retraité qui est client du fidra, qui perçoit régulièrement sa pension et qui a un projet peut bénéficier de ce service de crédit. La seule contrainte, c'est que l'importance du montant est proportionnelle au niveau de sa pension. En d'autres termes, le crédit dépendra de la capacité de remboursement du client telle que suggérée par les nouvelles règlementations en vigueur concernant la quotité cessible estimé à 33% et des garanties dont le retraité dispose. Les flux de revenus serviront au remboursement tandis que les garanties, l'épargne en particulier, permettront la mise en place du projet. Ainsi donc avec le Fidra, en terme de financement, il n' y a pas de montants minimum ni de montants maximum prédéfinis. A partir du flux de revenus, la capacité de remboursement du client est déterminée et le financement est fait proportionnellement à cette capacité. Le Fidra ne peut aller au delà de ce que le retraité peut supporter financièrement.

Par ailleurs, les services de prêts sont disponibles immédiatement dès que la pension du retraité est domiciliée au Fidra. Telle est la plus grande garantie que le fidra prend en compte. Cependant, l'octroi du prêt est conditionné par une analyse du projet afin de voir ses conditions de succès. Le fidra se donne en effet, entre autres missions d'apporter une éducation financière à ses clients au moment de la sollicitation d'un crédit ou bien avant. Avant d'accorder un crédit, il jette un regard critique sur le background du client, c'est-à-dire son expérience professionnelle ou son expertise. Par exemple, un retraité qui toute sa vie professionnelle a été professeur d'anglais, et qui à la retraite désire investir dans un secteur qui ne correspond pas au domaine de l'enseignement, il lui sera difficile d'obtenir un prêt. C'est avec un regard très critique que le Fidra analysera son dossier. On ne peut investir dans un domaine dans lequel on n'a aucune expertise. L'expertise doit être d'abord démontrée avant que le crédit ne soit disponible. En effet, comme dans toute analyse de dossier de crédit, il y a deux parties essentielles à savoir l'analyse du risque qui porte sur l'environnement économique du projet et ensuite l'étude de la rentabilité. Les risques doivent donc être moindres et la rentabilité garantie. L'analyse du risque prend ainsi en compte l'expertise du retraité dans le secteur d'activité dans lequel il veut investir.

Commencer quelque chose avant d'aller à la retraite

Le Fidra n'a pas une préférence particulière en termes de secteurs d'activités. Tous les secteurs économiques sont finançables par le service de crédit. Pour lui, à partir du moment où les études montrent que le projet est rentable, il peut être financé. Aux dires de ces responsables, l'objectif ultime de cette structure, est de faire en sorte que la vie du retraité puisse connaitre une amélioration, une valorisation, un changement positif en Côte d'Ivoire. S'il prête, il veut être en mesure non seulement d'atteindre cet objectif, mais également de pouvoir recouvrer l'argent prêté. L'idéal pour lui en matière de financement, c'est d'avoir affaire à des personnes qui ont déjà commencé une activité pendant leur année de service ou juste après et qui cherchent à le développer ou à l'agrandir. Dans un tel contexte, il se sent plus à l'aise pour apporter son accompagnement. Pour ce qui concerne les projets à mettre en place, la structure prend beaucoup de précautions avant d'accéder à la demande du client.

Des conseils pour préparer sa retraite active

Avoir une culture de l'épargne

Il ne faut pas considérer l'épargne comme le résidu de la dépense, c'est-à-dire, ce qui reste quand on a fini de faire face à toutes les dépenses du mois. L'épargne doit être considérée au contraire comme une dépense primordiale à laquelle il faut faire face dès qu'on perçoit son salaire à la fin du mois. C'est cette épargne qui permettra de nous soutenir lorsque nous serons à la retraite ou bien avant avec la mise en place d'une activité génératrice de revenus.

Réfléchir à un projet

Le travailleur doit avoir une vision pour sa retraite avant même d'aller à la retraite. Il ne doit pas commencer à préparer sa retraite au moment où il va à la retraite au risque de ne jamais se retrouver. C'est pour ne pas avoir pris cette précaution, que certains pleurent lorsqu'ils doivent aller à la retraite. Une manière de préparer la retraite c'est de concevoir un projet et de le mettre en exécution le plus tôt possible. Développer une activité permettra de s'en sortir financièrement quand on fera face à cette étape fatidique de la vie. Il y a un travail en amont qui doit se faire. Le travailleur ou le retraité, doit être capable d'identifier un projet viable, de rédiger un business plan et apporter un capital de départ. En outre, la retraite active peut être aussi multiforme. On peut réussir sa retraite en écrivant ses mémoires, en apportant son expertise, en faisant du bénévolat, etc.

Réduire les dépenses lorsqu'on approche de la retraite

Réussir l'éducation de ses enfants est très important. A la retraite, on ne perçoit plus de salaire. On bénéficie juste d'une pension. Comme on le sait la pension est largement inférieure au salaire qu'on touchait. Et à la retraite, les charges restent les mêmes la plupart du temps alors que les revenus diminuent. Ce qui veut dire implicitement qu'on ne pourrait plus faire face aux dépenses qu'on faisait lorsqu'on était en fonction. Il faut donc veiller à les réduire. Avec des enfants à bas âge, cela deviendra pénible. L'idéale c'est qu'avant qu'on ne soit à la retraite, tous les enfants soient déjà en activité professionnelle.

La question de la semaine

Chaque semaine, nos coachs répondent aux préoccupations des acteurs du monde de l'entrepreneuriat confrontés à divers difficultés dans leurs activités de gestion au quotidien. Cette semaine, notre coach est Régis Amon, coach formateur pour aspirants entrepreneurs et pour PME en difficultés de vente.
Envoyez vos questions à entreprendreenci@yahoo.com

M. Régis, que faire lorsqu'on est performant dans un domaine d'activités pour lequel on n'a aucune passion ?

Beaucoup d'auteurs en entrepreneuriat disent qu'il faut de la passion pour être un entrepreneur. D'autres vont plus loin en recommandant d'entreprendre dans une activité pour laquelle nous sommes passionnés. Mais que se passe-t-il si nous avons une compétence dans un domaine dans lequel nous n'éprouvons aucune passion. Je veux parler de ces centaines d'étudiants diplômés des facultés universitaires de Criminologie, d'Anglais, de Géographie. L'exemple d'aujourd'hui vous démontrera que le manque de passion peut se transformer en une formidable opportunité pour gagner des revenus et que finalement l'entrepreneuriat est une affaire de solution aux problèmes orientés dans un sens business.

En effet, c'est l'exemple d'un cuisinier qui a réussi à monter un business original dans son domaine et à empocher 150 millions de Francs CFA au bout de deux (02) années d'activité sans cuisiner un seul plat. Il s'agit d'un jeune cuisinier Américain qui découvrit que la cuisine était finalement un métier éprouvant et qu'il fallait vraiment être passionné pour passer son temps à découper des oignons, des centaines de kilo de pommes de terre des tomates, attendre les cuissons, et le plus agaçant, laver les légumes dans les restaurants des grands Hôtels. Il conclut qu'il n'était pas fait pour ce métier. Mais que faire à la place pour gagner sa vie, car il n'avait appris que la cuisine professionnelle comme métier.

Il s'est dit que si lui qui était cuisinier professionnel, il trouvait que cuisiner était « chiant », combien plus les femmes trouveraient cette tâche ennuyante.

Son concept est donc parti du constat que les femmes citadines à New York ces dernières années souhaitent faire la cuisine pour leurs époux comme le faisaient leurs mères à l'époque. Mais avec le travail, il n'y avait pas le temps pour cuisiner un plat fait-maison traditionnel après le boulot. Les repas familiaux se résument à des plats surgelés à chauffer aux micro-ondes. En outre, une enquête a révélé que 4 sur 5 hommes souhaitent manger les repas que leurs prépareraient leurs épouses que les plats industriels surgelés.

Alors, il entreprit de créer ce qu'il a appelé « un salon de cuisine ». Il s'agit d'un salon comme un salon de coiffure mais en lieu et place des coiffures, les femmes y vont pour cuisiner. Le jeune cuisinier rédigea plus de 200 fiches de recettes de plats familiaux. Les ingrédients sont préparés à l'avance : légumes lavés et découpés, bouillons, etc. Les femmes payent une location de 2h pour le salon et peuvent préparer tous ce qu'elles veulent. Les recettes sont très rapides à faire puisque tous les ingrédients sont préparés d'avance. Il suffit simplement de mélanger les ingrédients d'une recette les uns après les autres et de les faire cuire en 15 à 20 minutes. Généralement, les femmes célibataires ou non y vont pour préparer plusieurs repas pour la semaine de travail qu'elles stockent ensuite dans des bols, les conservent au réfrigérateur et les réchauffent.

Très vite ces salons sont devenus les « must » des femmes cadres de New York. A la descente du boulot vers 17H00 jusqu' à 21H00, elles préparent des plats originaux pour elles-mêmes et leurs familles sous la supervision du jeune cuisinier. Son rôle consistait à préparer les ingrédients d'avance, à fournir des explications à celles qui en ont besoin pour mieux comprendre les recettes et les appliquer. Fini le manque d'idée pour savoir quoi manger ce soir, les plats industrielles sans saveur et les conserves. Le concept plut tellement que le jeune cuisinier ne tarda pas à empocher des dizaines de milliers de dollars. Au bout de 2 ans, il attira l'attention d'un investisseur qui lui acheta le concept pour plus de 300 000 dollars soit 150 millions de FCFA.

C'est comme ça que notre cuisinier pu empocher des millions de francs CFA sans réellement cuisiner. A vous donc de transformer tous vos problèmes ou votre

manque de passion en opportunité d'entreprise.

Bon courage dans votre recherche de produits ou de services rentables. Moi, je serais toujours là pour vous donner quelques inspirations et idées d'entreprise. Au fait, vous avez remarqué qu'une entreprise ça peut aussi se vendre en entier. là encore c'est une culture qu'on a pas en Afrique mais qui est porteuse. Créer une entreprise rentable puis la revendre quelques années plus tard. En Côte d'Ivoire, des Hommes d'affaires comme KONE DOSSONGUI et YERIM SOW en ont fait leur sport favori.

cabinetamp@yahoo.fr

Solutions ventes

Nouveaux entrepreneurs

Comment avoir de « gros clients » dès le départ

Georges, un de mes clients, propriétaire d'une société de gardiennage se plaignait qu'il est trop difficile pour une PME débutante d'avoir de « gros marchés ». Par exemple, il a toujours espéré avoir au moins comme client une des banques d'Abidjan. Pour une société de sécurité, ça représente le sésame, ça signifie des paiements réguliers et surtout une crédibilité exceptionnelle pour décrocher des marchés encore plus grands. Mais à chaque fois, ses prospects lui demandent des « grosses références » qu'il n'a pas. Comment peut-il avoir de gros clients si aucun d'eux ne veut vous faire confiance une première fois ? me demanda-t-il. Son histoire est quasiment similaire à celle de Mireille qui vend des produits amaigrissants mais qui a du mal à convaincre ses clientes que ses produits marchent et qu'elles peuvent perdre du poids au bout de 2 mois. Certains experts en marketing lui ont dit d'utiliser des témoignages d'anciennes clientes pour rassurer ses prospects. Mais ce fut l'impasse car elle venait de démarrer et n'avait pas encore de clientes. Encore un cercle vicieux, comment vous faire confiance si personne ou très peu de personnes vous font confiance en devenant vos clients. Moi-même en tant qu'entrepreneur débutant je l'ai vécu avec mon entreprise COLIVOIRE EXPRESS et je le vis encore pour chaque nouvelle entreprise que je crée comme le CABINET AMP.

En fait, toutes les entreprises créées démarrent avec un handicap : LE MANQUE DE CREDIBILITE c.-à-d. que vos prospects ne croient pas encore en vous et en vos produits.

Vos prospects hésiteront toujours à vous céder leurs argents durement gagnés contre votre produit ou votre service car ils ne sont pas sûrs que vous puissiez fournir ce que vous prétendez que votre produit ou votre service sait faire. Idem pour les gros clients qui se méfieront de vous parce qu'aucun de leurs pairs n'a conclu de marché avec vous. Dans ce genre de cas, une seule technique vous permet de sortir de l'impasse. Cette technique s'appelle « la démonstration de valeur » c'est la seule technique qui à la fois permet d'attirer l'attention sur vos produits ou vos services et de convaincre vos prospects d'acheter chez vous. Malheureusement de nombreuses entreprises PME ne maîtrisent pas les fondamentaux de cette technique, loupent par conséquent l'opportunité d'utiliser leurs créativité pour faire le « Buzz » et pour enlever tout doute dans l'esprit de vos prospects sur la qualité de leurs produits. Voici une illustration de démonstration de valeur fort bien réussie que j'ai vu une page de Yahoo en 2012 : Aux Etats Unis, une société de fabrication et de vente de vitres blindées incassables voulait attirer l'attention de ses prospects notamment les banques. Elle imagina donc un concept d'attraction basée sur la démonstration de valeur. Elle fabriqua une des fameuses vitres incassables et y plaça à l'intérieur la somme de 3 millions de dollars US soit 22,5 milliards de francs CFA en espèces. Elle installa cette vitre en pleine rue et lança un défi à tous les passants. Quiconque arrivera à briser la vitre, emportera les 22,5 milliards de francs CFA. D'après vous, une banque qui voit cette démonstration peut-elle douter de la solidité d'une telle vitre que cette entreprise ait déjà ou non des clients ? Bien sûr que NON.

Apprenez donc à démontrer la valeur de votre produit et vous verrez que les gens ne douteront plus de vos produits ou de vos services et achèteront plus facilement.

Une contribution de notre expert
Regis Amon
cabinetamp@yahoo.fr

Les bienfaits de l'entrepreneuriat sont connus de tous. Ils sont nombreux à vouloir s'y mettre, ils ont des idées d'entreprises mais n'ont pas forcément la bonne information pour trouver des partenaires, des marchés, des financiers, la bonne formation, etc. Votre journal « entreprendre en Côte d'Ivoire» s'est donné pour mission entre autres de favoriser des relations d'affaires à travers sa rubrique « opportunités d'affaires» qui consistera en la mise à disposition chaque semaine des annonces concernant les opportunités d'affaires en Côte d'Ivoire et même à l'international.

Africa Agri Forum en Octobre A Abidjan – Opportunités de partenariat
l'Africa Agri Forum, l'événement phare de l'agriculture en Afrique francophone, se tiendra les 13 et 14 Octobre prochains à Abidjan. Cette édition intitulée « Quelle révolution verte pour le continent africain » abordera les questions clés relatives au développement du secteur agricole dans la région ainsi que le rôle des gouvernements africains dans sa promotion. Durant cet événement réunissant gouvernements, ministères de tutelle, acteurs privés du secteur agricole et institutions financières, les différentes séances plénières traiteront notamment, des leviers de croissance du secteur dans le continent, de la modernisation et du financement de l'agriculture en Afrique.
Pour plus information ou pour télécharger le programme de l'événement, n'hésitez pas à visiter notre page web sur http://www.i-conferences.org/africa-agri-forum/ ou à me contacter sur le 00 212 522 36 95 15 ou sur zaba@i-conferences.org

Recherche de fournisseur de bois tali et doussié
Nous sommes à la recherche de bois tali (Erythrophleum africanum) et de bois doussié (Afzelia africana) sous formes de bois ronds, carré ou de grumes. A tous les sérieux fournisseurs, faire vos propositions au port de Hai Phong au vietnam ou par FOB de votre port par email. Merci
Tuson N. Director at VSAF PTE. LTD.

Disponibilité d'huile de tournesol
Pure huile de tournesol pré-embouteillée disponible d'Afrique du Sud. (RSFO) (Marque : SFO). Nous pouvons vous assister à travers notre label. Approvisionnement et disponibilité garantis. Pour plus d'informations, contactez-nous.
Ian D. M.E.T

Recherche d'importateurs
Nous sommes à la recherche d'importateurs sérieux pour faire la promotion de notre huile de cuisine. Contactez-nous pour de plus amples renseignements.
Managing Director at ML Global resources

Vendeurs d'huile de palme
Nous recherchons des vendeurs sérieux d'huile de palme en Côte d'ivoire afin d'établir des partenariats de longue durée. Nos besoins sont estimés à 500 tonnes par mois. Les fournisseurs intéressés peuvent nous contacter à l'adresse suivante: infoscpol@gmail.com
Arthur Colin Directeur marketing chez Comapci-SARL

Recherche de partenariat commercial
Entreprise d'approvisionnement général et prestation de services basée principalement dans le courtage et négoce de matières premières agricoles (Cacao,café, Noix de cajou, huile de palme etc..) ; le négoce international de biens informatiques ; électro ménagers ; d'équipements industriels, techniques et mécaniques, ainsi que l'import-export de ceux-ci, recherche des partenaires commerciaux pour ces divers produits.
Pierre Arnaud Anguié
General manager of agps-group & ship supplier

Farine de blé
Entreprise internationale spécialisé dans le commerce propose du farine de blé d'origine indienne ou autres en vrac et en containers. Envoyez nous vos commande si vous êtes interessés.
Rohit K. International Trade at Cosmos International Ltd.----Bulk Agro Commodities

Recherche de partenaires d'affaires
Nous sommes à la recherché de partenaires d'affaires pour l'expansion de nos activités en Afrique, au moyen oroient et en Asie du sud est. Nous sommes dans le domaine de de la fabrication de batteries de voiture, accumulateurs, onduleurs, onduleurs solaires, pneus (moto, camions, pneus d'équipements agricoles, etc), etc. nous sommes donc à la recherche d'importateurs et de partenaires dans les différents pays de ces trois régions du monde. Si vous êtes interessés contactez-nous.
Khushboo S. International Business Professional at Eastman Global

Recherche de partenaires commerciaux
Nous sommes fabricants de commutateurs et interrupteurs à cames rotatifs pour les deux versions normaux. Nos produits sont diversifiés : machines à pâtes, machine à café industriel, nettoyeurs à haute pression, machines à bois, machine pour pains, équipements de soudage, etc. nous envisageons de développer nos activités en Afrique, Amérique, Russie, Australie, Amérique du sud et dans le moyen orient. Nous cherchons des partenaires et des importateurs dans ces pays. Contactez nous si vous êtes intéressés.
Andrea Marinato N.
Administrateurs de presso Nuova Tecnomatic srl

Recherche de partenaire
Nous produisons des ustensiles de cuisines en acier inoxydable et plastique à partir de l'inde. Nous recherchons des acheteurs, des importateurs, des distributeurs à travers le monde pour écouler nos produits phares. Nous produisons toutes sortes de cuillères, fourchettes, des mortiers et beaucoup plus. Contactez nous pour de plus amples renseignements.
Chirag P. Owner at M. G. Enterprise

Recherche d'acheteurs
Bobines d'aciers galvanise pre-peinte a un prix très abordable. Quantités limitées. Nous sommes en partenariat avec une société internationale qui fabrique des aciers galvanisé pré-peinte. Les bobines sont en quantité très limité au prix très abordable. Nous vous invitons à profiter de cette opportunité. Veuillez nous contacter si vous êtes intéressé.
Maurel H. Manager Général chez Group Génie BTP AFRIQUE

Recherche de distributeurs
Nous recherchons des distributeurs pour notre nouveau produit, Binky fresh. Il s'agit de la seule sucette UV et bouteille mamelon désinfectant jusque là testé et prouvé cliniquement.
Teri B. fondatrice de Oral Steri-Clean™ and Binky Fresh™ President/CEO of 3B Global Manufacturing

Vente d'équipements agricoles
Nous offrons des MasseyFergusson de bonnes qualités issues de séries spéciales, de nouveaux tracteurs en provenance d'Hollande, des outils et des accessoires avec des remises spéciales en Afrique. Si vous êtes intéressés, contactez nous.
Dr. Saqib H. AGRIPAK INTERNATIONAL

Proposition de partenariat
Voulez-vous exporter en Chine ? Nous pouvons vous assister et vous mettre en contact avec vos potentiels importateurs chinois, représentants de commerce, des centres commerciaux, des chaines de magasins à l'échelle nationale, etc.
China H. Marketing Manager of China Import Fair

Recherche de marchés de pour transfert de colis
Nous sommes betsaleel technologies, une entreprise de transfert de colis alimentaires et non alimentaires à travers le monde. Nous désirons entrer en contact avec vous pour vos éventuels besoins ou si cela vous intéresse pour nous trouver des clients moyennant commission. Cocody Angré Terminus des bus 81 et 82. Mme N'guessan, experte TIC, transfert de colis.

Recherche de partenariat
Avec 10 ans d'expérience, nous travaillons à travers le monde avec plusieurs entreprises ouest-africaine, de l'Europe de l'est et du moyen orient. Nous disposons de 700 ha de mangue, de melon et de haricots verts au Sénégal. En plus du Sénégal, Nous écoulons des fruits en provenance du Maroc. Nous sommes des manufacturiers, des importateurs et des exportateurs qui fournissent à travers le monde. Nous avons commencé une campagne de mangue en 2014 avec 50000 tonnes. Le prix est fixé à 1,10 euro FOB pour un kg pour camion de 24 tonnes. Toutes les structures intéressées devront s'engager à commander un camion par semaine pendant 2 mois. Nous voulons établir un accord de partenariat gagnant gagnant.

Recherche d'importateurs
Nous produisons et nous exportons des poisons congelés de chine. Nos principaux produits sont les tilapias (carpes) entiers, les tilapias vidés et écaillés, les filets de tilapias, les brèmes rouge, etc. Si vous avez besoins de poissons congelés de chine, faites nous signe.

Recherche de partenaires
Nous commercialisons divers produits (couches de bébés, mouchoirs, des serviettes sanitaires, des papiers toilettes, etc.), des produits de soins (shampooing, vaisselles, soins des mains, pate dentifrice, etc.), des produits alimentaires (gâteaux, boissons, pâte de tomates, boites de conserves de thon, etc), des produits en latex (sacs à ordures, gains de vaisselles, etc), des produits de beauté, des équipements électroménagers, etc. pour la distribution de ces produits prenez contact avec nous. golrang.com

Recherche de collaboration
Investisseurs et promoteurs immobiliers nous sommes disponibles pour collaborer avec vous et faire des propositions. Nous avons des avant-projets conçus pour être soumis en proposition de financement aux investisseurs intéressés. Pour donner vie à vos projets et faire des investissements d'avenir, chers promoteurs immobiliers et investisseurs, notre collaboration est disponible. Notre crédo " Nous agissons pour concrétiser vos rêves".
Maurel H. Manager Général chez Group Génie BTP AFRIQUE

Vérone Mankou, Inventeur de l'écran tactile Way-C

Source : afrique-demain.org

la haute technologie africaine en émergence ?

Avec Vérone Mankou, on peut rêver de l'émergence de la technologie en Afrique

La haute technologie africaine commencerait-elle à émerger, à être une réalité? Un jeune informaticien du Congo-Brazzaville, Vérone Mankou qui à moins de 30 ans, va lancer la première "tablette tactile" africaine dont il est le concepteur, la Way-C. Après avoir créé en 2005 une agence de communication interactive et de technologies internet, il a travaillé depuis plus d'un an à la conception de cette tablette qui est censée répondre au contexte africain. Cette phase de recherche et développement lui aurait coûté 130 000 € (85 000 000 francs CFA), financé sur fonds propres.

Dans quel marché mondial la Way-C rentre t-il ? 17 millions de tablettes s'étaient vendues au niveau mondial en 2010, plus de 63 millions de tablettes ont été vendues en 2011, pour un marché largement dominé par l'iPad d'Apple avec 73% des parts de marché et secondé par Samsung avec Galaxy Tab 10.1. Pour 2015, les cabinets d'études technologiques prévoient que les ventes mondiales atteindront le chiffre de 326 millions d'unités écoulées.

Dans ce contexte d'un business en forte croissance, Vérone Mankou, s'ancre dans une segmentation et « niche » africaine, en proposant une tablette de 7 pouces (plus petit que le 9,7 pouces de l'iPad), qui fonctionnera avec le système Android 2.3 de Google, un processeur de 1,2 GHz de fréquence, une mémoire RAM de 512 Mo de capacité, un espace disque de 4 Go. Appareil qui sera pratique pour se connecter à Internet par un fournisseur d'accès traditionnel ou par un opérateur de téléphonie mobile grâce à son WIFI et l'accueil d'une carte SIM. Le prix de vente s'adapte au pouvoir d'achat africain, soit 228 euros (alors que le modèle d'entrée de gamme de l'iPad d'Apple est de plus de 500 €).

Si l'assemblage et la construction s'effectuent à Shenghzen, en Chine (tout comme d'ailleurs Apple), l'intégralité du design, l'architecture et l'ingénierie sont réalisés au Congo et par des congolais. Selon nous, la véritable valeur ajoutée d'un produit se trouve dans ses aspects immatériels de conception, d'innovation, de marketing, et non forcément dans la fabrication physique du produit fini. Ce qui devrait donc exclure toute polémique sur l'origine (« africaine ou chinoise ? ») du produit. D'ailleurs Vérone Mankou prévoit que la tablette sera dotée de l'inscription "Engineered and designed in Congo", en plus de « Made in China ».

Le développement commercial debuté en 2011 avec 10 000 tablettes au Congo s'est attaqué rapidement aux autres pays africains, par création de boutiques et réseaux de représentants distributeurs.

Cet exemple suscite néanmoins des questions structurelles africaines qui doivent impérativement interpeller les responsables politiques et économiques africains. Le retard infrastructurel et logistique oblige des entrepreneurs innovants à réaliser l'industrialisation de leurs produits en dehors du continent africain, ce qui est une perte de compétitivité et une perte de possibilité d'embauche. Pourquoi n'existent-ils pas de plus de fonds africains d'investissements en capital risque ou de banque de PME pour accompagner des projets innovants et réalistes, puisque Vérone Mankou a dû financer seul le début de la création de son produit au risque de mettre en péril son agence de communication interactive ?

Au niveau des entreprises africaines, nous insistons souvent auprès de leurs dirigeants, sur le manque de stratégie de marque et de label car dans le business moderne, il est en soit une valeur, un actif stratégique, tout comme les brevets. Espérons donc que la Way-C puisse être un label qui marquera son public, non seulement par son design mais par son efficacité technique et ergonomique. De même, il est à conseiller à Vérone Mankou pour la pérennisation de son entreprise, bien avant que son produit n'arrive à maturité, encore de l'innovation, de la diversification technologique ou de marchés qui doivent être une constante. Ce que de nombreuses entreprises africaines ont encore du mal à réaliser. iPad 2 a été dépassé au premier trimestre 2012 ! Apple voulant constamment « réduire » la concurrence (notamment Samsung) et toujours prendre de l'avance lancera iPad 3 avec un écran haut résolution, plus tourné vers du 16/9 ème que le 4/3 de l'ipad 2, une connexion éthernet, et un processeur encore plus puissant (il est vrai qu'eux ont énormément de capacité d'autofinancement !!).VMK « à sa modeste mesure »prévoirait déjà d'autres applications de contenus propres à l'Afrique, ainsi qu'un « smartphone africain » !

Est-ce donc l'amorce de la création et production en hautes technologies africaines, inversant la simple importation et consommation des technologies occidentales et asiatiques ? Il existe en Afrique d'autres inventeurs technologiques mais qui manquent cruellement de capacité financière, de visibilité médiatique et de pôles d'excellences autour d'eux. Puisse ce projet faire des émules d'autres talents africains. D'ailleurs, VMK le nom de la société de Vérone Mankou signifie en langue Kikongo « Vou Mou Ka », c'est à dire "Réveillez-Vous" !!! Un symbole en action !!

Roland Portella
Consultant Business Development,
Vice-président de la CADE

A voir Sur

BUSINESS24 AFRICA
1ère télé Panafricaine d'informations Économiques

Sante et développement : Focus sur l'hypertension artérielle et les maladies cardio-vasculaires
Lundi 25 août 2014 à 19h00
Mercredi 27 août 2014 à 10h15 et 22h15
Samedi 30 août 2014 à 7h15 et 15h15

ECO-PRESSE, l'actualité économique commentée par les journalistes
Mardi 26 août 2014 à 19h00
Mercredi 27 août 2014 à 10h15 et 21h 15
Jeudi 28 août 2014 à 10h15 et 21h15

Petit Métiers Gros Business : Les brodeurs d'Abidjan livrent leur secret
Mercredi 27 août 2014 à 19h00
Jeudi 28 août 2014 à 9h15 et 15h15
Samedi 30 août 2014 à 11h15, 16h15 et 22h15

Lucarne: Temps forts de la première édition du prix Alassane Ouattara du jeune entrepreneur émergent
Jeudi 28 août 2014 à 19h00
Vendredi 29 août 2014 à 10h15, 17h15 et 22h15
Samedi 30 août 2014 à 11h15, 16h15 et 22h15

L'INVITE de L'ECONOMIE : Armand KONAN, DG de AGRITEC SA, un jeune loup aux longues dents
Vendredi 29 août 2014 à 19h00
Samedi 30 août 2014 à 9h15, 14h15 et 21h15
Dimanche 31 août 2014 à 8h15, 15h15 et 23h15