

CROISSANCE

LE MAGAZINE DE L'ENTREPRISE

EVENEMENT

1ère Edition du GITEX
AFRICA à Marrakech

P.16

*Comment booster
votre communication avec
le mix digital-médias
traditionnels?*

*“La Matrice
d'Eisenhower :
Comment hiérarchiser
vos tâches et gérer vos
priorités.”*

P.8

Entretien Exclusif
*Raibed & Fatiha:
les clés de Réussite de
Pap et Pille*

INTERVIEW

Ndèye Diago Dièye
Managing Director
NYALA VENTURES



P.18

INTERVIEW

Raki Kane
Secrétaire Exécutive
DE LA CEAC



P.25

EVENEMENT

Le Forum des Affaires
dans l'industrie du Sel

P.33



123 456 7891011 12131 14156

SOMMAIRE

4 Editorial

Enquête

6 Les jeunes et l'emploi au Sénégal

Relation Publique

7 Comment booster votre communication avec le mix Digital - Médias traditionnels?

Managament

8 Libérer le potentiel de la Matrice d'Eisenhower dans la vie quotidienne d'un entrepreneur

Conseils

9 **Résilience et Audace**: les meilleures armes pour un entrepreneur vers le succès

Entretien Exclusif

10 **Raïbed & Fatiha TAHRI**: Fondateurs de Papetpille

Evénement

16 **Gitex Africa 2023**: Retour sur le succès du premier salon des nouvelles technologies à Marrakech

Lu pour vous

18 "From Third World to First": l'histoire de Singapour 1965 - 2000 de Lee Kuan Yew

Tendances

19 L'Harmonie de la Tradition et du Style Moderne: **Aïdo Thioune Couture**

Entretien

20 **Ndèye Diago Dièye**: Une vie au service de l'économie locale et de l'entraide

Chronique

26 Devenir incontournable dans votre domaine: Mode d'emploi

Entretien

27 Start Up Act au Sénégal
Raki Kane: Secrétaire Executif du CEAC

Tendances

32 **KG Style**: La Sucess Story d'Assane Ndiour, styliste sénégalais

Chronique

34 L'entreprenariat au Sénégal: la fausse promesse d'une réussite épanouissante

Croissance Magazine

Adresse: 6760 Sicap Liberté 6 rue 80,
Immeuble Ofisini Coworking Space
BP 11837 Dakar

Directeur de Publication

Hamza Ndiaye

Rédacteur en Chef

Mohamed El Habib Ndiaye

Editeur

Grow Hub Sarl

Commercial

Numéro de téléphone: +221775399889
E-mail: croissance@growhubsenegal.com
Site Web: www.croissance.growhubsenegal.com

10

18

25



Nous vous offrons des solutions adaptées

Chez Grow Hub Sarl, nous vous offrons des conseils en Gestion d'entreprises pour aider les PME à améliorer leur performance et atteindre leurs objectifs. Nous pouvons vous aider dans différents domaines tels que:



La mise en place de processus efficaces pour améliorer l'organisation de votre entreprise

Nous pouvons vous aider à identifier les processus clés de votre entreprise, à les optimiser et à mettre en place des outils pour les automatiser. Nous pouvons également vous aider à établir des procédures de suivi pour mesurer l'efficacité de vos processus et à les améliorer en conséquence.



L'élaboration de stratégies pour accroître votre chiffre d'affaires et votre rentabilité

Nous pouvons vous aider à élaborer une stratégie pour atteindre vos objectifs commerciaux en utilisant des techniques de marketing ciblées et des outils de suivi des performances. Nous pouvons également vous aider à optimiser vos coûts pour améliorer votre rentabilité.



La mise en place de systèmes de gestion de la qualité pour améliorer la satisfaction de vos clients

Nous pouvons vous aider à mettre en place des systèmes pour mesurer et améliorer la qualité de vos produits et services. Nous pouvons également vous aider à établir des procédures pour gérer les réclamations et les commentaires des clients pour améliorer la satisfaction.



La gestion de vos finances pour améliorer votre trésorerie et votre rentabilité

Nous pouvons vous aider à établir un budget, à suivre vos dépenses et à élaborer des prévisions financières pour améliorer votre trésorerie. Nous pouvons également vous aider à identifier des opportunités pour réduire les coûts et à élaborer des stratégies pour augmenter vos revenus pour améliorer votre rentabilité.

L'audace et la résilience à l'honneur...



Mohamed El Habib NDIAYE
Rédacteur en Chef

Chers lecteurs,

Nous sommes ravis de vous présenter le numéro d'Octobre 2023 de Croissance.

Octobre est le mois de sensibilisation au cancer du sein, avec la campagne Octobre Rose qui mobilise chaque année un grand nombre d'acteurs. C'est l'occasion de mettre en lumière cette maladie qui touche de plein fouet tant de femmes, mais aussi des hommes. Derrière les chiffres et les statistiques, ce sont des milliers de vies bouleversées. Des femmes, des mères, des sœurs ou des amies qui se retrouvent brutalement confrontées à la maladie. Le choc du diagnostic, les traitements éprouvants, le sentiment d'injustice... Autant d'épreuves terribles à traverser. Mais cela doit être aussi un mois d'espoir et de solidarité. Grâce aux progrès de la recherche, de plus en plus de personnes guérissent aujourd'hui d'un cancer du sein. Les patientes ne doivent pas rester seules face à la maladie. Elle nécessite d'être entourée, soutenue et réconfortée par ses proches. Soyons toutes et tous solidaires pour les aider à garder courage et rester debout face à la tempête.

Octobre, c'est également le moment de faire le bilan après une pause estivale pour de nombreux secteurs d'activité.

Ce numéro d'Octobre met à l'honneur l'audace et la résilience.

En couverture, nous avons interviewé *Fatiha et Raïbed Tahri*, duo entrepreneurial remarquable et inspirant avec leur entreprise *Pap et Pille*. Ils nous parlent de leur parcours semé d'embûches et des clés de leur réussite.

Vous pourrez également découvrir en exclusivité l'interview de *Ndeye Diago Dieye*, lauréate 2023 du prestigieux *Angaza People's Choice Award* pour son parcours professionnel

mais aussi extra professionnel. Elle revient sur son combat et ses projets.

Nous avons également rencontré *Raki Kane*, secrétaire exécutive du CEAC, qui nous parle des défis des Start-ups au Sénégal.

Dans ce numéro, nous vous proposons également un dossier spécial sur *la matrice d'Eisenhower* et des conseils pour mieux gérer votre temps et vos priorités.

Côté tendances, vous pourrez découvrir *KG Style* qui vous présentera les dernières tendances de la rentrée.

Vous pourrez aussi découvrir la chronique de *Ngoor contraire*, le chroniqueur impertinent sur *l'entrepreneuriat au Sénégal*. Ainsi que la chronique de *Fatou Guèye* sur *comment devenir incontournable dans son domaine*.

Dans notre rubrique Relation publique, *Hanane Aouad* vous donne des conseils pour *booster votre communication avec le mix digital-média traditionnel*.

L'enquête d'*Allan Boutbien* sur les *jeunes et l'entrepreneuriat* vous apportera un éclairage pertinent sur ce sujet.

Enfin, dans notre rubrique "*Lu pour vous*", nous vous présentons le livre "*Third world to first*" de l'ancien Premier Ministre de Singapour : *Lee Kuan Yew*.

Bien d'autres sujets encore sont abordés dans ce numéro de rentrée placé sous le signe de l'optimisme et de la passion d'entreprendre. Nous espérons que ces témoignages et conseils sauront vous inspirer et vous donner envie d'aller de l'avant dans vos projets.

Bonne lecture !

PROGRAMME

Scale Up

DIAGNOSTIC GRATUIT POUR LES PME



Un programme initié et offert par
Grow Hub Sarl

Contactez-nous:

+221 78 475 28 58

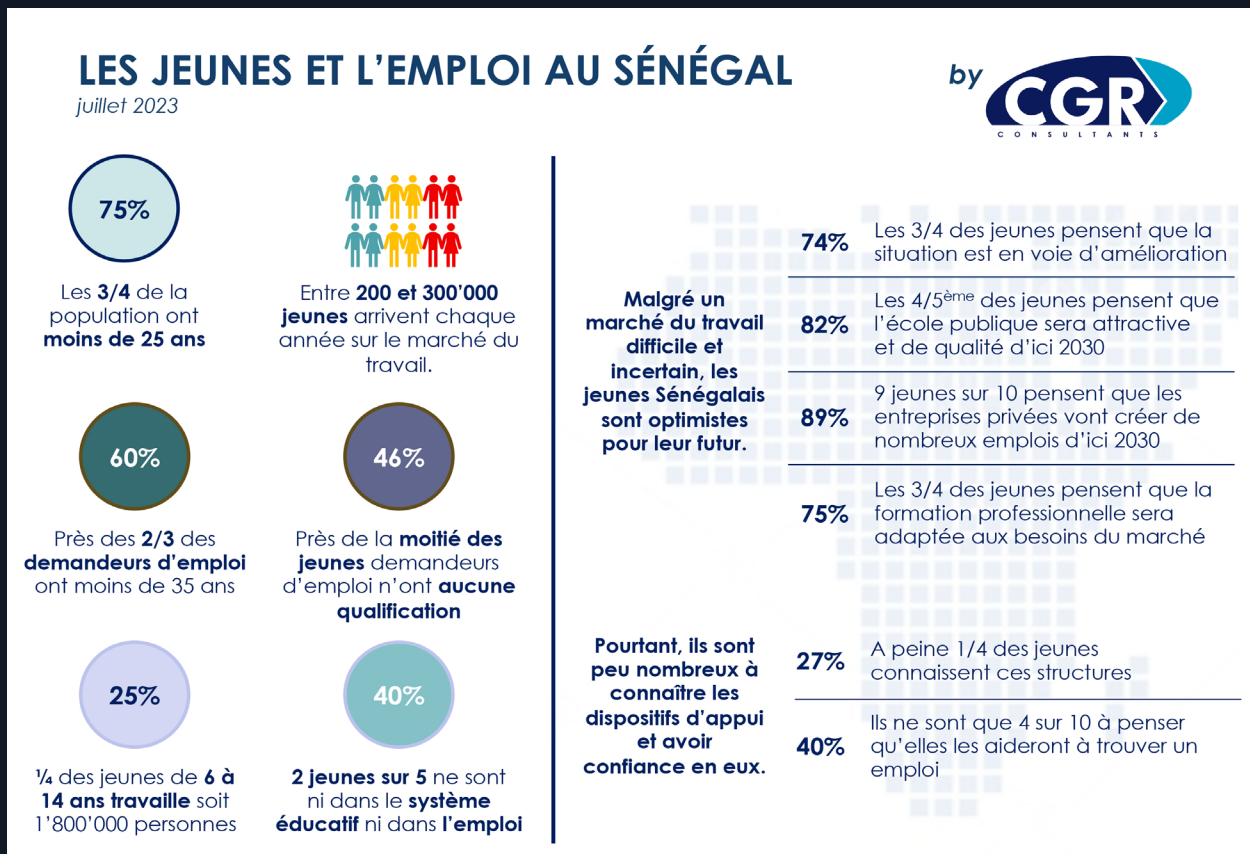
www.growhubsenegal.com



Les Jeunes et l'Emploi au Sénégal

ALLAN BOUTBIEN - Manager CGR Consultants

L'emploi des jeunes au Sénégal représente un enjeu fort. 75% des Sénégalais ont moins de 25 ans selon les résultats du dernier recensement général. Mais le marché de l'emploi ne permet toujours pas leur accueil massif. Le secteur moderne ne croit pas aussi rapidement que le nombre de demandeurs d'emploi et les formations proposées aux jeunes ne répondent qu'imparfaitement aux besoins du marché. Pourtant, les jeunes font preuve d'un optimisme marquant pour leur avenir et celui du Sénégal.



* Sources : Université de Bambeye (2019), ANSD (2022), World Bank (2019), Gallup (2021), Futuribles (2021), UCAD (2019) et UEMOA (2021)



COMMENT BOOSTER VOTRE COMMUNICATION AVEC LE MIX DIGITAL-MÉDIAS TRADITIONNELS ?

HANANE AOUAD - Ceo de RP INFLUENCE AFRICA

5 conseils pour utiliser le meilleur des deux mondes et faire décoller votre projet

Vous êtes entrepreneur, et vous avez une idée géniale, un produit innovant ou un service révolutionnaire ? Bravo ! Mais ce n'est pas suffisant pour réussir. Il vous faut aussi une communication efficace, qui vous permette de faire connaître votre projet, de séduire votre audience et de fidéliser vos clients. Et pour cela, pas de secret : il faut mixer le digital et les médias traditionnels. Oui, vous avez bien lu. Les médias traditionnels, comme la presse, la télévision ou la radio, ne sont pas morts. Ils sont même indispensables pour compléter votre stratégie digitale. On vous explique pourquoi, et on vous donne 5 conseils pour réussir ce mix gagnant.

1- Définissez vos objectifs et vos cibles

Avant de vous lancer dans la communication, il faut d'abord savoir ce que vous voulez dire, à qui et pourquoi. Quels sont vos objectifs ? Faire connaître votre marque, générer du trafic, fidéliser vos clients, augmenter vos ventes ? Qui sont vos cibles ? Quel âge ont-elles ? Quels sont leurs centres d'intérêt ? Quels sont leurs modes de consommation de l'information ? En fonction de ces critères, vous pourrez identifier les médias les plus adaptés à votre message et à votre audience.

2- Choisissez les bons formats

Le digital et les médias traditionnels offrent une grande variété de formats pour communiquer : texte, image, vidéo, audio, infographie, podcast, webinar... Il faut donc choisir les formats les plus pertinents pour votre contenu et pour votre cible. Par exemple, si vous voulez présenter votre produit en détail, vous pouvez opter pour une vidéo sur YouTube ou une interview dans un magazine spécialisé. Si vous voulez créer du lien avec votre communauté, vous pouvez privilégier les réseaux sociaux ou les émissions interactives. Si vous voulez montrer votre expertise, vous pouvez rédiger un article sur votre blog ou intervenir dans une conférence.

3- Créez des contenus de qualité

Quel que soit le média que vous utilisez, il faut que vos contenus soient de qualité. Cela signifie qu'ils doivent être :

- Pertinents : ils doivent répondre aux besoins, aux attentes et aux questions de votre cible ;
- Originaux : ils doivent se démarquer des contenus existants et apporter une valeur ajoutée ;
- Clairs : ils doivent être faciles à comprendre et à mémoriser ;
- Cohérents : ils doivent respecter votre identité de marque et votre ligne éditoriale.

4- Adaptez-vous aux contraintes de chaque média

Le digital et les médias traditionnels ont chacun leurs spécificités, leurs codes et leurs contraintes. Il faut donc savoir s'adapter pour optimiser votre communication. Par exemple :

- Sur le digital, il faut être réactif, interactif et régulier. Il faut aussi respecter les règles des plateformes (algorithme, format, durée...) et protéger vos données ;
- Sur les médias traditionnels, il faut être sélectif, professionnel et convaincant. Il faut aussi respecter les exigences des journalistes (angle, timing, format...) et accepter la perte de contrôle.

5- Créez des passerelles entre les médias

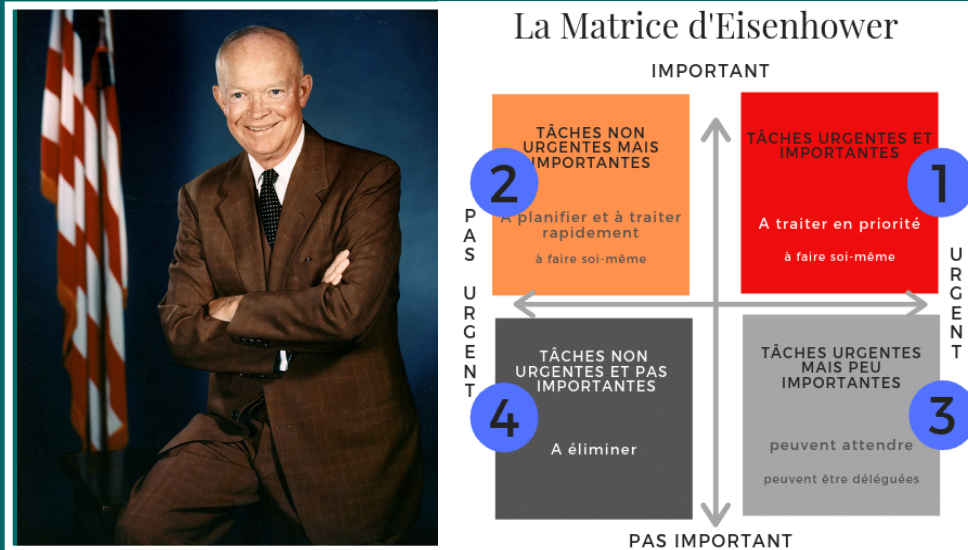
Pour maximiser l'impact de votre communication, il ne suffit pas d'utiliser le digital et les médias traditionnels séparément. Il faut aussi créer des passerelles entre eux, pour créer une synergie et renforcer votre visibilité. Par exemple :

- Vous pouvez annoncer sur vos réseaux sociaux votre passage à la télévision ou à la radio ;
- Vous pouvez inviter vos lecteurs à consulter votre site web ou à vous suivre sur Instagram ;
- Vous pouvez reprendre sur votre blog ou sur YouTube les articles ou les reportages qui parlent de vous ;
- Vous pouvez proposer aux journalistes de consulter vos contenus digitaux pour approfondir un sujet.

En conclusion, le digital et les médias traditionnels ne sont pas opposés, mais complémentaires. Ils constituent les deux leviers d'une communication réussie et moderne. Il ne s'agit pas de choisir entre les deux, mais plutôt de les mixer de manière intelligente et créative, en tenant compte de vos objectifs, de vos cibles et de vos ressources. Ainsi, vous pourrez optimiser votre visibilité, votre notoriété et votre influence dans le paysage médiatique actuel.

Libérer le potentiel de la matrice d'Eisenhower dans la vie quotidienne d'un entrepreneur

HAMZA NDIAYE - Grow Hub Sarl



Dans le monde en évolution rapide de l'entrepreneuriat, chaque décision et chaque action revêt une immense importance. Comment pouvez-vous vous assurer que vos efforts sont alignés sur vos objectifs et vos priorités ? C'est là que la matrice d'Eisenhower entre en jeu. Imaginez disposer d'un outil qui vous aide à trier efficacement les tâches, vous permettant ainsi de vous concentrer sur ce qui compte vraiment. Dans cet article, nous approfondirons la matrice d'Eisenhower et explorerons comment les entrepreneurs peuvent l'intégrer dans leur vie quotidienne pour une productivité optimale.

Qu'est-ce que la matrice d'Eisenhower ?

Avant de plonger dans les applications pratiques, comprenons les bases. La matrice Eisenhower, également connue sous le nom de matrice Urgent-Important, est un outil de gestion du temps et de priorisation. Il a été développé par Dwight D. Eisenhower, 34^e président des États-Unis et général cinq étoiles de l'armée. La matrice classe les tâches en quatre catégories :

Urgentes et importantes : ce sont des tâches qui nécessitent une attention immédiate et correspondent à vos objectifs à long terme. Ce sont vos principales priorités.

Importantes mais pas urgentes : les tâches de cette catégorie sont cruciales pour vos objectifs mais ne nécessitent pas d'action immédiate. Ils doivent être planifiés et programmés.

Urgentes mais pas importantes : ces tâches nécessitent une attention immédiate mais ne contribuent pas de manière significative à vos objectifs à long terme. La délégation est la clé

ici.

Pas urgentes et pas importantes : ces tâches font perdre du temps et sont des distractions. Elles devraient être minimisées ou éliminées.

Appliquer la matrice d'Eisenhower à votre vie entrepreneuriale

Maintenant que nous comprenons la matrice, explorons comment les entrepreneurs peuvent exploiter son pouvoir :

1. Identifiez vos priorités

En tant qu'entrepreneur, vous avez probablement une multitude de tâches qui retiennent votre attention. Utilisez la matrice pour identifier vos principales priorités. Que faut-il faire aujourd'hui pour faire avancer votre entreprise ? Ce sont vos tâches urgentes et importantes.

2. Déléguez efficacement

Les entrepreneurs portent souvent plusieurs casquettes, mais on ne peut pas tout faire soi-même. Déléguez les tâches urgentes mais sans importance pour les membres de l'équipe ou les pigistes. Cela libère votre temps pour des activités à fort impact.

3. Planifiez des tâches importantes

Réservez du temps dans votre emploi du temps pour des tâches importantes mais non urgentes. Qu'il s'agisse de planification stratégique ou de développement de compétences, leur allouer du temps garanti qu'ils ne seront pas mis de côté.

4. Éliminez les pertes de temps

Soyez impitoyable en éliminant les tâches qui ne contribuent pas à vos objectifs et ne nécessitent pas une attention immédiate.

Cela élimine le désordre et vous permet de vous concentrer sur ce qui compte vraiment.

Faire en sorte que cela fonctionne pour vous

La matrice Eisenhower est un outil polyvalent qui s'adapte à votre parcours entrepreneurial unique. Voici quelques conseils supplémentaires pour que cela fonctionne pour vous :

Réviser et ajuster régulièrement : vos priorités peuvent changer, alors réviser et ajuster vos tâches en conséquence.

Utiliser la technologie : Il existe diverses applications et outils conçus pour vous aider à mettre en œuvre la matrice de manière efficace.

Recherchez la responsabilité : partagez votre matrice avec un mentor ou un partenaire responsable qui peut vous aider à rester sur la bonne voie.

Restez adaptable : bien que la matrice soit un cadre précieux, soyez flexible dans votre approche pour faire face aux défis imprévus.

La matrice d'Eisenhower est plus qu'un simple outil de gestion du temps ; il s'agit d'un cadre stratégique qui permet aux entrepreneurs de prendre des décisions éclairées et d'établir des priorités de manière efficace. En intégrant cette méthode à votre routine quotidienne, vous vous retrouverez à naviguer dans les complexités de l'entrepreneuriat avec plus de clarté et de détermination.



RÉSILIENCE ET AUDACE :

LES MEILLEURES ARMES POUR LE PARCOURS D'UN ENTREPRENEUR VERS LE SUCCÈS

IBRAHIMA CISSE - Directeur Associé Grow Hub Sarl

Dans le monde de l'entrepreneuriat, la réussite est souvent marquée par une combinaison de résilience et d'audace. Il ne s'agit pas seulement d'avoir une idée brillante ; il s'agit de surmonter les défis, les revers et les incertitudes qui en découlent. Dans cet article, nous explorerons comment la résilience et l'audace peuvent être vos meilleures alliées sur le chemin de la réussite entrepreneuriale.

Le pouvoir de la résilience

Faire face à la tempête

Le parcours de chaque entrepreneur commence par une vision, un rêve qui le passionne. Cependant, le chemin vers le succès est rarement facile. C'est plutôt comme naviguer sur une mer agitée, avec des vagues imprévisibles et des vents violents. Les entrepreneurs qui réussissent le mieux sont ceux qui ont la résilience nécessaire pour résister à ces tempêtes.

La résilience est la capacité de rebondir après les revers, les échecs et l'adversité. C'est la force mentale et émotionnelle qui vous permet de tenir le coup lorsque les choses deviennent difficiles. Pour exploiter le pouvoir de la résilience, envisagez ces stratégies :

Maintenir un état d'esprit de croissance : acceptez les défis comme des opportunités de croissance. Considérez les échecs comme des tremplins vers le succès.

Construisez un réseau de soutien : entourez-vous de mentors, de conseillers et d'une communauté de soutien qui peuvent vous fournir des conseils et des encouragements dans les moments difficiles.

Apprenez des revers : analysez vos échecs pour en tirer de précieuses leçons. L'échec

n'est pas la fin ; c'est une chance de s'améliorer et de revenir plus fort.

L'art de l'audace

Osez rêver grand

La résilience seule ne suffit pas ; vous avez besoin d'audace pour vous fixer des objectifs audacieux et les poursuivre. L'audace, c'est prendre des risques calculés, sortir de sa zone de confort et oser rêver grand. Voici comment vous pouvez faire preuve d'audace :

Fixez-vous des objectifs ambitieux : ne vous contentez pas de la médiocrité. Visez haut et fixez-vous des objectifs qui vous mettent au défi. Qu'il s'agisse de développer votre entreprise à l'échelle mondiale ou d'introduire des innovations révolutionnaires, osez rêver grand.

Adoptez l'innovation : les entrepreneurs audacieux n'ont pas peur d'innover. Ils bouleversent les industries, introduisent de nouvelles technologies et sont pionniers du changement.

Faites confiance à votre instinct : bien que les données et la recherche soient cruciales, votre intuition peut parfois vous guider dans la bonne direction. Faites confiance à votre instinct et sautez le pas quand cela vous convient.

L'équilibre parfait

La résilience et l'audace sont les deux faces d'une même médaille. La résilience vous maintient stable dans les moments difficiles, tandis que l'audace vous propulse vers l'avant. Trouver le bon équilibre entre ces qualités est essentiel. Trop de résilience sans audace peut conduire à la complaisance, tandis qu'une au-

dace excessive sans résilience peut conduire à l'insouciance.

Alors, comment trouver cet équilibre ?

Apprentissage continu : continuez à apprendre de vos expériences. Adaptez et ajustez votre approche en fonction de ce qui fonctionne et de ce qui ne fonctionne pas.

Rechercher des commentaires : n'hésitez pas à demander des commentaires à vos mentors, à vos pairs et à vos clients. Ils peuvent fournir des informations précieuses pour vous aider à affiner vos stratégies.

Restez passionné : rappelez-vous pourquoi vous avez commencé ce voyage en premier lieu. La passion pour votre vision peut être la force motrice qui soutient à la fois votre résilience et votre audace.

vos parcours entrepreneurial

Dans le monde entrepreneurial, la résilience et l'audace sont vos meilleures alliées. Ils vous permettent de surmonter les obstacles, de saisir les opportunités et, finalement, de réussir. Adoptez ces qualités, trouvez le bon équilibre et rappelez-vous que chaque revers est une préparation pour un retour. Alors que vous naviguez dans les eaux turbulentes de l'entrepreneuriat, laissez la résilience et l'audace être vos étoiles directrices.

N'oubliez pas que votre parcours est unique et que, même si ces qualités peuvent vous guider, c'est à vous de créer le chemin du succès.

Continuez à vous efforcer, à innover et à repousser les limites de ce qui est possible.

Raibed & Fatiha

FONDATEURS DE PAP ET PILLE



C'est à la terrasse d'un restaurant du centre commercial « Anfa Place Mall » sur la corniche de Casablanca que j'ai retrouvé Fatiha et Raibed accompagnés de leurs 2 enfants et de 2 autres entrepreneurs marocains. Ce fut un plaisir pour moi de rencontrer ce couple d'entrepreneurs venus en vacances au pays du Roi Mohamed VI, qui « Ne lâche rien » et qui a fait de l'audace leur Leitmotiv. Entretien...

Interview Fatiha et Raibed Tahri : Pap & Pille



ON LÂCHE RIEN ! : LA MÉTHODE PAP ET PILLE POUR CRÉER LE BUSINESS DONT VOUS RÊVEZ

Pap et Pille, c'est l'incroyable succès story de Fatiha et Raibed Tahri. Rien ne prédestinait ces deux infirmiers issus de milieux modestes à suivre la route de l'entrepreneuriat. Pourtant, leur audace et leur ténacité leur ont ouvert toutes les portes, de l'émission "Qui veut être mon associé" jusqu'à l'Élysée !

Après un tour du monde de trois ans, ils créent des billes de biscuit inspirées des saveurs du monde entier. Pap et Pille est lancé !

Devenus des modèles pour les jeunes entrepreneurs, Raibed et Fatiha partagent tous leurs conseils et astuces business dans ce livre joyeux et inspirant. Peut-on trouver des financements quand on n'a aucun contact ? Créer des opportunités et être référencé dans toutes les grandes enseignes, de Monoprix à Auchan ? Comment concrétiser 50 000 € de commandes en quelques minutes tout en gérant les difficultés du quotidien ? Comment booster son réseau et gagner en visibilité jusqu'à être invité à l'Élysée ?

C'est à la terrasse d'un restaurant du centre commercial « Anfa Place Mall » sur la corniche de Casablanca que j'ai retrouvé Fatiha et Raibed accompagnés de leurs 2 enfants et de 2 autres entrepreneurs marocains. Ce fut un plaisir pour moi de rencontrer ce couple d'entrepreneurs venus en vacances au pays du Roi Mohamed VI, qui « Ne lâche rien » et qui a fait de l'audace leur Leitmotiv. Entretien...

Pouvez-vous nous raconter votre parcours avant la création de Pap & Pille ? Comment en êtes-vous venus à vous lancer dans l'aventure de la biscuiterie ?

L'histoire de Pap & Pille est avant tout une histoire d'amour. En effet, c'est ma rencontre avec Fatiha qui a bouleversé ma vie et qui a bouleversé aussi la sienne (je crois rire...) et c'est là qu'on s'est poussé à devenir des entrepreneurs. Quand j'ai rencontré Fatiha, je ne la connaissais pas du tout, j'étais venu faire des cours à son école et au bout d'une heure de temps, j'ai eu un coup de foudre et je l'ai demandé en mariage au bout de 5 jours. J'ai été pris d'amour pour cette femme, la preuve ça fait 9 ans que nous sommes ensemble avec 2 enfants. Au bout de 15 jours, on était marié devant le maire. A partir de ce moment-là, il lui restait 2 mois pour finir ses études et je lui ai dit : « écoute comme on ne se connaît pas, on va apprendre à se connaître en faisant le tour du monde ». On a commencé à voyager au bout du monde pendant 3 ans. Ainsi, on a fait le tour du monde, on est allé à la rencontre des gens ; il faut dire qu'à la base moi je suis cuisinier de formation avant d'être infirmier et elle fan de pâtisserie. On a cuisiné, pâtissé avec plein de gens autour de la planète c'était un vrai régal. Fatiha est tombée enceinte donc en 2017, elle devait donc accoucher, il lui restait 2 mois, elle s'ennuyait, le temps était long donc elle a eu l'idée de créer une page Facebook où elle vendait des pâtisseries, des plats et aussi des recettes du monde qu'on avait récoltées ici et là. A ce moment-là, ça a fait le buzz très rapidement, les gens aimaient, il y avait une vraie base clientèle. Ainsi, un couple nous a contacté, il voulait qu'on leur fasse des biscuits du monde pour leur mariage et à ce moment-là nous avons eu l'idée de prendre les biscuits du monde qu'on connaissait et d'en faire des petites billes de biscuits. On a eu cette idée-là parce qu'une de nos filles étaient sur le plan de travail assise en train de sucer un pop-corn et on s'est dit : « C'est ce format qu'il nous faut pour Pap & Pille », alors on a fait les billes et après on a appris à devenir des entrepreneurs.

Comment en êtes-vous arrivés à vous lancer dans l'aventure industrielle. En sachant qu'entre l'idée de base et l'implémentation d'une usine, il y a un long chemin à parcourir ?

Effectivement, après avoir fait le mariage ils nous ont dit c'est génial est-ce que vous pouvez faire ça pour une amie ? On s'est dit on tient quelque chose qui a l'air de faire plaisir aux gens. On s'est donc dit qu'on allait mettre en place un business et on est allé à la chambre de commerce et d'industrie leur demander comment monter un Business en France. Et là, la personne nous dit que nous devons faire un business plan. A ce moment-là je ne sais pas ce qu'est un Business plan. On va donc voir un expert-comptable, il nous dit : « C'est génial mais comment vous produisez ? » On lui dit que nous produisons manuellement et il nous dit qu'il faut que nous allions voir des sous-traitants pour qu'ils produisent pour nous. On appelle toutes les biscuiteries en France, en Angleterre, en Europe même les grands comme Mondelez mais ils ne savent pas faire les billes. Là on a deux choix le premier choix c'est soit on arrête on ne se prend pas la tête, sinon on fait de la recherche et développement et on cherche la solution pour pouvoir produire nos billes de biscuits nous-même. Comme ma femme c'est un peu Mc Giver à la maison, donc elle a dit : « non on ne lâchera pas ». On a commandé des machines qui faisaient autre chose, on a bricolé on les a mis ensemble et au bout de 8 mois on arrive

à façonner une bille de biscuit de manière manuelle avec ça, on y met un moteur et on va voir l'expert-comptable, on calcule les rendements il nous dit c'est bon : vous avez la machine, vous avez le produit, vous avez la marque. On est allé voir les banques en leur disant : « écoutez, là on a besoin de cash et besoin de soutien pour pouvoir monter la première usine de production en France ». Ils nous disent : « ouais vous savez on n'y croit pas trop », on est allé voir la région ils nous ont dit non il faut que les banques vous soutiennent d'abord. Comme Fatiha et moi on est issu d'une famille modeste je me suis dit je ne peux pas demander 100 000€ à mon père, Il m'aurait dit : « ça ne va pas toi de me demander 100 000€ ? » Du coup on était bloqué et on était toujours dépendant des autres pour pouvoir s'élever socialement. Et ce jour-là on s'est regardés Fatiha et moi, comme on avait une histoire commune : Parce que je suis né handicapé, parce que les gens ne croyaient pas en moi, il a fallu que je pousse, et Fatiha aussi elle est issue d'une famille de 9 enfants : pas toujours à manger à table, obligée d'aller des fois au resto du cœur, on se regarde et on s'est dit on va vendre notre maison pour pouvoir financer notre projet, monter une usine et montrer au reste du monde que vous avez eu tort de ne pas croire en nous.

Et là on a fini l'usine en août 2019 et on a commencé à vendre les boîtes de biscuits autour de la maison. Et les ventes commencent à grimper : on devait faire à la base 2000€ le premier mois, on en a fait 10 000, le 2e mois on a fait 11 000€ et là les banques ont commencé à nous aimer, Ils ont dit « ils n'avaient pas tort ces petits-là » et les régions aussi ont commencé à vouloir nous aider. Et il s'est passé un truc marquant dans notre histoire. C'est que je vais au salon des entrepreneurs à Lyon et je vois un responsable politique de notre région qui s'appelle Laurent Wauquiez, il disait aux journalistes : « on est là pour aider les entrepreneurs, pour les soutenir financièrement etc. » Et là je vais le voir devant les caméras et je lui dis : « ce n'est pas vrai vous êtes un menteur. Regardez notre histoire personne ne nous a aidé ». Là, il me prend à côté il me dit : « dis-moi qui tu es, raconte-moi ton histoire ». Je lui raconte notre histoire il me demande ma carte, 2 jours après on va le voir à Lyon il nous reçoit avec son équipe opérationnelle et on ressort avec 150.000€ de subventions pour nous aider à semi-automatiser nos lignes de production. A ce moment-là on s'est rendu compte qu'en fait on pouvait accélérer les procédures. On pouvait passer par-dessus les décisions des personnes qui selon nous n'étaient pas justes. On passait par-dessus et on redescendait au lieu de perdre du temps en bas. Et dès qu'on a compris ça : « tu connais la liste des gens qu'on est arrivé à choper directement », autant on a parlé aux acheteurs de Monoprix, au PDG de Total Energies, au président de la République etc.

pappille



A partir de là, je n'ai plus laissé personne s'ériger entre eux et moi, je les ai juste chopé directement pour pouvoir atteindre mes objectifs. A ce moment-là tout allait bien, on commençait à avoir du super chiffre et la COVID est arrivée. Comme on est infirmier, on a été réquisitionné pour aller aider les Françaises et les Français, on a été obligé d'abandonner la boîte. En plus les magasins ne commandaient plus donc on a eu une chute du chiffre d'affaires. On devait payer les machines, le personnel, c'était horrible. Et là, Fatiha a eu l'idée de lancer un site de vente en ligne : de vendre aux gens en ligne des biscuits et on est allé voir des influenceurs pour nous aider à en parler mais on avait besoin de cash il a fallu qu'on fasse une levée de fonds. Du coup on est allé voir BFMTV pour faire une interview (comme je fais avec toi aujourd'hui) et au cours de l'interview je leur dis que nous faisons une levée de fond, alors, la journaliste nous dit : « super il faudrait que tu rencontres Anthony Bourbon » je dis : « mais moi je ne le connais pas ». Je sors de l'émission, elle me répète la même chose je lui dis encore que je ne le connais pas elle propose de faire une mise en relation par mail. Je lui ai dit : « j'ai fait des kilomètres, je suis venu jusqu'ici donne-moi son numéro je l'appelle ». J'ai essayé de l'appeler je n'arrivais pas à le joindre, je lui envoie un Sms, j'attends 5 min je le rappelle, il me dit : « c'est Chronopost ? » je lui dis : « oui oui oui c'est Chronopost, j'ai l'adresse qui s'est effacée, je n'ai que le numéro, est-ce que vous pouvez me donner votre adresse ? » A ce moment-là, j'ai allumé mon téléphone et je suis arrivé en caméra cachée à son bureau, la sécurité essaie de prendre le colis, je refuse prétextant que je ne peux le donner qu'à Anthony Bourbon. Anthony Bourbon arrive je lui donne le colis, il me dit « mais ce n'est pas pour moi ça ! », je lui dis : « Monsieur Bourbon vous avez dit aux gens de faire preuve d'audace et c'est ce que je fais aujourd'hui, je n'ai pas rendez-vous mais si vous me donnez 15 min je vous explique notre business, il me reçoit 15 min et en sortant de son bureau il m'avait signé 300.000€ d'investissement. C'est une des levées de fonds les plus incroyables que j'ai pu voir dernièrement. Et ensuite, quelques mois après qu'on ait signé avec Anthony, on passe le casting de « Qui veut être mon associé ? » mais on ne dit rien à personne. Il n'y a que Fatiha et moi qui savions, on passe toutes les étapes du casting tout se passe bien, ils nous adorent on arrive à la dernière étape, ils nous disent : « voilà on signe les papiers et vous venez tourner l'émission dans 10 jours ». Le lendemain Anthony m'appelle le matin, je lui dis : « Salut Anthony, comment tu vas ? » il me dit : « Bien mais j'ai un truc à te demander tu fais *Qui veut être mon associé ?* » je lui dis : « oui oui comment tu sais ? ». Il me dit : « je suis jury ». Je lui dis : « c'est génial ! », il me dit : « Non non ce n'est pas génial, j'ai les avocats qui sont dans mon bureau, ils veulent que je leur

signe comme quoi je ne connais aucune entreprise qui fait *Qui veut devenir mon associé* et donc faut que tu appelles la production et que tu leur racontes. Je les appelle et je leur raconte : ils me Blacklist. Ils nous enlèvent du programme : « Vous ne faites plus partie de *Qui veut être mon associé ?* ». Heureusement pendant la période où je t'ai dit qu'on a contacté des influenceurs on avait contacté Moundir de Koh Lanta et Moundir de Koh Lanta nous avait présenté Arthur, Arthur qui est le producteur de l'émission. Du coup, j'appelle Moundir je lui raconte ce qui s'est passé et il me dit ok. Il appelle Arthur et Arthur appelle la production, il leur dit écoutez les, c'est un beau couple, ça va être une belle histoire. La prod nous rappelle, ils nous disent ok on vous reprend et on va juste changer le jury. Tout ça, a duré 7 jours donc il nous restait 3 jours pour tout préparer : trouver les costumes, trouver qui va s'occuper de la petite alors qu'elle n'avait que 6 mois et monter à Paris. Heureusement on est passé sur le plateau tu as vu ce qui s'est passé derrière et on a explosé médiatiquement.

Quels ont été les principaux défis que vous avez rencontrés en lançant votre entreprise de biscuiterie, et comment les avez-vous surmontés ?

Le premier défi ça a été de trouver du cash pour se lancer Le problème en fait c'est que quand tu n'as pas de cash c'est compliqué. Comme je t'ai dit, nous on est issu de familles modestes, donc on ne pouvait pas leur demander de l'argent. C'est ça le problème il y a beaucoup de bonnes idées qui sont étouffées par le manque de moyens. Donc on a dû vendre notre maison pour pouvoir nous extraire de notre situation sociale mais ce n'est pas tout le monde qui a cette chance. Nous c'est une chance qu'on ait pu capitaliser sur une maison et de pouvoir miser sur ça pour pouvoir sortir de notre zone de confort.

Ça c'est le premier problème, le 2e problème ça a été la distribution. A la base on ne connaissait rien nous à la distribution, la grande distribution, les marques, les produits. C'est pour ça que je suis allé voir les PDG directement, je suis allé les choper je leur ai fait des Pitches pour pouvoir leur dire qui on était. J'ai fait des pitch, comme ça si je rencontre quelqu'un en 30 secondes, 10 secondes, il ne peut pas passer à côté de notre histoire, il peut plus m'oublier. J'ai une manière de faire les choses qui fait que je te bloque, je suis tellement passionné par ce que je fais que personne ne peut m'arrêter. Donc j'ai fait preuve d'audace.

Il y a aussi la production. On n'est pas des producteurs de biscuits nous, on n'y connaissait rien. À ce moment-là on a appris sur Youtube (aujourd'hui je peux

te dire que tout ce que les gens veulent apprendre, ils peuvent apprendre ça en ligne ou sur Youtube). Nous on a regardé sur Youtube comment monter des machines, par exemple on a regardé comment ils font chez Ferrero. On prenait des captures d'écran on allait voir les fournisseurs on leur disait : « on veut ça ! ». Ils nous disait genre : « Ça c'est pour griller des insectes ! » et on achetait. Tu vois quand t'as vendu ta maison 1,00€ c'est 1€ point barre. Donc on est allé chiner partout, on a acheté du matériel de qualité mais à moindre coût. Donc en termes de problématique la production on a appris sur le tas, c'était compliqué, ensuite il y a la livraison.

Et le réseau avoir du réseau ça c'est essentiel. La clé du business aujourd'hui pour réussir c'est avoir du réseau. Si tu connais quelqu'un qui connaît quelqu'un et qui te présente cette personne, réellement tu es beaucoup plus fort que quelqu'un qui ne connaît personne. Et du coup, on se demandait où on va se trouver un réseau? Nous on habitait à Annecy loin des vrais réseaux. On prenait notre voiture on se faisait inviter à des soirées. On jetait les enfants chez leur grand-mère et nous, on passait notre soirée, on ne dormait pas. On est arrivé à entrer dans les écosystèmes. On racontait notre histoire partout et les gens sont venus se plugger à nous. Mais le plus important c'est que : depuis le premier jour, tout ce que je t'ai raconté, j'ai utilisé mon téléphone. J'ai tout filmé, tout ce que je te racontais a été filmé. Et quand on a écrit le livre, chaque chose que je racontais est documenté il y a des QR Codes, chaque chose que j'ai racontée est illustrée par des vidéos. Tu ne peux pas mettre ma parole en doute. Si je t'avais raconté tout ça sans que ce soit documenté tu m'aurais mis en hôpital psychiatrique, tu m'aurais pris pour un mytho. Un jour un journaliste je lui racontais notre histoire pour la première fois, il me regarde, il me fait : « mais c'est quoi la vraie histoire ». Je lui ai montré les vidéos lui-même il a saigné du nez, il a dit mais vous devriez le partager. Là on a commencé à partager sur les réseaux sociaux on a créé la première télé réalité de l'entrepreneuriat sur LinkedIn, où tu nous suis depuis le jour 1 jusqu'à aujourd'hui. On est allé à Tunis et les gens nous ont reconnu on est venu ici au Maroc on a fait 30 minutes et il y a des gens qui nous ont interpellés. Que tu me reconnaisse ce n'est pas important mais qu'ils viennent voir Fatiha et qu'ils disent c'est toi qui m'as donné envie d'entreprendre, mais là c'est l'extase. C'est même mieux que de gagner de l'argent. Si je t'ai apporté ça c'est bien même mieux que de gagner de l'argent. Inspirer les autres, leur donner envie de travailler de se dépasser. C'est comme si tes enfants te regardent et ont envie d'aller plus loin que toi mais là c'est encore mieux car ce sont des gens que nous ne connaissons pas qui viennent nous voir et qui nous disent merci. J'ai envie de pleurer regarde toi-même t'es là, t'es en vacances et tu me dis Raïbed, il faut qu'on se voit, mais je te dis avec plaisir je t'accueille comme un frère. Ça me fait du bien de savoir que je t'apporte

quelque chose mais tu me fais tellement de bien en venant me le dire. En me disant merci tu me tues. Moi quand j'étais jeune j'étais un vilain petit canard. On me disait tu es nul, tu n'y arriveras pas, tu es un toc, tu vas finir homme de ménage, tu es handicapé etc. Aujourd'hui quand on me dit tu m'inspires, frère ça, ça n'a pas de prix. Le jour qui m'a vraiment marqué c'est le jour où mon père il m'a dit je suis fier de toi. Les deux seules fois c'était à la naissance de mes filles, mais en dehors de ce contexte-là, la première fois, c'est un jour, il était avec ses potes et il tenait fièrement un magazine où nous étions en couverture Fatih et moi, alors il s'est avancé vers moi, il a sorti le magazine, il m'a regardé et il m'a dit : « Mon fils, je suis fier de toi ! ».

Quelle a été la réaction du public face à vos créations originales ? Avez-vous rencontré des défis spécifiques pour faire connaître vos produits sur le marché ?

Donc ça c'est une vieille histoire. Au début, on appelait ça des billes de biscuit. En premier, on a fait des packagings où y avait écrit : billes de biscuit on a balancé. Sur le packaging, on ne voyait pas le produit il y avait juste une image sur le paquet. Donc en allant sur le terrain, (parce que c'est très important d'être sur le terrain) à chaque fois qu'on présentait le produit les gens demandaient : « c'est quoi ? », on leur disait : « des billes de biscuit », il nous faisait : « mais c'est quoi des billes de biscuit ? ». Parce que la chose essentielle à savoir c'est que quand tu crées quelque chose d'innovant il faut éduquer le consommateur quoi qu'il arrive. Si tu prends un Pépito c'est bon Pépito, ils ont déjà fait le travail pour toi, si tu prends des arachides grillées les gens ils connaissent, on a déjà fait le travail, mais quand tu as un nouveau produit il faut prendre le temps d'éduquer ton consommateur qu'il sache : C'est quoi le produit ? Quand est-ce qu'il faut l'utiliser ? et cetera. Après on a eu l'idée d'inverser juste un truc : au lieu d'appeler ça des billes de biscuit on a décidé d'appeler ça : des biscuits en forme de billes. À ce moment-là les gens ont commencé à comprendre et donc sur le packaging on a changé on a mis : des biscuits en forme de billes et les gens ont commencé à comprendre et même côté image au tout début il y avait des petits personnages et là on voulait changer pour mettre les biscuits sur le packaging. Et on a eu tous les problèmes du monde avec la boîte de Com car on y connaissait rien sur les droits sur les créations graphiques. C'est pourquoi quand tu regardes les packagings au début c'était un autre design après on a tout redéfini, voilà sinon on allait être les otages d'une boîte marketing. Et donc une petite anecdote juste avant ça on venait de signer avec un distributeur 900 magasins. Il y avait un nombre impressionnant de commande, je me suis dit bon je vais acheter du packaging pour un an et j'ai fait la commande. Déjà les palettes ne tenais pas dans l'usine il y avait beaucoup trop de pa-

lettes ensuite il y avait des erreurs sur le packaging et enfin ce qui s'est passé là, on avait changé de design et donc, c'est 30 000 € de perdu sur ces packagings et je peux te dire jusqu'aujourd'hui, Fatih, elle m'en veut encore.

Quels conseils donneriez-vous aux entrepreneurs en herbe qui souhaitent se lancer dans le secteur agroalimentaire ?

Très important : ne pas faire une erreur que nous avons faite au début : on ne connaissait pas les marges. On n'avait pas une visibilité sur nos coûts de production. Combien il fallait pour faire nos produits ? Combien de personnes fallait-il pour les produire ? Combien de temps il fallait pour les faire ? Le transport... On a découvert que quand tu travailles avec la grande distribution quand tu as des retards de livraison, ils te mettent une pénalité. Quand tu ne fais pas assez de chiffres d'affaires ça s'appelle la marge arrière, ils te mettent une pénalité. S'ils veulent faire une promotion, ils t'appellent, ils te disent voilà il faut que tu fasses une réduction. Et puis quand les magasins de grande distribution font des réductions, ce ne sont pas eux qui font les réductions, mais c'est le fournisseur qui fait les réductions. Et après on vient dire merci au magasin alors que c'est le fournisseur qu'il faut remercier. Tout ça ce sont des paramètres à prendre en compte avant de se lancer tout ça doit être pris en compte dans le business model. Donc quand on démarre, il faut prendre tout ça en compte, tous les coûts, tous les frais, comme ça après, tu vas voir un expert-comptable, tu lui expliques tout et puis après tu lui demandes à combien tu dois vendre ? Lui il pourra savoir combien le produit te coûte et puis à combien tu dois vendre pour pouvoir avoir une marge qui soit en cohérence avec le marché. Si tu lances un produit avec un certain prix et une certaine marge après c'est difficile derrière de revoir ta marge. Ça c'est le premier conseil : c'est le business model c'est très important.

Deuxièmement tu lances un produit, dis-toi que même si une autre Personne fait la même chose ce n'est pas important. Parce qu'aujourd'hui les gens ils n'achètent pas seulement un produit mais ils achètent l'histoire qu'il y a derrière le produit. Tu vois aujourd'hui, nous les gens ils nous connaissent plus comme Pap et Pille Fatih et Raïed que des producteurs de biscuits. Ils savent qu'on fait des biscuits mais on a tellement raconté notre histoire, on fait tellement de choses sur les réseaux sociaux qui font qu'aujourd'hui, les gens ils adhèrent à notre entreprise. On a plusieurs canaux d'acquisition : des gens nous rencontrent en tant qu'influenceurs LinkedIn, comme des créateurs de contenu LinkedIn, ils se disent : « ils sont intéressants. Qu'est-ce qu'ils font ? Ils font des biscuits je vais goûter. ». Il y en a d'autres ils regar-

dent, ils font : « C'est quoi ces biscuits ? C'est intéressant ! C'est qui qui fait ça ? Ce sont eux, ils sont cool. » Et après on fait de l'acquisition de ce côté-là. Il y en a d'autres, ils voient la marque, ils se disent : « Je la vois partout, c'est quoi ça ? Attends je vais goûter. » Là on fait de l'acquisition organique donc on se dit que ce n'est pas seulement le fait de vendre le produit, mais de voir l'histoire autour et vraiment je pense que tout le monde peut faire du Storytelling autour de son entreprise, tout le monde a une histoire à raconter. C'est impossible de passer à côté. Tout le monde a une histoire incroyable, il suffit juste de savoir la raconter. Tous les entrepreneurs que je rencontre c'est ça que je leur dis, il faut savoir faire une introspection. Vous devez vous poser et vous dire attends, je vais faire le film de ma vie, d'où je viens ? Qu'est-ce qui s'est passé dans ma vie de déterminant qui fait qu'aujourd'hui j'ai la personnalité que j'ai. Regarder dans notre histoire des choses qui nous ont forgé. Par exemple, moi je suis né handicapé, ça m'a touché, j'en parle. J'ai été agressé à l'école par des cons, ça m'a touché, j'aurai pu abandonner l'école. J'avais cette force de caractère qui me disais : « tu m'as fait du mal, je vais te montrer que tu as tort ». Je ne vais pas te faire du mal je vais juste te montrer que tu as eu tort pour que demain tu viennes t'excuser de m'avoir fait du mal. Plutôt que je te fasse du mal et que tu te justifies dans ta tête du mal que je t'ai fait. Ça c'est dans mon tempérament. Tous les entrepreneurs ont une personnalité, ont vécu une histoire qui leur est propre et qui va permettre si tu la racontes de la bonne manière et que tu la mets en cohérence avec ce que tu as créé de susciter un sentiment d'empathie de susciter une identification par les personnes qui vont te regarder. Tu vois : toi et moi on est issu de deux continents différents, tu arrives à t'identifier à mon histoire car il y a des choses que j'ai vécu que tu as sûrement vécu. Et ça : le fait de toucher l'émotion et l'empathie, c'est quand même un des sentiments les plus forts au monde l'empathie. Tu as sûrement de l'empathie pour moi en me voyant pleurer en te disant purée, j'aurai pu être à ta place.

Et ce qui est très important et le dernier conseil que je vais donner à ses entrepreneurs, c'est n'oubliez pas d'où vous venez. Tu vois toi et moi on ne se connaissait pas tu m'as écrit un message, tu n'es pas TF1 tu n'es pas M6 je m'en fous. Je te donnerai la même importance que si tu étais le président de la République. Tu as pris le temps de me parler, de me dire juste des choses gentilles, je ne te tournerai pas le dos en me disant j'ai pas le temps où que tu ne m'intéresses pas. Je donne le temps que je peux donner parce que je n'oublie pas de là où je viens. Au début personne ne voulait t'aider, personne ne voulait me donner des contacts, personne ne voulait nous faire une passe décisive et donc on s'est promis qu'on ne ressemblerait pas à ces personnes

que nous dénonçons. Aujourd'hui tu veux un contact, tu veux qu'on te facilite c'est gratuit, je ne vais pas te vendre quelque chose que j'ai eu gratuitement, de toute façon je le retrouverai d'une autre manière.

Quels sont vos projets futurs pour l'expansion de Pap & Pille ? Envisagez-vous de développer de nouveaux produits ou d'explorer de nouveaux marchés ?

Écoute aujourd'hui Pap & Pille, on a fait tellement de choses on a tellement montré qu'on pouvait gérer la communication qu'on est devenu de bons communicants. Les entreprises, aujourd'hui ils viennent nous voir ils nous demandent d'être consultants, ils nous demandent de leur offrir nos services, de partager notre expertise sur la communication. Nous aussi comme je t'ai dit on a créé la première télé-réalité sur l'entrepreneuriat sur LinkedIn et ça a tellement fonctionné qu'on s'est dit que nous-même on était devenu un média. On a donc décidé de créer un média et nous avons décidé de nous attaquer à tout ce qui a été problématique pour nous. Ce qui a été problématique pour nous, c'est la levée de fond parce qu'il y a une barrière d'accessibilité à la levée de fond : quoi que tu me dises, aujourd'hui que tu sois une femme, un rebeu une personne issue des quartiers défavorisés quand tu ne rentres pas au fait dans les critères de ceux qui font les levées de fond c'est très compliqué. On a donc décidé de créer une émission où on met des investisseurs dans le noir, des entrepreneurs dans le noir, la lumière est éteinte et personne ne se voit et ce qui est important ce n'est pas ce que tu es mais ce que tu fais. Des intentions d'investissement se font dans le noir, personne ne te voit mais par contre, ils peuvent te poser des questions : ça s'appelle Invest in the dark, ça va commencer à être diffusé en fin septembre on est concepteur de l'émission, on est producteur de l'émission et on a créé une boîte de production. Et donc, dans cette émission se croisent des personnes qui ont fait des grandes écoles, des personnes en situation de handicap, des personnes qui n'entrent pas dans le prototype même

de l'investisseur comme certains pourraient le penser... on les cache et le plus important c'est qu'on fait une vraie expérience sociale et les entrepreneurs et les investisseurs ne se voient pas : il y a donc des gens qui investissent dans le noir, comme ça, vraiment j'adore cette émission.

Donc pour finir Pap & Pille aujourd'hui tu as les biscuits qui sont devenus une licence, on a confié ça à un industriel qui produit et nous on touche des royalties. On a monté une boîte de production : on produit des émissions, on a un Talkshow sur l'entrepreneuriat en partenariat avec l'Ordre des experts-comptables, on a Invest in the Dark et on est en train de créer d'autres émissions qui vont bientôt arriver. Et on a aussi créé une société qui plante de l'intelligence artificielle dans les TPE et les PME avec un associé qui s'appelle Lillian Delaveau en leur fournissant des outils à implémenter dans leur société qui utilise de l'intelligence artificielle. On a des outils comme Ghostapp comme Ghostmail...

Enfin, quel est le mot de la fin ?

Le mot de la fin : les amis vous savez que c'est beaucoup plus difficile pour nous de réussir mais n'oubliez jamais, même si on doit en faire 10 fois plus que les autres parce qu'on doit prouver plus, n'oubliez pas qu'après on sera des personnes qui sont dix fois meilleurs que ceux qui n'ont pas eu la chance d'éprouver la difficulté donc voyez toujours le côté positif de la chose. Vous allez voir que sur le marché du travail des gens aussi résiliants que nous, des personnes aussi motivées, c'est difficile à trouver. Donc la difficulté elle va te faire savourer la victoire derrière, ça remet du goût, ça la rend plus sucré.

C'est vrai que la Résilience ça revient à chaque fois pour les entrepreneurs ?

Impossible que tu ne vives pas une galère, c'est impossible. Ça ne peut pas être une ligne droite, une personne qui te dit qu'elle vit une

ligne droite soit elle a beaucoup de chance, soit elle ne te dit pas la vérité !!

Propos recueillis par Mohamed El Habib NDIAYE



GITEX AFRICA 2023 : RETOUR SUR LE SUCCÈS DU PREMIER SALON AFRICAIN DES NOUVELLES TECHNOLOGIES À MARRAKECH

Le Gitex Africa, premier salon des nouvelles technologies dédié au continent africain, s'est tenu du 31 Mai au 3 Juin 2023 à Marrakech au Maroc. Pour sa première édition, l'événement a connu un franc succès, réunissant plus de 900 exposants sur 4500 m² venus de 95 pays et attirant plus de 32 000 visiteurs professionnels.

Cet événement était très attendu sur le continent africain. En effet, l'Afrique connaît une croissance rapide dans les secteurs des nouvelles technologies, de l'innovation et du digital. Le marché africain représente un fort potentiel, notamment grâce à sa population jeune et de plus en plus connectée. Le Gitex Africa avait donc pour ambition de catalyser cette dynamique et d'accélérer la transformation digitale du continent.

Le Gitex Africa a pu compter sur le soutien des plus hautes autorités marocaines et la participation de hautes autorités du continent. Ainsi, Babajide Sanwo-olu, Gouverneur Exécutif de l'Etat de Lagos au Nigéria, a prononcé un discours sur le potentiel de l'Afrique pour devenir la prochaine Silicon Valley. Il a souligné l'importance d'investir dans la jeunesse africaine, qui représente plus de 60% de la population du continent.

Plusieurs ministères africains chargés de l'économie numérique étaient également présents, démontrant l'engagement politique autour des enjeux portés par le Gitex Africa.

Un programme riche et varié

Durant 3 jours, le Gitex Africa a proposé un programme riche et varié à travers des conférences, des workshops, des zones d'exposition et de démonstration. Plusieurs thèmes étaient au cœur de cette première édition : l'intelligence artificielle, la smart city, la fintech, l'agritech, la santé connectée, les médias & divertissements...

Les conférences et tables-rondes ont permis de rassembler des intervenants de haut niveau venus partager leur vision et les initiatives en cours pour accélérer la transformation numérique de l'Afrique. Des experts issus d'institutions internationales, de gouvernements, de startups, de grands groupes technologiques ou

encore d'ONG étaient présents pour débattre des enjeux autour de la gouvernance de la data, la révolution de la fintech et de l'IA, l'avenir des villes africaines ou encore l'impact de la tech sur les secteurs de la santé et de l'agriculture.

Dans les allées du salon, les démonstrations de produits et services innovants se sont multipliées. On a pu découvrir des innovations dans le paiement mobile, la livraison par drones, l'internet des objets, les énergies renouvelables, l'éducation en ligne, l'imagerie médicale intelligente, ou encore la robotique. De nombreuses startups ont ainsi pu mettre en avant leurs solutions face à un public de professionnels venus du monde entier.

L'Afrique, futur hub technologique mondial ?

Au-delà de la présentation des dernières innovations, ce Gitex Africa a été l'occasion de discussions autour du potentiel de l'Afrique pour devenir l'un des hubs technologiques mondiaux majeurs au cours des prochaines années. Le continent dispose en effet de nombreux atouts : une population jeune et de plus en plus formée, une adoption rapide des nouvelles technologies, un marché en pleine expansion, des besoins immenses dans des secteurs essentiels comme la santé, l'agriculture ou l'éducation.

Mais des défis restent à relever pour libérer tout ce potentiel. Les participants aux conférences se sont accordés sur la nécessité d'agir à différents niveaux : renforcer l'environnement réglementaire, améliorer les infrastructures, favoriser l'émergence d'écosystèmes d'innovation dynamiques, soutenir le financement des startup africaines, développer les compétences, mettre en place des cadres éthiques pour une IA responsable... Autant de chantiers qui doivent mobiliser à la fois le secteur privé, les gouvernements, les bailleurs de fonds et les organisations de la société civile.

Au-delà des pistes d'action, un optimisme raisonnable a dominé les échanges. De Lagos à Nairobi en passant par Kigali ou Le Cap, les success stories innovantes se multiplient. La tech africaine est en marche et des places fortes régionales commencent à émerger. Le Gitex



Africa a renforcé cette dynamique positive en favorisant les connexions entre les écosystèmes.

Gitex Africa 2023 : Une participation remarquée des entreprises sénégalaises

La première édition du Gitex Africa, a connu la participation active de plusieurs entreprises sénégalaises.

Parmi les entreprises sénégalaises présentes, on peut citer le groupe Arc, représentée par son CEO Mohsen Chirara. Arc Informatique est le seul fournisseur d'accès à internet indépendant au Sénégal. Le Groupe ARC, c'est plus de 60 collaborateurs répartis au Sénégal et au Mali au service de la région Ouest-Africaine, à travers :

- **ARC As A Service** pour les services managés
- **ARC Solutions** pour les solutions informatiques et télécoms
- **ARC Shop** pour la fourniture d'équipements
- **ARC Telecom** pour la Fourniture d'Accès Internet
- **ARCCelerate** un programme d'accélération de croissance de startups évoluant dans les technologies.

On a pu découvrir également Chargel et son CTO Alioune Badara Ndoye. Chargel est

une plateforme numérique développée par une start-up sénégalaise du même nom, et qui permet aux chauffeurs routiers de rentabiliser leur trajet en parcourant moins de kilomètres à vide, ainsi qu'aux expéditeurs de convoier plus rapidement leurs marchandises. La start-up basée à Dakar a été fondée par Moustapha Ndoye et Alioune Ndoye. Elle a levé 750 000 USD plus tôt dans l'année pour soutenir sa croissance.

Autre participant sénégalais : Paps, représenté par son CEO Bamba Lo et son équipe. Paps est une entreprise de transport et de logistique axée sur la technologie, qui propose des services de bout en bout. Elle offre des solutions qui répondent aux besoins de chaîne logistique allant du stockage à la livraison au dernier kilomètre, en passant par le fret et les opérations douanières.

Nous avons aussi eu l'occasion de rencontrer Modou Lô, CEO de Lo Multimedia qui est spécialisé dans la vente et prestation de services, proposant une large gamme de matériels informatiques, bureautiques, électroniques, réseaux, etc. Et aussi Mme Seck de Astone qui est une entreprise présente sur le marché des nouvelles technologies depuis 2017. Astone s'est construite une véritable image de marque dans la distribution d'équipements et services de qualité.

Certaines entreprises ont participé grâce au soutien institutionnel de la DER et de son label Lions Tech (comme Chargel et Shopmeaway et son CEO Racine Sarr), elles ont pu saisir l'opportunité du Gitex Africa pour se développer à l'international.

Sur le continent africain, de plus en plus de gouvernements mettent en place des initiati-

ves pour soutenir leur écosystème entrepreneurial local. Le Sénégal montre l'exemple, à travers des structures comme la DER, qui favorisent l'éclosion et l'expansion des startups innovantes. Le Gitex Africa était l'occasion de mettre en lumière le dynamisme de ces jeunes pousses sénégalaises qui n'ont pas fini de faire parler d'elles !

L'événement a renforcé les connexions entre l'écosystème sénégalais et les acteurs internationaux de la tech africaine. Il contribuera à accélérer le développement des solutions made in Sénégal aux défis locaux (logistiques, mobilité, services...), tout en ouvrant ces entreprises aux marchés voisins.

Rendez-vous en 2024

Après le succès de cette première édition, les organisateurs ont d'ores et déjà annoncé que l'événement serait reconduit en 2024, du 22 au 24 Mai. Le Maroc a vocation à s'imposer comme point de rencontre périodique incontournable entre les acteurs africains et internationaux de la tech et de l'innovation.

Ce Gitex Africa 2023 restera comme une étape marquante pour le développement technologique du continent et le renforcement de sa souveraineté numérique. Il symbolise la montée en puissance de l'Afrique sur la scène mondiale de la révolution digitale.



« From Third World to First » L'histoire de Singapour 1965 - 2000 de Lee Kuan Yew

Dans le deuxième tome captivant des mémoires de Lee Kuan Yew, intitulé 'From third world to first', l'histoire du développement de Singapour est minutieusement reconstituée. Le livre plonge dans la remarquable métamorphose de Singapour, qui a évolué en l'une des économies les plus prospères du monde en moins de 50 ans, s'arrêtant à l'année 2000.

Ériger la Défense Nationale en Priorité

L'histoire débute avec l'établissement d'une armée, une initiative cruciale pour sécuriser le pays face à des voisins potentiellement hostiles tels que la Malaisie et l'Indonésie. À une époque où l'archipel se montrait réticent envers la création de la Malaisie, Lee Kuan Yew prend secrètement contact avec Israël dans le but de former une armée de défense, modelée sur le modèle de Tsahal. En parallèle, Singapour demeure une base britannique majeure jusqu'en 1971, ce qui contribue à garantir sa sécurité.

Les Fondations du Progrès

Le livre plonge ensuite dans les éléments déterminants ayant propulsé Singapour au statut de métropole mondiale d'aujourd'hui :

- Son ouverture au monde, impérative pour assurer des débouchés commerciaux en raison de la petitesse du marché local.
- Son attrait pour les investissements étrangers, permettant à des entreprises américaines et européennes de produire leurs biens sur place.
- L'accent mis sur la propreté et l'environnement.
- L'importance accordée à l'éducation.
- La promotion de la diversité ethnique et sociale, résultant notamment en des quotas ethniques dans les HDB (HLM locaux), présents dans toute la ville plutôt qu'à sa périphérie.

Traversée de l'Histoire

La seconde partie de l'ouvrage explore les relations de Singapour avec divers États régionaux et mondiaux, dévoilant l'Histoire à travers les yeux de Lee Kuan Yew. Des moments tels que la guerre du Vietnam, le scandale du Watergate, l'élection et la présidence de Reagan, le génocide cambodgien suivi de l'invasion vietnamienne soutenue par l'URSS, se déploient sous nos yeux. La transition du Royaume-Uni sous Margaret Thatcher et l'émergence de la Chine sous Deng Xiaoping sont également abordées, tout comme la crise financière asia-

tique de 1997.

Lee Kuan Yew : Précurseur du Féminisme

Le féminisme avant-gardiste de Lee Kuan Yew frappe particulièrement, notamment en tant que femme vivant et exerçant le métier d'avocate dans ce pays. Il a épousé une femme, Kwa Geok Choo, dont l'intellect brillait tout autant que le sien, et qui avait une existence indépendante en tant qu'avocate et co-fondatrice d'un prestigieux cabinet singapourien. Lee Kuan Yew considérait que l'égalité était la seule voie possible, construisant ainsi sa vie aux côtés d'une femme qu'il voyait comme son égale.

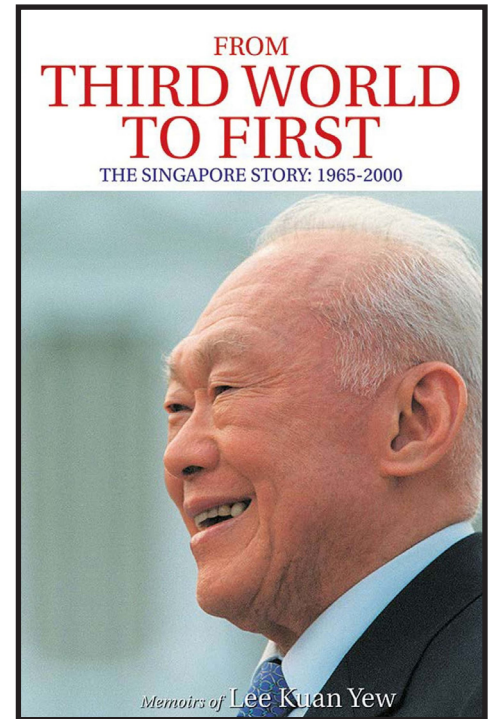
Il a inculqué ces valeurs à ses fils, soulevant même un débat au sein de la société singapourienne en encourageant les hommes à épouser des femmes de niveau intellectuel comparable. Son constat que des femmes brillantes demeuraient souvent célibataires, car leurs homologues masculins privilégiaient des partenaires moins éduquées et moins indépendantes, a mis en lumière des préjugés masculins de l'époque."

Le livre « *From Third World to First* » de Lee Kuan Yew pourrait certainement servir d'inspiration pour l'avenir du Sénégal. Bien que le livre se concentre principalement sur l'expérience singapourienne, de nombreuses leçons et principes qui y sont présentés peuvent être applicables à d'autres pays en développement, y compris le Sénégal.

Lee Kuan Yew a joué un rôle clé dans la transformation de Singapour d'une nation sous-développée en un État prospère et développé dans l'espace de quelques décennies. Parmi les enseignements tirés de son livre qui pourraient être pertinents pour le Sénégal, on peut citer :

Leadership visionnaire: Lee Kuan Yew était un leader visionnaire qui avait une vision claire de l'avenir de Singapour. Le Sénégal pourrait bénéficier d'un leadership similaire qui puisse articuler une vision audacieuse pour le développement du pays.

Gouvernance efficace: Singapour a mis en place des institutions gouvernementales solides et une administration efficace. Le Sénégal pourrait travailler à renforcer ses institutions et à améliorer la qualité de sa gouvernance.



Investissement dans l'éducation: Lee Kuan Yew a mis l'accent sur l'éducation comme facteur clé de développement. Le Sénégal pourrait investir davantage dans l'éducation pour préparer sa main-d'œuvre à l'économie mondiale.

Développement des infrastructures: Singapour a investi massivement dans les infrastructures, ce qui a stimulé la croissance économique. Le Sénégal pourrait suivre cet exemple en développant ses infrastructures de manière à favoriser le commerce et l'investissement.

Promotion de la stabilité politique: La stabilité politique est cruciale pour le développement économique. Le Sénégal pourrait travailler à renforcer sa stabilité politique et à promouvoir la cohésion nationale.

Ouverture aux investissements étrangers: Singapour a attiré des investissements étrangers en offrant un environnement favorable aux entreprises. Le Sénégal pourrait explorer des politiques similaires pour attirer davantage d'investissements étrangers.

En résumé, bien que les contextes de Singapour et du Sénégal soient différents, les principes de développement économique et politique présentés par Lee Kuan Yew dans son livre peuvent certainement servir d'inspiration et de points de départ pour l'avenir du Sénégal. Il est important d'adapter ces principes à la réalité sénégalaise tout en restant fidèle à la vision d'un avenir prospère et durable pour le pays.



“L’Harmonie de la Tradition et du Style Moderne : Aïdo Thioune Couture”

Thiant Gui Thioune Couture by Aïdo Style, communément appelée **Aïdo Thioune Style** est une marque de “Prêt à porter” et de “Sur mesure” qui propose des modèles exceptionnels, d’une qualité incommensurable pour les hommes (Turki Ndiareme, Grand Bou-bou modèle Serigne bi, modèle Yeesal Gi et d’autres modèles), pour les femmes (des modèles rares, classes, avec des tissus chics) de même que pour les enfants. Aïdo Thioune Style propose aussi des tissus coton, Getzner, Brodés, Brodés Swarosky et des tissus rares venus des quatre coins du monde.

Alliant, traditionalisme, modernisme et professionnalisme, Aïdo Thioune Style fait de la Rigueur son Leitmotiv, ainsi le respect strict des délais et la recherche perpétuelle de la satisfaction du client constitue la Règle d’or chez eux.

De plus, les équipes de créateurs d’Aïdo Thioune Style travaillent d’arrache-pied pour offrir à la clientèle de nouvelles collections plus sublimes les unes que les autres à la veille de chaque événement.

Pour découvrir tous les sublimes produits d’Aïdo Style Thioune n’hésitez pas à aller faire un tour dans leur nouveau showroom sis à Yoff Virage sur la route de l’aéroport.





ENTRETIEN

Ndèye Diago DIEYE

“Diago Dieye : Une Vie au Service de l’Économie Locale et de l’Entraide”



Entretien avec Ndèye Diago Dièye

Directrice Générale NYALA Ventures

Bonjour, Mme Sow, pourriez-vous vous présenter aux lecteurs de Croissance Magazine ?

Je suis Ndèye Diago Dièye, Madame Sow. Et je suis Sénégalaise, donc née et grandie au Sénégal. Originaire de la commune de Mboro, plus précisément dans la région de Thiès où j'ai fait mon cycle primaire. Et par la suite, j'ai intégré la maison d'éducation Mariama Bâ de Gorée où j'ai fait mon cycle secondaire jusqu'à la 2^{nde}. J'ai obtenu une bourse de l'État du Sénégal pour aller faire mes études au Royaume-Uni au Collège du Monde Uni où j'ai fait ma première et ma terminale pour obtenir un bac international. Depuis le lycée, j'ai fait un peu un focus sur tout ce qui est sciences économiques, mathématiques et langues, et c'est ce que j'ai poursuivi au niveau universitaire. Quand je suis partie aux États-Unis pour débiter mon cycle universitaire dans l'état du Minnesota, j'ai poursuivi des études en sciences économiques et en mathématiques et j'ai appris une nouvelle langue: le japonais. J'ai toujours aimé les langues c'est pourquoi j'ai fait un double diplôme en sciences économiques et en japonais entre les États-Unis et le Japon. J'ai rejoint le secteur des services financiers : j'ai commencé à New York sur Wall Street, au Crédit Suisse puis j'ai rejoint la Banque Suisse dans leur bureau à Londres. Après quelques années, j'ai intégré une des plus grandes banques britanniques où j'ai aussi fait mes armes. Mais après quelques années, je suis rentrée au Sénégal. Bien sûr, par nostalgie, mais aussi parce que je voyais toutes les opportunités qui naissaient sur le continent. On passait beaucoup de temps dans les cercles financiers à Londres à parler des opportunités, je voyais des gens qui quittaient Londres pour venir s'installer sur le continent et je me disais, pourquoi pas moi qui suis originaire du Sénégal ? Pourquoi ne pas rentrer et profiter de ces opportunités et participer au développement économique de mon propre pays ? C'est comme ça que je suis rentrée après une dizaine d'années. Et j'ai eu la chance d'avoir un parcours ici au Sénégal, assez diversifié : j'avais commencé par le cabinet Mazars où j'étais consultante senior, et ça a été un bon trait d'union entre le monde anglo-saxon auquel j'étais habitué et le monde des affaires franco-françaises, donc passer par le cabinet pour pouvoir faire cette transition

a été une aubaine. Et plus tard j'ai été cooptée par le DG fondateur du FONSI (Le Fonds Souverain d'Investissements Stratégiques) au tout début de l'année 2013. Et ça aussi, c'était une énorme opportunité de pouvoir mettre en place pour la première fois un fonds souverain au Sénégal. C'était même le premier Fonds souverain en Afrique subsaharienne qui n'était pas basée sur des ressources pétrolières et gazières. Il fallait le faire, c'était donc un défi et avec le DG fondateur et l'équipe fondatrice, on l'a relevé et on a pu mettre en place le FONSI. Et c'est au FONSI qu'a débuté ma passion pour le financement des PME, parce que le FONSI avait pour rôle aussi de soutenir les PME. Et dans ce cadre-là, un de mes premiers projets au FONSI, c'était la mise en place du Fonds PME : Teranga Capital. Donc le FONSI était actionnaire, c'était un de mes premiers projets d'investissement et j'étais représentante du FONSI au sein de la gouvernance de Teranga Capital que j'ai fini par rejoindre (toujours par passion). J'ai intégré Teranga Capital en tant que membre de l'équipe dirigeante, donc j'ai quitté le FONSI pour Teranga Capital. Et là aussi, ma passion pour le financement des PME a continué et ça s'est concrétisé par la mise en place d'un projet de financement en collaboration avec la Fondation Mastercard qui a abouti sur le financement de plus de 1000 entreprises, 1000 PME et plus de 16000 micro-entrepreneurs. Et donc là aujourd'hui, j'ai remonté un peu la chaîne, je suis dans un Fonds de Fonds. C'est un Fonds d'investissement qui investit dans les fonds PME en Afrique. Voici un peu qui je suis du point de vue professionnel.

D'accord, pouvez-vous me parler un peu plus du programme Suqali de Téranga Capital en partenariat avec la Fondation Mastercard ? Vous avez parlé d'un nombre assez important de PME touché quand même.

Effectivement, et il s'agit du programme de financement Suqali, il y a même une plateforme dédiée. C'est un programme qui a été mis en place en réponse à la crise économique qui était née de la COVID-19 avec la Fondation Mastercard. Et l'idée, c'était d'élargir l'accès au financement des PME au Sénégal, mais aussi des micro-entrepreneurs qui sont surtout dans le secteur informel. Donc l'idée, c'était quoi ? C'était de se dire qu'à cause de la COVID, il y a des entreprises qui étaient déjà inclus dans le système financier ou des micro-entrepreneurs mais qui ont subi un choc qui les a exclus du système financier. Peut-être

parce que leur activité est à l'arrêt ou bien leur chiffre d'affaires a baissé de telle sorte qu'ils sont en défaut avec leurs institutions financières ou qu'ils ne peuvent plus avoir accès au crédit. Donc il y avait ce volet là, mais aussi se dire qu'indépendamment de la crise économique liée à la pandémie, des entreprises et des micro-entrepreneurs n'avaient pas accès au financement. Notamment quand on parle de la cible : "Jeune femme en zone rurale" qui est vraiment une cible de prédilection de la Fondation Mastercard. C'est dans ce contexte de double objectif que Teranga Capital a noué ce partenariat avec la Fondation Mastercard. C'était un programme de 30 000 000 de dollars. À l'époque, c'était à peu près 18 milliards de francs CFA et il fallait trouver un mécanisme pour injecter ces fonds assez rapidement pour venir en soutien aux entreprises et aux micro-entrepreneurs qui en avaient besoin. Vous savez qu'injecter une telle somme dans un temps record de moins de 36 mois et atteindre des milliers et des milliers de bénéficiaires, ce n'est pas chose facile. On est passé par ce qu'on appelle des partenaires de mise en œuvre, des institutions financières et non financières, avec qui on a noué des partenariats et on s'est accordé sur les mécanismes de financement des bénéficiaires. Je donne un exemple: une institution de microfinance qui a un réseau national assez touffu pour pouvoir atteindre les bénéficiaires, on noue un partenariat avec cette institution de microfinance qui reçoit les fonds du programme Suqali et qui, par la suite, met à disposition les fonds, mais en tant qu'institution financière. L'institution est souveraine dans la prise de décision, donc ça passe par ses instances de gouvernance parce que le risque de crédit demeure avec cette institution financière. Du point de vue du bénéficiaire, il n'y a pas de changement. Ils vont juste se rendre compte que les conditions de crédit sont quand même assez allégées. Et les bénéficiaires comprennent que derrière, c'est surtout par rapport à la relance post COVID-19 que cela est venu en soutien à leurs activités. Par exemple ce qui peut changer, c'est le taux d'intérêt qui est allégé ou bien les garanties ou le processus d'obtention du crédit. Tous nos partenaires de mise en œuvre se sont engagés à les raccourcir. Parmi ces quinzaines de partenaires de mise en œuvre, il y avait des institutions de microfinance, mais aussi des banques commerciales, des banques de développement et des fonds d'investissement de la place également des incubateurs et des accélérateurs qui nous ont vraiment aidés à sur-

tout toucher les jeunes entrepreneurs. Parce qu'il y avait, par exemple, des incubateurs au sein des universités Gaston Berger (UGB) de Saint-Louis ou Assane Seck de Ziguinchor etc. Ces incubateurs au sein des universités nous ont vraiment permis de toucher la cible "étudiants entrepreneurs". C'était assez crucial pour nous de pouvoir atteindre cette cible, avec la jeune population qui arrive dans le monde du travail par millions d'ici 2035. Il fallait trouver un moyen de les aider à mettre en place leurs propres entreprises au lieu de les laisser aller au chômage parce qu'ils ne trouvent pas de poste dans le monde du travail. C'est un programme qui était très diversifié en termes de mécanisme d'intervention grâce à la palette partenariale de mise en œuvre dont certains pouvaient faire des crédits très courts termes, des crédits de campagne, des crédits d'investissement et moyens termes. D'autres faisaient des prêts d'honneur, par exemple quand il s'agit d'un incubateur ou d'accélérateur, qui fait des prêts aux jeunes entrepreneurs et aussi les fonds d'investissement qui a pu mettre en place un système de prise de participation, accompagnée de mise à disposition de quasi capital. Cela nous a permis de mettre en place la plateforme Suqali sur lequel vous pouvez accéder. Et qui nous permettait de mettre en relation des bénéficiaires et les partenaires. Et là, chaque bénéficiaire pouvait se connecter, soumettre son besoin de financement et donner des informations sur son profil et en fonction de cela, la plateforme avait des algorithmes qui permettaient de faire un Matching, une mise en correspondance entre le besoin qui est exprimé et les partenaires de mise en œuvre et leur offre de financement. Par exemple, quelqu'un qui avait besoin d'un petit prêt de 100 000 francs en zone rurale dans une certaine activité, pouvait être orientée vers un partenaire de mise en œuvre, institution de microfinance dans la même zone. Et un autre entrepreneur qui a un besoin de 50 000 000 de francs CFA, 100 000 000 de francs CFA avec une entreprise assez avancée, aurait plus besoin d'un fonds d'investissement etc. C'est ce qu'on a fait avec la Fondation Mastercard qui nous a soutenu tant d'un point de vue financier en mettant à disposition les fonds, mais aussi sur le point technique en mettant à disposition les ressources qu'il fallait pour mener à bien ce projet qui, avouons-le, était ambitieux : 18 milliards de francs CFA à injecter en moins de 36 mois, c'était quand même un défi, mais grâce aux partenariats stratégiques liés avec les partenaires de mise en œuvre, on a quand même pu y arriver pour financer 1000 PME et plus de 16 000 micro entrepreneurs.

On a l'impression qu'un programme pareil n'a jamais été mis en place dans l'environnement des PME jusqu'ici...

Pas à ma connaissance, sauf si ça a été mis en place sans pour autant être communiqué. Mais un programme de cette taille, effectivement, je n'en ai jamais entendu parler. C'est à vérifier, parce que souvent, les institutions financières font ce genre de programme avec les bailleurs, sans pour autant communiquer dessus. Donc, on peut voir par exemple tout

d'un coup une campagne de promotions : "Nous faisons des crédits à taux allégé sur telle durée, pour tel secteur d'activités etc". Et souvent il y a un bailleur derrière. Et même l'État du Sénégal, souvent, fait ce genre de programme. Par exemple, il y a quelques années, il y avait un programme pour financer les fonctionnaires avec des taux allégés. Il y a un bailleur derrière qui est prêt à prendre ce risque, à mettre des conditions allégées pour justement atteindre cette cible. Maintenant, comme vous dites, c'est à vérifier si un programme de cette taille de 18 milliards a été fait avec autant de bénéficiaires, je n'en ai pas connaissance.

Vous avez récemment reçu un prix au forum Angaza, ça allait dans ce sens ?

C'était plus large. Angaza qui signifie "illuminer". Le forum Angaza est une plateforme qui vise à redéfinir l'image de la finance en Afrique subsaharienne. L'octroi plusieurs Prix et la distinction dont j'ai bénéficiée récemment est surtout pour les femmes cadres de la finance en Afrique subsaharienne, la Banque et l'assurance inclut, c'est assez large. L'idée c'est de mettre en relief, le travail que nous faisons pour justement faciliter l'accès au financement des entreprises, mais aussi des micro-entrepreneurs. La particularité aussi de ce prix, c'est qu'il ne regarde pas juste le parcours professionnel, il prend aussi en compte les activités en dehors de la vie professionnelle. Est-ce qu'il y a des activités sociales dans laquelle la personne est impliquée ? Et quel est aussi le lien, s'il y en a, avec ce que la personne fait dans le cadre professionnel ? Donc c'est une distinction qui se veut polyvalente, qui n'est pas juste focalisée sur le parcours professionnel mais va au-delà. Mais effectivement, ça reste dans le domaine des services financiers et c'est aussi un peu partout en Afrique. C'est la première fois qu'ils ouvrent ce prix à l'Afrique francophone, j'ai été assez chanceuse d'être retenue avec une collègue d'ORABANK Bénin.

On voit que vous avez d'autres activités au-delà de vos activités professionnelles. Ce sont des activités associatives ou caritatives? Pouvez-vous nous en parler?

Oui, c'est plutôt caritatif, plutôt des activités liées à l'Association "Noor Entraide et charité" qui fait des actions caritatives un peu partout dans le Sénégal, plus précisément à Dakar. En assistant par exemple des malades qui ont un peu du mal à se faire soigner, qui n'ont pas de couverture maladie, les membres de l'association cotisent et parfois font des dons pour les assister. Il y a aussi des activités au sein des orphelinats aussi bien à Dakar qu'en dehors de Dakar. Il y a aussi des Daaras modernes que nous soutenons pour améliorer les conditions de vie de leurs apprenants. Nous faisons aussi beaucoup d'actions, spécialement durant le Ramadan où nous mettons à disposition des milliers de kits alimentaires à Dakar et en dehors de Dakar. Et nous faisons d'autres activités comme l'assistance pour l'inhumation des morts inconnus. C'est un fléau qui n'est pas très connu mais qui est là. Nous faisons des dons



Suqali, en partenariat avec la Fondation Mastercard, est une plateforme digitale conçue pour favoriser l'inclusion financière. Elle est destinée à tous les micro-entrepreneurs, petites et moyennes entreprises informelles ou formelles dans le but de faciliter leur accès au financement.

Suqali a été mis en place pour apporter une réponse efficace face aux effets néfastes de la pandémie liée à la COVID 19 sur les activités économiques.

Où que vous soyez au Sénégal, nous proposons des solutions de financement parfaitement adaptées à votre activité.



Entraide & Solidarité

Noor est née d'un élan de solidarité entre amies et qui ont décidé de se cofinancer tous les mois pour mener une œuvre sociale. Ainsi à chaque fois que la cagnotte atteignait un certain montant, elle était redistribuée à des nécessiteux, le plus souvent des enfants hospitalisés. Ces moments de rencontres sur le terrain avec les nécessiteux, alliés à un désir d'action humanitaire présent depuis toujours dans nos cœurs, donnèrent naissance à Noor. De fil en aiguille, nous avons commencé à copier de nouvelles personnes dans notre entourage immédiat, nos amis, les amis de nos amis etc.

L'association caritative NOOR. Fondée en 2013 et dûment enregistrée, se consacre à venir en aide aux malades et aux personnes vulnérables.

Le principal domaine d'intervention est la santé, où nous nous engageons à prendre en charge les malades démunis. De plus, nous travaillons activement pour permettre aux populations rurales d'accéder à l'eau potable en finançant le forage de puits. Parallèlement, nous menons diverses actions d'entraide et de solidarité.

pour assister à l'inhumation afin que cela se fasse de façon digne. Et, nous participons aussi à la construction de puits pour faciliter l'accès à l'eau potable surtout en zone rurale. Vraiment ce sont des activités diversifiées que l'association entend et nous sommes plus de 600 membres un peu partout au Sénégal et à l'étranger. Voilà ce qui occupe la majorité de mon temps en dehors du cadre professionnel et de ma situation de maman et d'épouse, il ne faut pas l'oublier, car cela fait partie aussi de notre vie de femme active.

Vous êtes toujours à Teranga capital ?

J'ai quitté Teranga Capital il y a un peu moins d'un an. Là j'ai rejoint un Fonds de fonds qui s'appelle Nyala Venture basé aux Pays-Bas. Toute l'équipe est aux Pays-Bas, mais moi je suis restée baser à Dakar parce que j'ai ma famille ici. C'est un fonds qui investit dans les fonds d'investissement qui vient à peine de démarrer.

Si vous aviez des conseils à donner à des entrepreneurs, quels conseils leur donneriez-vous ?

Le premier conseil, ils l'ont entendu de tout temps : c'est d'identifier le problème auquel ils sont en train de trouver une solution. Donc si je lance mon entreprise avec des produits ou bien des services, il faudrait vraiment que je puisse me demander en tant qu'entrepreneur : "qu'est-ce que cela va résoudre ? Quel est le problème que ça va résoudre ?" Et "qui sont les clients potentiellement qui ont ce problème-là" pour que j'aie les trouver. Je pense que quand on a cette démarche-là, automatiquement, le produit ou le service va se vendre tout seul. On n'aura même pas besoin de passer trop de temps à faire de la communication ou bien à convaincre. Je pense que cela fait partie de la connaissance du marché, de la connaissance de sa clientèle, de la connaissance de toutes les parties prenantes et souvent les entrepreneurs. Parfois je pense qu'il leur faudrait ce recul parce que, ce qui peut paraître une excellente idée pour l'entrepreneur n'est pas peut-être une idée qu'on peut mettre à l'échelle car il n'y a pas assez de clientèle. Je pense que c'est le premier pas à poser. Qu'est-ce que mon projet va résoudre comme problème ? Comment mon produit ou mon service va contribuer à l'amélioration de la condition de vie de mes clients ? Je pense que s'ils ont réponse à cela, ils peuvent se lancer à fond, et c'est sûr que le projet va marcher. Pourquoi ? Parce que la question qui va suivre après, c'est OK. J'ai identifié un problème que je peux résoudre, comment est-ce que je peux me faire financer ? Quand on va en face d'un investisseur ou bien une institution financière et qu'on leur dit, voici le problème que je peux résoudre, le potentiel de clients qui vont s'y retrouver normalement, l'investisseur ne devrait pas avoir du souci à suivre l'entrepreneur. Je pense que là où ça peut bloquer, c'est que quand l'investisseur se dit : Est-ce que le marché est là ? Est-ce que le produit ou le service résout un problème ? Est-ce que ça va marcher si je mets à disposition les fonds ? Donc je pense que vraiment tout tourne autour de cette

question centrale de vraiment résoudre un problème réel pour le compte de ses clients. Et je pense que dès qu'on a ça, avec la passion qui fait briller l'entrepreneur, on peut convaincre très facilement un investisseur ou bien une institution financière sans même avoir à faire des présentations PowerPoint élaborées, des business plans assez longs et des fichiers Excel compliqués. Lorsqu'un investisseur voit la passion, très rapidement, l'investisseur est convaincu. Ce sont quelques conseils que j'aimerais partager avec mes amis entrepreneurs et que moi-même j'applique. Parce que moi-même je me considère Entrepreneur, quand je mets en place, par exemple, un fonds d'investissement PME, je me dis : la solution que je propose, comment est-ce que ça va résoudre un problème ? Quand on met en place un programme de financement pour le compte de la Fondation Mastercard, avant d'être retenu, nous avons dû proposer une solution à la Fondation pour développer pour déployer les 18 milliards. Donc je me dis, quel est le problème que je résous pour ces clients et comment je le résous ? Et dès qu'on a trouvé la réponse à cela, on a pu nouer ce partenariat très facilement. Et même nouer d'autres partenariats qui ont suivi. Donc vraiment il faut que l'entrepreneur se mette dans cet état d'esprit de trouver des solutions aux problèmes de ses clients potentiels.

Est-ce que vous avez un dernier mot ? Quelle chose que vous voulez dire ? Un cri du cœur ?

Il y a tellement de choses à dire, mais je pense que je vais revenir sur la raison pour laquelle je suis rentré au Sénégal. C'est que : le potentiel est énorme, et je pense que les entrepreneurs, les investisseurs, les bailleurs, tout le monde commence à en prendre bien conscience. Mais j'aimerais bien que nous-mêmes, qui sont ici, nous en prenions plus conscience. Et malheureusement, il y a encore ce fléau. Peut-être qu'il y a un focus sur les immigrants qui partent de façon informelle ou clandestine par les bateaux, mais il y a aussi, une bonne partie de nos ressources, de nos cerveaux qui partent par la voie légale, qui quittent le pays ou le continent et vont s'installer ailleurs. Et la contrepartie de cela, c'est que nous avons d'autres experts qui viennent d'ailleurs pour s'installer et profiter de ces opportunités. Ce qui pour moi est quand même dommage, parce que voilà, le potentiel est là chez nous, c'est juste à nous de le voir, de l'exploiter, d'en prendre pleine conscience et d'avoir plus confiance en nous. C'est quand même assez ironique que l'Afrique qui est le continent le plus riche en termes de ressources naturelles soit paradoxalement le continent le plus pauvre. On devrait dépasser l'étape de se dire que oui, parce qu'il y a eu des périodes de stagnation ou bien de recul à cause de la colonisation, de l'esclavage. Là, vraiment, c'est à nous de prendre notre destin en main et de savoir qu'on est le continent le plus riche en termes de ressources naturelles. Le monde entier est en train de se ruiner sur l'Afrique, sauf l'Afrique. Donc vraiment ça, peut être que c'est un discours, on me dira : "afro-optimiste", "panafricaniste", je n'aime pas les labels, mais bon, en tout cas je

sais qu'il y a du potentiel là-bas et c'est une bonne nouvelle que la jeunesse soit en train d'en prendre conscience et j'espère qu'à partir d'ici, ça ne va qu'augmenter pour que vraiment nous puissions prendre notre destin en main et réaliser notre plein potentiel.

Vous avez fait le tour du Sénégal. Quelle expérience en avez-vous tirée ? Par rapport au pays, aux entrepreneurs, et à tout ce que vous avez eu à faire ?

Là, j'en ai la chair de poule en vous parlant, une très belle expérience. Très belle expérience, la rencontre d'entrepreneurs qui ont des projets très innovants et qui ont la passion. Et qui ont quand même démarré et font avec les moyens du bord. Quand on voit cela, on ne veut que les accompagner. Ils ne demandent qu'à être financés. J'en ai vu des projets, j'étais ébahie, des jeunes qui commencent avec de petites sommes, mais qui se serrent la ceinture, qui demandent à être accompagnés par ici et par là et qui veulent innover et surtout en zone non urbaine, en zone rurale et périurbaine. Je pense que nous aussi qui sommes basés à Dakar, souvent on est un peu biaisé en pensant que tout se passe à ici. C'est vrai qu'il y a une majorité de l'activité économique du pays ici à Dakar. Mais il y a des pépites, des entreprises en dehors de la région de Dakar qui sont en train de faire de très belles choses et qui ne demandent qu'à être accompagnées. Personnellement, si je devais par exemple revenir au Sénégal et travailler dans un fonds de financement PME, c'est très certainement des zones sur lesquelles je vais me focaliser parce que le potentiel est énorme. Et dans certaines zones c'est encore le désert, il n'y a pas assez d'investisseurs, d'institutions financières. Les infrastructures sont concentrées sur la côte ouest du Sénégal, entre Saint-Louis Dakar et Ziguinchor, mais n'empêche le potentiel est là et surtout dans tout ce qui est chaîne de valeur agricole. C'est extrêmement incroyable ce qui se passe et les gens ne sont pas au courant. Il y a un potentiel énorme qui ne demande qu'à être exploité. Vraiment, nous avons un très beau pays, quand je le dis, ça fait est un peu cliché, mais il faut le voir, il faut aller à l'intérieur du pays pour voir ces beaux projets, ces entrepreneurs qui sont passionnés et qui sont restés dans leur terroir pour le développer.

Propos recueillis par Hamza NDIAYE

Total Responses for Favorite Awardees

7,544

Percentage of Total Votes for Winner

26%



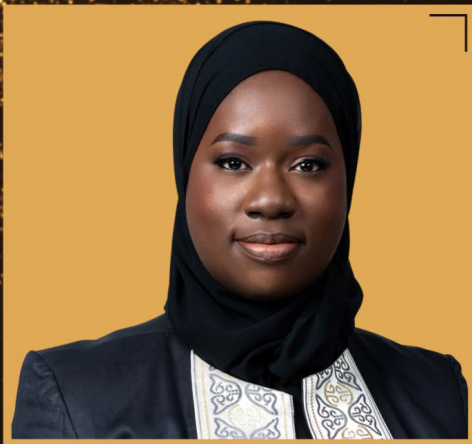
ANGAZA AWARDS
PEOPLE'S CHOICE
MOST VOTES 2023

Diago Dieye

Managing Director
Nyala Venture - Senegal



Ndèye Diago Dièye vient d'avoir une double nomination pour les prix Black Women in Asset Management (BWAM) 40 Under 40 2023, dans deux catégories : Impact Investing et ESG & Sustainability. Nous lui souhaitons Bonne Chance! Rendez-vous à Londres lors de la cérémonie de remise des prix de cette année le jeudi 5 octobre pendant le Mois de l'histoire des Noirs au Royaume-Uni



DIAGO DIEYE

Managing Director
Nyala Ventures

BWAM FORTY UNDER 40 AWARDS

ESG & SUSTAINABILITY

IMPACT INVESTING

SHORTLIST



Devenir incontournable dans votre domaine: Mode d'emploi

FATOU GUÈYE - CEO DIGAL Consulting

Il n'existe que 2 possibilités pour avoir des clients qui achètent vos produits ou services :

- 1 - Les démarcher
- 2 - Faire en sorte qu'eux vous contactent

La plupart des entreprises tombent dans la 1ère catégorie.

Même si vous êtes très bon dans ce que vous faites, vos prospects ne sont cependant pas CONFIANTS sur le fait que vous puissiez résoudre leurs problèmes.

Ils ne savent parfois même pas qui vous êtes ni ce que vous pouvez leur apporter.

Votre marque est noyée dans un océan de concurrents.

Par conséquent, vous êtes ou serez obligés de dépenser des centaines millions de FCFA en Marketing, campagnes de publicité payante et autres pour convertir ne serait-ce qu'un seul prospect en client tout en croisant les doigts pour qu'il y en ait d'autres sans savoir d'où ils pourraient venir.

Le risque ? votre part de marché, chiffre d'affaires voire marge risquent de stagner voire décroître drastiquement avec l'essor de la concurrence.

De plus, vous avez certainement du mal à communiquer la VALEUR RÉELLE de votre offre : le site web joue-t-il son rôle d'attirer des clients? Comment faire pour vous démarquer? Quoi poster sur les réseaux sociaux?

Meilleur scénario possible : vous obtenez des clients via le bouche-à-oreille.

Maintenant, imaginez que votre Marque soit reconnue comme une Autorité dans votre secteur d'activité.

Vous arrivez à vendre. Simplement. Sans effort. Des clients vous contactent quotidiennement et la seule problématique que vous avez est votre capacité à répondre à TOUTES LES DEMANDES.

Vous devenez incontournable.

Voici le cas de l'un de nos clients que nous appellerons Alpha dans le secteur de l'achat/revente de produits frais pour les restaurants Parisiens.

La Problématique

Forts d'une expérience de dix années, les dirigeants de Alpha savaient qu'ils disposaient déjà d'un business solide. Toutefois, ils ont identifié un certain nombre de lacunes tant en termes de clarté que d'orientation. Ils savaient que ces lacunes étaient à l'origine de mauvaises performances Marketing et d'un manque de conversion de leurs clients.

Alpha a donc réfléchi aux différentes façons de résoudre ces problèmes :

- engager des vendeurs ?
- engager des spécialistes du marketing ?
- dépenser de l'argent en publicité payante?
- se préoccuper du référencement sur internet ?
- etc.

Finalement, ils ont réalisé qu'ils devaient revenir à l'essentiel, c'est-à-dire aux fondamentaux de leur business : la vision ou leur raison d'être, la mission, leur cible, leurs valeurs et identifier ce qui les rend vraiment unique. Puis ils devraient aligner ces fondamentaux avec les attentes de leur clientèle cible. Et enfin définir une stratégie claire pour se développer en interne, en tant qu'équipe, et en externe, avec une communication claire pour convaincre plus facilement leur cible.

La Solution

Etape 1 - Identifier leur Savoir-Faire

Cela implique une compréhension, approfondie de l'environnement en examinant l'entreprise en profondeur, son marché et les personnes qui s'y trouvent. En analysant chaque perspective et en les recoupant, cela permet d'identifier la meilleure opportunité pour Alpha d'être crédible et de proposer une offre différenciée et de grande valeur à sa clientèle cible.

Etape 2 - Analyser et identifier leur client idéal

L'étude de leur Marché Total Adressable est nécessaire pour déterminer exactement qui ils devaient cibler parmi les différents profils de clients existants.

Etape 3 - Trouver leur Unicité

Approfondir la connaissance de leur clientèle a été nécessaire afin d'aligner l'offre

d'Alpha sur ce que leurs clients attendent le plus. Cela a permis de bâtir une stratégie de croissance sur la base d'un positionnement unique et distinctif.

Etape 4 - Créer leur Identité et leur histoire

Une fois les 3 étapes précédentes effectuées, il a été aisé de définir la nouvelle identité de marque d'Alpha et de raconter son histoire. Cela s'est traduit par des directives visuelles et verbales qui ont permis à Alpha de se montrer sous son vrai jour et d'attirer ainsi plus facilement sa clientèle cible.

Etape 5 - Élaborer une Stratégie et un plan d'actions

Enfin, une synthèse de la nouvelle stratégie d'Alpha a été élaborée. Associée à un plan d'action, cette stratégie d'une page a permis de clarifier, de cibler et d'orienter les prochaines étapes de la croissance d'Alpha.

Le résultat

- a. Les dirigeants de Alpha ont constaté une augmentation de la qualité et de la fréquence des discussions avec les futurs acheteurs.
 - b. En clarifiant, en orientant et en mettant en oeuvre sa stratégie d'1-page, l'entreprise Alpha connaît aujourd'hui une croissance dans toutes les catégories ci-dessous d'au moins 20% :
 - a. Activité dans son tunnel de vente,
 - b. Nombre de prospects de qualité,
 - c. Fréquence des appels de découverte et de vente,
 - d. Rapidité et facilité des discussions commerciales,
 - e. Conversion des prospects en acheteurs
- Alpha est devenu incontournable dans son secteur d'activité.

START UP ACT

AU SENEGAL

En résumé

La loi n°2020-01 du 6 janvier 2020 au Sénégal vise à promouvoir la création et le développement des startups dans le pays. Elle met l'accent sur la créativité, l'innovation, l'utilisation des nouvelles technologies, la création de valeur ajoutée, et la compétitivité à l'échelle nationale et internationale.

La loi s'applique aux startups dont au moins 1/3 du capital est détenu par des personnes physiques sénégalaises, des résidents au Sénégal, ou des personnes morales ayant leur siège social au Sénégal. Elle s'applique également aux startups créées par des Sénégalais à l'étranger, dont au moins 50% du capital est détenu par ces derniers.

La loi définit les termes clés, tels que "promoteur de startup" pour les porteurs de projets innovants, "startup" pour les entreprises innovantes de moins de 8 ans, "startup enregistrée" pour celles qui se sont enregistrées auprès d'une structure d'accompagnement, et "startup labellisée" pour celles qui ont reçu un label spécifique.

Elle met en place une Commission d'évaluation, d'appui et de coordination pour soutenir le développement des startups, ainsi qu'une plateforme en ligne permettant l'enregistrement et la labellisation des startups. Les structures d'accompagnement publiques ou privées peuvent bénéficier de mesures incitatives pour faciliter leur soutien aux startups.

Les startups enregistrées ou labellisées bénéficient de mesures incitatives, notamment des avantages douaniers, fiscaux, des garanties de crédit, des financements publics ou privés, et des facilités pour accéder à la commande publique. Elles ont également accès à des programmes de formation et de renforcement de capacités.

Des fonds publics et privés sont mis en place pour financer directement les startups éligibles. Les startups labellisées peuvent bénéficier d'avantages douaniers. Elles ont un accès préférentiel à la commande publique avec une marge de préférence de 5%.

En cas de non-respect des obligations, des sanctions sont prévues, y compris le retrait du label. Les startups en situation d'irrégularité peuvent demander leur régularisation auprès de la Commission.

La loi s'applique également aux entreprises déjà constituées qui aspirent à obtenir le statut de startup. Les modalités d'application de la loi sont précisées par décret.



Le Sénégal met en place la Commission pour la labellisation des startups

“La Commission d’Évaluation, d’Appui et de Coordination (CEAC) chargée de la labellisation des startups au Sénégal dans le cadre du projet de Startup Act a été officiellement établie. Elle compte 18 membres représentant diverses entités gouvernementales, des associations de startups ainsi que des personnalités indépendantes.

La principale mission de la CEAC est de superviser et de coordonner le processus de labellisation des startups sénégalaises. Elle sera chargée de piloter et de définir les orientations stratégiques visant à promouvoir les startups au Sénégal. En outre, la commission aura pour responsabilité l’élaboration et la coordination de la mise en œuvre d’une stratégie nationale visant à soutenir et à encourager le développement des startups.

La mise en place de la CEAC marque la concrétisation de la loi du 6 janvier 2020, dont l’objectif est d’instituer et de favoriser l’épanouissement des startups au Sénégal. Cette initiative fait également référence à un décret d’application de ladite loi, qui est destiné à régir la gouvernance de l’écosystème numérique du pays.”

ENTRETIEN AVEC

RAKI KANE



Bonjour Raki, tout d'abord parlez-nous de vous ?

J'ai un parcours atypique, je suis engagé depuis que j'ai l'âge de 10 ans. J'ai commencé mes premières actions en mettant en place un ruban vert dans le collège de ma ville qui m'a coûté un certain renom alors que j'étais déjà toute jeune. Donc j'ai continué mon parcours à la fois scolaire et de femmes engagées en France, dans la petite commune qui s'appelle les Mureaux. J'ai vite été repérée par les élus locaux aux Mureaux et déjà quand j'étais étudiante à 19 ans, je parlais déjà pour ma première campagne en tant que conseillère municipale donc j'étais vite élue et à côté de ça j'ai continué mes études. J'ai une Licence en santé médecine et biologie humaine, un Master en santé publique internationale et un D.U. en recherche clinique. Ça c'est pour mon parcours scolaire. Après, au niveau de mes engagements à la fois politique et plutôt social j'ai toujours milité pour l'égalité de tous. Donc quand j'étais conseillère municipale pour mon premier mandat, j'étais encore étudiante c'était compliqué d'allier les deux et j'essayais de comprendre à la fois ce que c'était qu'une structure d'Etat et comment penser la ville ? Et qu'est-ce que je pouvais apporter au sein de ma ville en tant qu'élue ? Sur mon deuxième mandat j'étais conseillère municipale, mais j'avais une délégation de signature du Maire et là j'étais en charge de l'aérodrome de ma ville. J'ai mené des actions, comme la mise en place des fêtes de l'air, l'organisation de meetings aériens, ce qui n'avait rien à voir avec mon parcours scolaire et du coup j'ai appris à organiser des événements et à pouvoir travailler et convaincre pour essayer d'avoir l'excellence quand j'organise quelque chose. J'ai réussi quand même à avoir trois (3) années de suite la Patrouille de France, ce qui n'est pas négligeable car la Patrouille de France c'est la plus haute patrouille en volige du monde donc on ne pouvait pas avoir mieux dans une petite campagne comme les Mureaux. C'était déjà un exploit d'avoir eu à faire tout ça mais j'ai été en fait vite rattrapé par la réalité quand j'ai voulu défendre bec et ongle la TFPB (Taxe Foncière sur les Propriétés Bâties) et ce n'est pas passé et je me suis dit bon, j'ai beau m'engager en France mais je ne m'y retrouve pas et je pense que mes parents ont quitté le Sénégal pour espérer de nous une vie meilleure et c'est à nous maintenant de rentrer au Sénégal pour apporter ce qu'on a appris et faire en sorte que les choses avancent. Du coup je suis rentrée et j'ai travaillé tout d'abord à l'ambassade du Sénégal au Canada où j'ai fait deux (2) ans. Mes études sont dans la santé mais mon hobby c'est tout ce qui est IA, high-tech je suis très branchée nouvelle technologie. Donc j'ai toujours voulu mettre en avant l'excellent parcours des sénégalais dans la matière donc j'avais déjà commencé au Canada et je suis rentrée au Sénégal pour pouvoir poursuivre en mettant en place la semaine du numérique : "Sénégal Connect" et qui a été une franche réussite.

Parlez-nous de "Sénégal Connect" et des retombées ?

"Senegal Connect" en fait, tous les 2 ans le ministère organisait un forum du numérique sur 2 jours où il y avait une participation de l'écosystème sénégalais et il y avait le Grand Prix du chef de l'Etat. Cette année on a voulu faire complètement autrement, on s'est dit déjà 2 jours c'est pas assez pour que l'écosystème puisse mettre en avant tout ce qu'il fait et il faudrait tabler sur une semaine et pouvoir avoir plusieurs volets : on avait le volet universitaire : donc on a contacté toutes les universités du Sénégal pour qu'elles puissent pendant la semaine du numérique organiser des événements et participer à la semaine. On avait le volet professionnel : où on a mis en place un village de professionnels avec tous les professionnels qui étaient là, pour qu'ils puissent discuter se rencontrer faire affaire et renforcer le maillage entre eux. On avait le volet scientifique, où là, on a mis en place autour de thèmes, des débats, des conférences, des panels où on essayait de prendre le numérique et le travailler sous toutes ces phases. Ces thèmes étaient : *quel est l'avenir d'un citoyen avec le numérique ?*, *L'encadrement et la régulation des réseaux sociaux* ; *la jeunesse, le numérique et l'emploi*. On avait vraiment pris le numérique, on a essayé de travailler sur toutes ces formes, ça c'était pour le volet scientifique. Et on avait un 4e volet qui était de travailler différemment et travailler avec les nouveaux communicants donc tout ce qui est influenceurs, artistes, pour pouvoir valoriser notre semaine et apporter un côté ludique à cet événement de grande envergure. Alors, les retombées, bon c'était quand même difficile, parce qu'organiser un événement à l'échelle internationale, avec très peu de budget, pour ne pas dire pas de budget c'était compliqué. Donc il m'a fallu aller chercher des sponsors pour pouvoir sponsoriser l'événement et pour pouvoir le mettre sur pied, donc je remercie vraiment le ministre qui s'est battu pour qu'on puisse tenir cette semaine et ça c'était bien. Le seul bémol vraiment que j'ai c'est que comme on parlait sur du sponsoring c'était difficile d'inclure toutes les start-ups alors que pour moi c'était les premières concernées, c'était à elles de venir montrer leurs innovations, de montrer ce qu'elles font dans tous les domaines de compétences, je rappelle le thème c'était : "le numérique facteur de développement économique et social". Parce que pour nous le numérique ce n'est pas un secteur d'activité c'est un facteur de développement, à partir de là on est obligé de réfléchir le numérique autrement. Quand on réfléchit le numérique autrement, ça veut dire qu'on n'enferme pas le numérique dans une case. C'est-à-dire que dans tous les secteurs on a besoin du numérique pour pouvoir progresser et si on veut atteindre nos objectifs d'émergence à l'horizon 2035 on est obligé de composer avec le numérique et pour composer avec le numérique on est obligé de faire avec

nos entreprises qui sont là, qui ont les idées et qui ont le talent. Parce qu'il faut avoir du talent pour pouvoir créer et c'était pour moi un tremplin pour pouvoir les appuyer et faire en sorte qu'elles puissent émerger et travailler avec elles au futur.

Et d'un point de vue objectif, vous croyez que vous avez atteint vos objectifs ou sinon qu'est-ce qui vous bloque ?

Alors, mes objectifs sont atteints parce qu'on a réussi quand même à faire en sorte qu'une grande partie de l'écosystème participe. Mes objectifs sont atteints dans le sens où les réflexions ont été poussées, nous avons rédigé le rapport final et vraiment c'est ce qui en ressort. Parce qu'on avait la participation et de la société civile et des créateurs et des professeurs et des universitaires, ça nous a permis de vraiment travailler les sujets dans leur intégralité donc pour moi l'objectif principal c'est de faire avancer les choses et à partir du moment où une personne est convaincue pour moi l'objectif est atteint. C'est comme quand j'organisais la fête de l'air à partir du moment où un enfant en regardant le ciel se dit : "Ah demain je veux être pilote de chasse", mon objectif est atteint.

Et comment voyez-vous l'écosystème du numérique au Sénégal ?

Alors, c'est un écosystème qui est très dynamique. Alors que comme je dis souvent il y a un vrai décalage entre l'écosystème et les pouvoirs publics. C'est-à-dire que notre écosystème est largement en avance par rapport à ce que les pouvoirs publics ont pu faire. Nous là déjà par rapport à la Startup Act on a pris 3 bonnes années de retard quand des pays voisins comme la Tunisie, comme Le Togo qui était bien derrière nous se retrouve en avant parce qu'ils ont su mettre en place la structure qui pourrait accompagner ces genres d'excellence. Pour moi l'écosystème numérique au Sénégal est complet. Mais moi quand je vois ce que les startupper font, quand je vois ce que les étudiants à l'EPT par exemple font, je suis impressionnée et je me dis : ce qui leur manque c'est l'appui, le soutien, l'accompagnement qu'il faut pour pouvoir faire de leur prototype un produit. Maintenant c'est à nous, pouvoirs publics, de les accompagner de les soutenir, de leur donner la chance et l'opportunité de pouvoir se développer. Parce qu'en se développant, forcément, le pays va se développer, c'est une chaîne.

Nous avons parlé de Sénégal Connect, là on va parler de votre nouvelle fonction, de vos nouveaux rôles, est-ce que vous pouvez nous en parler un peu ?

Voilà, déjà pour commencer, la loi a été promulguée en janvier 2020, elle est faite pour offrir un cadre incitatif aux start-ups. Ce cadre est accompagné de plusieurs volets et un décret d'ap-

plication a été mis en place en décembre 2021 pour vraiment accompagner, financer, soutenir les start-ups du Sénégal. Donc moi dans le cadre de mes fonctions, je suis la Secrétaire exécutive donc je suis le bras exécutif de la Commission d'Évaluation, d'Appui et de Coordination des start-ups. Donc là, l'idée en tout cas moi de ce que je veux en faire, c'est vraiment travailler en connivence avec l'ensemble de l'écosystème sénégalais. Moi mon souhait aujourd'hui, c'est de m'appuyer sur les structures d'accompagnement et les structures d'incubation qui existent déjà pour pouvoir repérer les start-ups, les accompagner et leur donner les billes qui vont leur donner les armes pour pouvoir se développer. En tout cas la CEAC elle sert à ça. La CEAC, c'est pour accompagner, appuyer, soutenir les start-up mettre en avant nos start-up c'est-à-dire les accompagner dans les grands forums, que ce soit nationaux ou internationaux, c'est aussi leur donner des opportunités, par exemple travailler avec l'OAPI sur des accords pour que nos start-ups puissent avoir des accompagnements au niveau des brevets de ce qu'ils ont trouvé. C'est aussi créer au Sénégal des concours entre start-up, pour les challenger, parce que, c'est ça qui est bien dans le monde du numérique, c'est qu'on est des vrais challengers on aime le challenge et c'est ce qui nous fait vivre. Et c'est ce qui fait que, je pense que ce sera apprécié de l'écosystème, si ça se met vite en place, si on ne perd pas de temps dans des considérations et si on se soutient. Moi, je compte vraiment sur les structures d'accompagnement et les associations de start-up qui existent déjà. Parce que c'est elles qui connaissent le mieux le terrain, elles sont vraiment des appuis, en tout cas moi c'est ce que je veux, c'est vraiment travailler en partenariat avec elles, pour pouvoir soutenir au mieux des start-up sur le terrain. D'accord j'ai différentes missions, mais voilà en gros c'est ça.

Et quels sont les moyens qui sont mis à votre disposition pour pouvoir atteindre ces objectifs ?

On a différents moyens. Pour commencer, c'est mettre en application la loi. La loi est claire par rapport à ce qu'on veut, comment on définit la start-up et ce qu'on veut faire de nos start-ups au Sénégal. Donc là moi, mon but en tout cas mon premier objectif, c'est de communiquer autour de la loi et de la mise en application de celle-ci. C'est dire aux start-ups, qu'aujourd'hui, vous avez un cadre légal qui va vous permettre d'obtenir des dégrèvements fiscaux, qui va vous permettre d'obtenir des dégrèvements douaniers mais pas seulement. A partir du moment où vous êtes labellisés start-up Act, vous allez pouvoir bénéficier d'avantages, montrer qu'obtenir le label c'est un avantage pour la start-up. Il y a un accompagnement autour des financements, on travaille avec les bailleurs de fonds pour pouvoir vraiment créer un fonds dédié à chaque type de start-up. C'est donc faire de la CEAC une ouverture. En tout cas, c'est ce que je compte faire : offrir un espace et un cadre pour : Accompagner, Soutenir, Financer et Promouvoir. Si je dois le résumer en 4 mots.

Et donc, vous comptez commencer par quoi ?

Alors moi, vous savez on est en fin d'année et on est dans une année quand même qui est assez particulière vu les échéances qui arrivent, donc après avoir discuté avec pas mal d'entrepreneurs, pas mal d'associations et de structures d'accompagnement, je pense que les entrepreneurs nous attendent plus sur tout ce qui est dégrèvement fiscal et douanier. Donc, c'est la mise en place de la plateforme rapidement pour que les gens puissent obtenir le label "Sénégal Connect" et voir nous de notre côté comment faire en sorte que ce soit fluide en fait, pour les startups, c'est-à-dire qu'une fois qu'ils sont sur la plateforme, qu'ils déposent leur dossier pour obtenir le label et s'ils ont le label que toute la documentation liée à la détaxe, tout ce qui est lié aux douanes puisse être accessible sur la plateforme. Donc pour moi, c'est mon premier gros chantier. Donc là, je travaille avec des experts pour que la plateforme soit vraiment facile d'utilisation, qu'elle soit accessible, qu'elle puisse accueillir un grand nombre de personnes et que les la documentation demandée pour obtenir le label puisse être fait directement sur la plateforme ça c'est mon premier gros volet. Et mon 2e volet c'est la communication. Parce que si on ne communique pas, en tout cas si on ne communique pas bien, ça risque de ne pas passer et on risque de se retrouver "nous dans nous" alors que c'est pas le but. Le but c'est qu'à l'échelle nationale que toutes les start-ups puissent être au courant de ce qui est en train de se faire et qu'on puisse enrôler un maximum d'entrepreneurs, de start-ups dans le cadre de la remise du Label. Alors pour pouvoir communiquer donc, il y a la communication traditionnelle donc à travers des émissions : la radio, la télévision mais aussi nos nouveaux communicants : les influenceurs et travailler avec eux sur des projets bien ciblés. Moi je pense que par rapport à ça en tout cas par rapport au volet influenceur voir comment on pourrait travailler avec les GAFA pour la mise en place des contenus, la rémunération des contenus et cetera. Voir comment on pourrait accompagner nos influenceurs, parce que pour moi eux aussi ce sont des startuppeurs dans ce cadre-là et ce serait un échange de bons procédés parce qu'ils m'aideraient à communiquer autour de la CEAC. Il y a aussi organiser un concours, challenge des 10 meilleures startups au Sénégal et ces 10 start-ups obtiendraient directement le label remis par le ministre en charge de l'économie numérique. Donc il y a ça, mais aussi aller dans la continuité de ce qu'on a fait lors de la semaine du numérique parce qu'on a organisé une caravane nationale, et lors de celle-ci on a vraiment accentué sur le numérique responsable et on s'est rendu compte que beaucoup ignoraient que derrière leurs écrans c'est quand même des personnes qu'on vise et qu'on continue à travailler sur ce volet-là. Donc on a plusieurs axes. En premier lieu c'est le nerf de la guerre de la loi, c'est la plateforme. Axer sur la communication et mettre en avant, tout en travaillant avec les structures d'accompagnement, les meilleures start-ups du Sénégal.

Là, vous avez une tribune qui est notre magazine qui sera distribué à plusieurs lecteurs : si vous avez un message à lancer quel serait-ce message ?

Je dirais : "Vous avez le droit de rêver !". Les Sénégalais ont le droit de rêver, ils ont le droit de penser à une idée et de vouloir la concrétiser et nous on sera là pour les accompagner pour concrétiser cette idée. Il n'y a pas de mauvaise idée, moi je suis convaincue en tout cas, je suis plus que convaincue, même je suis persuadée qu'on peut aller très loin et que la structure pourra être une vraie soupape pour les start-ups, pour aller de l'avant et régler les problèmes qu'ils rencontrent actuellement. Et surtout qu'ils continuent de rêver.

Propos recueillis par Hamza Ndiaye et Ibrahima Cissé



KG style

“KG Style: La Success Story d’Assane Ndiour, styliste sénégalais”

Assane Ndiour est le fondateur de la marque de prêt-à-porter KG Style basée à Dakar. Autodidacte passionné, il a su se former et lancer sa propre ligne de vêtements et accessoires. Portrait d’un styliste talentueux.

Accessoriste autodidacte, Assane Ndiour développe adolescent un intérêt pour la mode. Après une formation en chaudronnerie, il décide en 2014 de se lancer dans la création d’accessoires de mode. Il fonde la marque KG Style, spécialisée dans les cravates et nœuds papillons.

Désireux d’approfondir ses compétences, Assane suit une formation de modéliste et technicien en habillement à l’Institut de Coupe, Couture et Modelisme (ICCM) de Dakar. Armé de ces nouvelles connaissances, il élargit les activités de KG Style à la confection de vêtements en 2017.

Aujourd’hui, KG Style propose des collections complètes de prêt-à-porter masculin : chemises, pantalons, costumes, combinant style contemporain et influences traditionnelles sénégalaises. Ses créations séduisent une clientèle locale et internationale.

Grâce à son travail et sa persévérance, Assane Ndiour s’est imposé comme l’un des stylistes émergents les plus prometteurs du Sénégal. KG Style symbolise une mode africaine moderne, façonnée par un passionné du métier.





Five Studios
PHOTOGRAPHY



“L’entrepreneuriat au Sénégal : La fausse promesse d’une réussite épanouissante”

NGOOR CONTRAIRE - Chroniqueur Impertinent

Dans un monde qui célèbre l’entrepreneuriat comme la clé de la réussite, le Sénégal a embrassé cette tendance avec enthousiasme. Toutefois, je m’élève aujourd’hui pour remettre en question ce paradigme dominant. Contrairement à la croyance populaire, l’emploi des jeunes et l’entrepreneuriat au Sénégal ne sont pas nécessairement la panacée tant vantée. Alors que le pays encourage de plus en plus les jeunes à se lancer dans des entreprises innovantes, je soutiens que cette quête effrénée d’entrepreneuriat cache en réalité des défis profonds et des opportunités limitées.

tous les problèmes d’emploi au Sénégal, surtout lorsque le marché est déjà saturé.

Une approche souvent négligée dans la promotion de l’entrepreneuriat est la valeur de l’expérience professionnelle préalable. Travailler pour autrui permet aux jeunes de développer des compétences, d’apprendre les rouages de l’industrie et de construire un réseau professionnel solide. L’expérience acquise en travaillant pour une entreprise établie peut fournir une base solide pour ceux qui envisagent de devenir entrepreneurs. En négligeant cette étape cruciale, les jeunes entrepreneurs risquent de manquer d’expérience et de se retrouver confrontés à des difficultés insurmontables.

La nécessité d’une solide éducation formelle

L’importance d’acquérir des compétences spécialisées

Tandis que l’entrepreneuriat est souvent présenté comme une alternative à l’éducation formelle, il est essentiel de souligner l’importance d’une solide éducation pour les jeunes. Pour réussir dans le monde des affaires, il ne suffit pas d’avoir une idée novatrice. Les compétences spécialisées, telles que la gestion, le marketing et la comptabilité, sont cruciales pour transformer une idée en une entreprise viable. Ignorer l’éducation formelle au profit de l’entrepreneuriat pourrait priver les jeunes de compétences essentielles, les laissant vulnérables face aux défis du monde des affaires.

La recherche d’un équilibre entre l’entrepreneuriat et l’emploi traditionnel

Les avantages de la diversification

Plutôt que de se limiter à l’entrepreneuriat comme unique moyen de gagner sa vie, les jeunes devraient envisager une approche plus équilibrée, combinant l’entrepreneuriat avec l’emploi traditionnel. Cette approche offre une sécurité financière et la possibilité d’acquérir une expérience professionnelle solide tout en poursuivant des projets entrepreneuriaux passionnants. La diversification des sources de revenus et des expériences professionnelles permet aux jeunes d’explorer différentes voies et de s’adapter aux réalités changeantes du marché.

Les illusions d’une voie florissante vers l’emploi

L’entrepreneuriat comme échappatoire

Beaucoup considèrent l’entrepreneuriat comme la voie idéale pour les jeunes en quête d’emploi au Sénégal. Cependant, cette idée est souvent basée sur des illusions et des espoirs mal placés. La réalité est que le succès entrepreneurial est loin d’être garanti, avec une concurrence féroce et un marché limité. Pour chaque histoire de succès, il y a de nombreux échecs silencieux. Les jeunes entrepreneurs sont confrontés à des défis tels que le manque de financement, le manque d’expertise commerciale et la pression sociale. L’entrepreneuriat ne devrait pas être considéré comme une échappatoire facile à la réalité de l’emploi, mais plutôt comme un choix délibéré et informé.

La nécessité d’un soutien gouvernemental adéquat

L’échec de l’État à soutenir les jeunes entrepreneurs

Si l’entrepreneuriat est présenté comme une solution viable pour l’emploi des jeunes, il est essentiel que le gouvernement joue un rôle actif dans le soutien de ces initiatives. Malheureusement, au Sénégal, les jeunes entrepreneurs sont souvent confrontés à des obstacles bureaucratiques, à un manque de financement et à un manque de programmes de formation appropriés. Sans un soutien gouvernemental adéquat, il est difficile pour les jeunes de prospérer dans un environnement entrepreneurial compétitif. L’État doit prendre des mesures concrètes pour faciliter la création et la croissance des entreprises, en fournissant des incitations financières et des programmes de formation adaptés.

Les opportunités limitées dans un marché saturé

L’effet de la surpopulation entrepreneuriale

Alors que de plus en plus de jeunes se lancent dans l’entrepreneuriat, le marché sénégalais devient de plus en plus saturé. Les opportunités d’affaires viables se raréfient, ce qui rend encore plus difficile la réussite entrepreneuriale. Le rêve de créer une entreprise prospère se heurte souvent à la dure réalité de la concurrence acharnée. Sans un marché suffisamment large pour accueillir toutes ces nouvelles entreprises, les jeunes entrepreneurs se retrouvent piégés dans une lutte constante pour la survie. L’entrepreneuriat ne peut pas être la solution miracle à

La valeur de l’expérience professionnelle préalable

L’importance de travailler pour autrui avant de se lancer

Malgré l’engouement entourant l’entrepreneuriat au Sénégal, il est essentiel de remettre en question cette vision idéalisée. Les défis et les opportunités limités associés à l’entrepreneuriat nécessitent une approche plus nuancée. Les jeunes doivent être encouragés à considérer l’éducation formelle, l’acquisition de compétences spécialisées et l’expérience professionnelle préalable comme des fondations solides pour leur parcours entrepreneurial. Le gouvernement doit également jouer un rôle actif en fournissant un soutien adéquat aux jeunes entrepreneurs. En recherchant un équilibre entre l’emploi traditionnel et l’entrepreneuriat, les jeunes au Sénégal peuvent maximiser leurs chances de réussite et de prospérité. En fin de compte, la clé réside dans la diversification, l’équilibre et la prise de décisions éclairées.

25 - 27
Octobre 2023

 **08h-30**
AM

 **Le Relais**
KAOLACK

FORUM DES AFFAIRES DANS L'INDUSTRIE DU SEL

**6 PANELS D'EXPERTS
DE HAUT NIVEAU SUR:**

- Le Sel : un marché en pleine croissance.
- La Structuration de la filière Sel.
- Le Sel: Quelle qualité pour quel marché?
- Investir dans la production & la transformation du sel.
- Iodation du sel: Défis & Opportunités.
- Le financement de la filière sel: Opportunités & Défis

Une initiative de

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

KFW

GFA
CONSULTING GROUP

En partenariat avec

unicef 
for every child


CONSEIL NATIONAL DE
DEVELOPPEMENT DE LA NUTRITION

 **NUTRITION**
INTERNATIONAL
Nourish Life

GROPROITEX

Groupement des Professionnels du Textile

*Unis pour un secteur du
Textile fort au Sénégal*

