

GROISSANCE

LE MAGAZINE DE L'ENTREPRISE

CONCEPT

La méthode **KAIZEN** ou méthode de "l'amélioration continue"

P.15

L'impact économique de la Diaspora lors des Fêtes Religieuses

P.10

EVENEMENT

2e édition Forum économique et Social de TOUBA

P.10

Le Business des Fêtes Religieuses au Sénégal.

PORTRAIT

Mame Binta Diouf Diallo
Fondatrice Tahami

P.10



123 456 789 1011 12131 14156

SOMMAIRE

4 Editorial

Enquête

6 Le Poids économique du MAGAL de SERIGNE TOUBA

Management

7 La Méthode KAÏZEN ou la Méthode de l'amélioration continue

Evénement

8 2e Edition du Forum Economique et Social de TOUBA

Lu pour vous

9 **David Goggins:** *Can't Hurt Me (Plus rien ne pourra me blesser)*

Dossier

10 Le Business des Fêtes Religieuses au Sénégal

11 L'impact économique de la Diaspora pendant les fêtes religieuses

Entretien

14 **Mame Binta Diouf Diallo:** Fondatrice de TAHAMI

Chronique

18 L'entreprenariat au Sénégal: Pourquoi l'obsession pour les Start-ups est une perte de temps

21 **Programme Scale Up:** Aider les PME à Grandir et à Prospérer

Tendances

26 Rubis Création: Quand tradition et modernité s'entrelacent dans la Mode Africaine

Croissance Magazine
Adresse: 563317 Ngor - Almadies BP:11837
DAKAR PEYTAVIN

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.growhubsenegal.com

10

14

7

KAÏZEN



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.

Célébrons la Synergie Entrepreneuriale et Culturelle



Mohamed El Habib NDIAYE
Rédacteur en Chef

Chers lecteurs et lectrices,

Alors que nous concluons le mois de Mai, période de renouveau et de célébrations, Croissance Magazine vous propose une édition spéciale qui met en lumière *l'impact économique des fêtes religieuses au Sénégal*, tout en explorant des sujets captivants tels que le management de l'amélioration continue et le potentiel des PME à se développer et prospérer.

Dans notre enquête, nous nous intéressons au **poids économique du Magal de Serigne Touba**, une manifestation religieuse de grande envergure. Nous analysons les répercussions économiques de cet événement annuel majeur et son influence sur le tissu entrepreneurial sénégalais.

La rubrique "Management" se penche sur *la méthode Kaizen*, également connue sous le nom de méthode de l'amélioration continue. Nous voyons ainsi, comment cette approche peut être appliquée dans les entreprises sénégalaises, favorisant ainsi l'innovation, l'efficacité et la compétitivité sur le marché mondial.

En parlant d'événements, nous mettons en avant la **2ème édition du Forum économique et social de Touba**, qui offre une plateforme d'échanges pour les acteurs économiques et sociaux. Cet événement majeur est l'occasion idéale pour les entrepreneurs et les décideurs de partager leurs expériences et de trouver des opportunités de partenariats prometteurs.

Notre rubrique "Lu pour vous" vous présente le livre inspirant de *David Goggins, "Can't Hurt Me" (Plus rien ne pourra me blesser)*. Cette autobiographie captivante nous invite à repousser nos limites et à exploiter notre plein potentiel, quelle que soit notre situation.

Dans notre dossier spécial, nous explorons *le business des fêtes religieuses au Sénégal*. Nous analysons comment ces célébrations influencent l'économie locale, en examinant les différentes industries qui en bénéficient et nous abordons également *l'impact économique de la diaspora pendant les fêtes religieuses*. Les Sénégalais résidant à l'étranger jouent un rôle crucial dans le soutien financier et logistique de ces événements, renforçant ainsi les liens culturels et contribuant à la croissance économique du pays.

Dans notre entretien exclusif, nous rencontrons **Mame Binta Diouf Diallo**, fondatrice de **TAHAMI** et responsable de programme à la GIZ. Elle partage son parcours, ses défis et ses aspirations pour l'avenir de l'entrepreneuriat au Sénégal.

Ngoor Contraire, notre chroniqueur impertinent, livre son point de vue sur l'entrepreneuriat au Sénégal. Dans sa chronique, il remet en question l'obsession pour les start-ups et propose une réflexion stimulante sur la diversité des voies entrepreneuriales à emprunter pour contribuer pleinement au développement économique du pays.

Enfin, nous ne pouvons passer sous silence la fête du travail, symbole de solidarité et de reconnaissance envers les travailleurs. En ce mois de mai, nous rendons hommage à tous ceux qui contribuent au dynamisme économique du Sénégal par leur dévouement et leur expertise.

Dans le cadre de notre engagement envers les PME sénégalaises, nous présentons le **programme Scale Up**, conçu pour aider ces entreprises à grandir et prospérer. Nous explorons les différents outils et ressources disponibles pour soutenir leur expansion, favoriser l'innovation et créer des emplois durables.

En somme, cette édition de Croissance Magazine est une véritable ode à la synergie entrepreneuriale et culturelle qui caractérise le paysage économique sénégalais. Nous espérons que les articles soigneusement sélectionnés vous inspireront, vous informeront et vous encourageront à embrasser de nouvelles opportunités pour développer votre entreprise ou approfondir vos connaissances professionnelles.

Nous tenons à remercier nos fidèles lecteurs, nos contributeurs et nos annonceurs qui nous soutiennent dans notre mission de promouvoir la croissance économique et le développement durable au Sénégal.

Bonne lecture et que ce mois de mai soit empreint de succès et de prospérité pour vous tous.

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



ENQUÊTE

Le Poids économique du Magal de SERIGNE TOUBA

ALLAN BOUTBIEN - Manager CGR Consultants

Le Magal de Touba est le plus grand événement annuel du Sénégal, qui a lieu chaque année en hommage à l'exil de Cheikh Ahmadou Bamba Mbacké. Bien que cet événement soit principalement religieux, il est également un témoignage du tourisme et du business religieux qui ont un impact significatif sur l'économie sénégalaise. Le chiffre d'affaires du Magal est estimé à 250 milliards FCFA, ce qui équivaut à un an d'importations de riz ou deux ans d'importations de blé, ou encore un an de chiffre d'affaires de la LONASE ou deux ans de chiffre d'affaires de la SOCOCIM.

L'impact économique du Magal de Touba

Le Magal de Touba est une occasion pour les entreprises locales et les commerçants de prospérer économiquement. En effet, cet événement booste fortement l'économie de la ville, et ces effets se font ressentir trois mois avant l'événement et un mois après.

Les commerçants triplent leur chiffre d'affaires, tandis que les entreprises locales doublent leurs effectifs. Le chiffre d'affaires des transferts de fonds est multiplié par deux, ce qui témoigne de l'ampleur de l'événement.

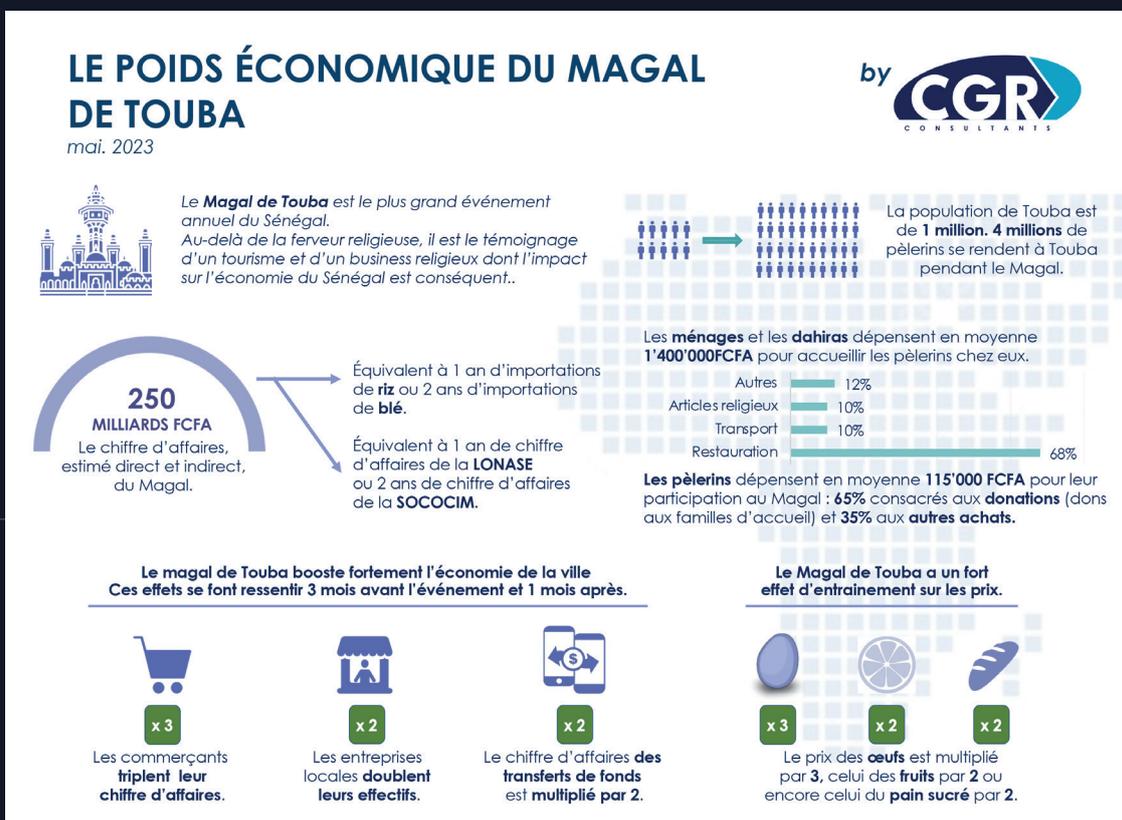
Le Magal de Touba attire environ 4 millions de pèlerins chaque année, venant du Sénégal et des pays voisins. La population de Touba est d'environ 1 million de personnes, ce qui signifie que la ville doit accueillir un nombre de visiteurs quatre fois supérieur à sa population pendant cet événement. Les ménages et les dahiras dépensent en moyenne 1,4 million de FCFA pour accueillir les pèlerins chez eux, avec 10% pour les articles religieux, 10% pour le transport et 68% pour la restauration et 12% de ces dépenses consacrées à d'autres catégories de dépenses. Les pèlerins dépensent en moyenne 115 000 FCFA pour leur participation au Magal, dont 65% consacrés aux donations (dons aux familles d'accueil) et 35% aux autres achats.

L'impact du Magal sur les prix

Le Magal de Touba a un fort effet d'entraînement sur les prix des produits de première nécessité dans la ville et ses environs. Par exemple, le prix des œufs est multiplié par trois, celui des fruits par deux et celui du pain sucré par deux. Cette hausse des prix s'explique par l'afflux massif de pèlerins qui ont besoin de se nourrir et de se loger, et qui créent ainsi une forte demande pour les produits locaux.

Les bénéfices du Magal de Touba pour l'économie sénégalaise

Le Magal de Touba est un événement important pour l'économie sénégalaise, qui a un impact significatif sur les petites entreprises locales. Il crée également des opportunités d'emploi pour les jeunes et les femmes. Cet événement est donc un facteur clé de développement économique pour la région de Touba et pour le pays dans son ensemble.



K A I Z E N

MANAGEMENT

La Méthode KAIZEN ou la Méthode de l'amélioration continue

Salut à tous les lecteurs ! Aujourd'hui, nous allons parler d'une méthode de gestion bien connue, le Kaizen.

Tout d'abord, qu'est-ce que le Kaizen ? C'est une méthode de gestion japonaise qui se concentre sur l'amélioration continue. Le mot Kaizen signifie littéralement "changement bon", ce qui signifie que même de petits changements peuvent conduire à des améliorations importantes à long terme.

L'esprit Kaizen se concentre sur l'amélioration continue, en encourageant les employés à identifier les problèmes et les défis, à trouver des solutions créatives et à les mettre en œuvre de manière efficace. Cela implique une culture d'entreprise qui encourage l'innovation, la collaboration et la résolution de problèmes, et qui met l'accent sur la responsabilité individuelle et collective.

Quels sont les outils du Kaizen ? Il existe de nombreux outils différents que les entreprises peuvent utiliser pour mettre en œuvre la méthode Kaizen. Parmi les plus courants, on peut citer les cartes de flux de valeur, les diagrammes de Gantt, les analyses SWOT, les diagrammes de Pareto et les analyses des causes racines.

Mais pourquoi utiliser le Kaizen ? La réponse est simple : l'utilisation du Kaizen peut aider les entreprises à réduire les coûts, à améliorer la qualité, à augmenter la productivité et à renforcer la satisfaction des clients. En outre, cela peut également aider les entreprises à se conformer aux réglementations et aux normes de l'industrie, tout en offrant une amélioration continue à long terme.

Maintenant, passons aux "5 S". Les 5 S sont une série d'étapes que les entreprises peuvent suivre pour améliorer l'efficacité et la sécurité de leur lieu de travail. Les 5 S sont les suivants : Seiri (désencombrer), Seiton (organiser), Seiso (nettoyer), Seiketsu (standardiser) et Shitsuke (respecter). En suivant ces étapes, les entreprises peuvent améliorer leur efficacité opérationnelle et leur rentabilité tout en créant un lieu de travail sûr et agréable.

Alors, qui a inventé le Kaizen ? Le Kaizen a été développé par Masaaki Imai dans les années 1980. Depuis lors, il est devenu une méthode de gestion largement utilisée dans le monde entier.

Enfin, voici un exemple pratique de l'application du Kaizen dans une entreprise de textile spécialisée dans la fabrication de vêtements

pour enfants. Ils ont remarqué que leurs délais de production étaient souvent trop longs, ce qui entraînait des retards dans les livraisons et une insatisfaction des clients. De plus, ils rencontraient également des problèmes de qualité, avec des erreurs fréquentes dans les tailles et les coutures des vêtements.

Pour remédier à ces problèmes, l'entreprise XYZ a décidé de mettre en place la méthode Kaizen. Voici les étapes qu'ils ont suivies :

1. Formation du personnel : Tout d'abord, l'entreprise a organisé des sessions de formation sur les principes et les outils du Kaizen pour sensibiliser tout le personnel aux concepts d'amélioration continue et de résolution de problèmes. Cela a permis à tous les employés de comprendre l'importance de leur rôle dans l'amélioration des processus.

2. Identification des problèmes : Ensuite, l'entreprise XYZ a mis en place des mécanismes pour encourager les employés à signaler les problèmes et les opportunités d'amélioration. Ils ont mis en place des boîtes à idées et des réunions régulières pour discuter des problèmes rencontrés sur le terrain. Cela leur a permis de recueillir un large éventail de problèmes, allant des retards de production aux erreurs de couture.

3. Analyse des causes : Une fois les problèmes identifiés, l'entreprise XYZ a utilisé des outils tels que le diagramme d'Ishikawa pour analyser les causes profondes des problèmes. Par exemple, pour les retards de production, ils ont identifié des problèmes liés à la planification inefficace, à l'organisation du flux de travail et à des processus mal optimisés.

4. Mise en place d'équipes Kaizen : Pour résoudre ces problèmes, l'entreprise XYZ a formé des équipes Kaizen composées de membres de différents départements, y compris les opérateurs de production, les responsables de la planification, les représentants de la qualité, etc. Ces équipes se sont réunies régulièrement pour discuter des problèmes identifiés, analyser les causes profondes et proposer des solutions d'amélioration.

5. Amélioration des processus : Les équipes Kaizen ont travaillé en étroite collaboration pour proposer des solutions d'amélioration concrètes. Par exemple, pour résoudre les problèmes de retard de production, ils ont réorganisé le flux de travail, optimisé les

processus de fabrication, amélioré la coordination entre les départements et mis en place des mécanismes de suivi et de contrôle plus efficaces. Ils ont également mis en œuvre des pratiques de gestion visuelle pour faciliter la communication et la coordination.

6. Tests et ajustements : Une fois les améliorations mises en place, l'entreprise XYZ a procédé à des tests pour évaluer leur efficacité. Les équipes Kaizen ont suivi de près les indicateurs de performance clés, tels que les délais de production, la qualité des produits et la satisfaction des clients, pour mesurer l'impact des changements apportés. Sur la base des résultats obtenus, ils ont effectué des ajustements supplémentaires si nécessaire.

7. Suivi et évaluation continue : L'entreprise XYZ a mis en place un système de suivi et d'évaluation continue pour assurer la pérennité des améliorations. Ils ont établi des indicateurs de performance clés (KPI) pour mesurer régulièrement les résultats obtenus et s'assurer que les problèmes ne réapparaissent pas. Des réunions périodiques ont été organisées pour discuter des progrès réalisés, des défis rencontrés et des opportunités d'amélioration supplémentaires.

8. Implication des employés : L'entreprise XYZ a veillé à impliquer activement tous les employés dans le processus d'amélioration continue. Ils ont encouragé les suggestions et les idées d'amélioration des employés, et ont reconnu et récompensé les contributions positives. Cela a favorisé une culture de l'amélioration continue, où chacun était responsable de la recherche d'opportunités d'amélioration.

Grâce à la mise en œuvre de la méthode Kaizen, l'entreprise XYZ a réussi à réduire considérablement les délais de production, à améliorer la qualité de ses produits et à accroître la satisfaction de ses clients. De plus, elle a créé une culture de l'amélioration continue, où les employés sont encouragés à contribuer activement à l'innovation et à l'efficacité des processus.

Voilà pour notre introduction à la méthode Kaizen. En utilisant cette méthode, les entreprises peuvent améliorer leur efficacité opérationnelle, leur rentabilité et leur satisfaction client, tout en créant un lieu de travail sûr et agréable.

FORUM DE TOUBA

ÉVÈNEMENT

2e Edition du Forum Economique et Social de TOUBA

Des intervenants de qualité, venant du Sénégal et du monde entier, se réunissent pour discuter des enjeux économiques et sociaux de Touba lors d'un événement de portée mondiale. Bien que les problématiques abordées touchent en premier lieu la communauté mouride, présente partout dans le monde, elles concernent également tous les Sénégalais et les populations du Tiers monde vivant dans des collectivités similaires à Touba.

Le Forum de Touba initié par l'Agence Privée contre la Pauvreté et pour l'Emploi au Sénégal (APPLES) en partenariat avec la Commune de Touba Mosquée est l'occasion de rencontrer les personnes clés, que ce soit en tant que chef d'entreprise, acteur politique ou social. Cet événement offre ainsi une opportunité unique pour nouer de nouvelles relations dans la localité. Mais surtout, le forum est l'occasion de participer au développement des populations de Touba, ainsi que celles du Sénégal et du Tiers monde en général.

Touba, une ville située dans l'ouest du Sénégal, est un centre spirituel et économique important de la communauté mouride, qui compte plusieurs millions de fidèles à travers le monde. Le développement de cette ville est donc crucial pour l'ensemble de la communauté mouride, mais aussi pour le Sénégal et le Tiers monde.

Le Forum de Touba est une opportunité pour les acteurs politiques et sociaux de discuter des politiques publiques et des programmes de développement pour répondre aux besoins des populations locales.

Ainsi, le Forum, organisé chaque année, est une initiative importante pour promouvoir le développement économique et social de Touba et de ses populations. En rassemblant des intervenants de qualité, venus du monde entier, cet événement a un impact significatif sur la ville et les populations environnantes.

FORUM DE TOUBA
www.forumdetouba.com
2^E EDITION

TOUBA
13 - 14 Mai 2023

**FORUM
ECONOMIQUE
ET SOCIAL
DE TOUBA**

LU POUR VOUS

David Goggins : CAN'T HURT ME (PLUS RIEN NE POURRA ME BLESSER)

“Can't Hurt Me” : Un guide pratique pour devenir un leader résilient

David Goggins, ancien Navy SEAL, ultra-marathonien et conférencier motivateur, a écrit un livre de développement personnel, “Can't Hurt Me: Master Your Mind and Defy the Odds”, dans lequel il partage ses techniques pour améliorer sa propre résilience mentale et physique et atteindre ses objectifs personnels. Dans cet article, nous allons explorer les principaux enseignements du livre et comment ils peuvent être appliqués pour devenir un leader résilient.

Premièrement, Goggins souligne l'importance de fixer des objectifs clairs et spécifiques. Il recommande de se fixer des objectifs qui semblent impossibles, car c'est seulement en se fixant des objectifs ambitieux que l'on peut réaliser son plein potentiel. Cependant, il met également en garde contre le fait de se fixer des objectifs trop ambitieux, car cela peut entraîner de la frustration et de la démotivation si l'on n'arrive pas à les atteindre. La clé est donc de trouver le bon équilibre entre l'ambition et la réalité.

Deuxièmement, Goggins met en avant l'importance de la discipline et de l'engagement envers ses objectifs. Il explique que la discipline est une habitude qui doit être développée, tout comme on développe ses muscles en faisant de l'exercice physique. Pour devenir discipliné, il faut commencer petit, avec des habitudes simples, et les renforcer progressivement. Il souligne également que l'engagement envers ses objectifs doit être inconditionnel, c'est-à-dire qu'il ne doit pas être remis en question ou abandonné en cas de difficultés.

Troisièmement, Goggins parle de la résilience mentale et de la capacité à surmonter l'adversité. Il explique que la plupart des gens ont une voix intérieure qui leur dit de renoncer dès qu'ils rencontrent des difficultés ou des échecs. Pour devenir résilient, il faut apprendre à contrôler cette voix intérieure et à la transformer en une source de motivation. Goggins recommande également de sortir de sa zone de confort et de se confronter à des

défis difficiles pour renforcer sa résilience mentale.

Enfin, Goggins parle de l'importance de l'honnêteté envers soi-même. Il explique que pour atteindre ses objectifs, il est important de reconnaître ses faiblesses et ses limites, mais également de reconnaître ses forces et ses capacités. Il recommande de ne pas se mentir à soi-même et de ne pas se laisser décourager par les échecs, mais plutôt de les utiliser comme une occasion d'apprendre et de grandir.

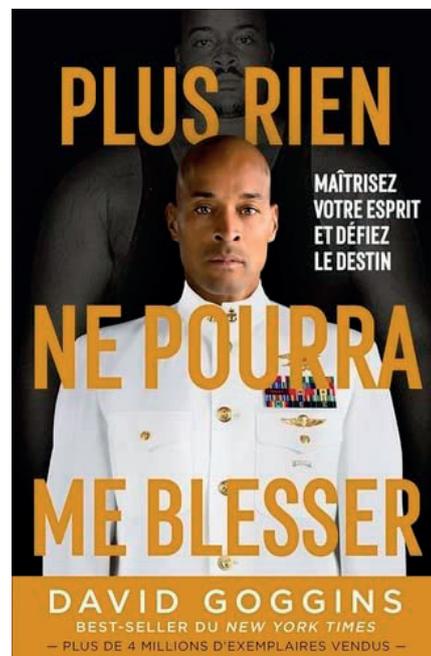
“Can't Hurt Me” est un livre de développement personnel qui offre des techniques pratiques pour améliorer sa résilience mentale et physique et atteindre ses objectifs personnels. Les enseignements de Goggins peuvent être appliqués pour devenir un leader résilient, en fixant des objectifs clairs et ambitieux, en développant sa discipline personnelle, en renforçant sa résilience mentale et en étant honnête envers soi-même. Ces compétences sont essentielles pour les leaders qui doivent faire face à des situations difficiles, surmonter des obstacles et continuer à avancer malgré les défis.

Quatres Points à retenir de ce livre

1. La règle des 40 % de Goggins et comment elle peut être appliquée pour atteindre son potentiel maximal : David Goggins a une règle qu'il appelle la règle des 40 %. Selon cette règle, lorsque nous pensons que nous avons atteint notre limite physique et mentale, nous avons en réalité seulement atteint 40 % de notre potentiel. Les 60 % restants sont cachés en nous, et nous devons trouver un moyen de les exploiter. Pour appliquer la règle des 40 %, Goggins recommande de sortir de notre zone de confort régulièrement. Il suggère de se fixer des objectifs difficiles et d'aller au-delà de nos limites. Il encourage également à se mettre au défi chaque jour et à ne pas avoir peur de l'échec.

2. Les techniques de fixation d'objectifs de Goggins et comment les mettre en pratique :

Goggins croit fermement en la fixation d'objectifs pour atteindre notre potentiel maximal. Il recommande de se fixer des objectifs à long



terme, ainsi que des objectifs à court terme pour nous aider à rester motivés et à suivre notre progression.

Pour mettre en pratique les techniques de fixation d'objectifs de Goggins, il est important de se fixer des objectifs réalistes mais difficiles à atteindre. Il est également important de se concentrer sur le processus plutôt que sur le résultat final, car cela nous aide à rester motivés et à prendre des mesures pour atteindre nos objectifs.

3. Les stratégies de Goggins pour surmonter les obstacles mentaux et physiques :

Goggins estime que nous avons tous des obstacles mentaux et physiques qui nous empêchent d'atteindre notre potentiel maximal. Il recommande d'aborder ces obstacles en les affrontant de front et en ne reculant pas devant eux.

Pour surmonter les obstacles mentaux, Goggins recommande de se fixer des objectifs difficiles et de s'entraîner dur pour les atteindre. Il encourage également à se concentrer sur la résolution des problèmes plutôt que sur le fait de les éviter.

Pour surmonter les obstacles physiques, Goggins recommande de s'entraîner dur et de ne jamais abandonner. Il croit que la douleur est temporaire et que la satisfaction de surmonter des obstacles physiques est éternelle.

4. Les réflexions de Goggins sur la résilience, l'endurance et la persévérance :

Goggins est un grand partisan de la résilience, de l'endurance et de la persévérance. Il croit que la résilience est la clé pour surmonter les obstacles, l'endurance est essentielle pour atteindre notre potentiel maximal, et la persévérance est la clé pour atteindre nos objectifs.

Pour développer la résilience, Goggins recommande de sortir de notre zone de confort régulièrement. Pour développer l'endurance, il recommande de s'entraîner dur et de se concentrer sur l'amélioration constante. Pour développer la persévérance, il recommande de se concentrer sur le processus plutôt que sur le résultat final et de ne jamais abandonner face aux obstacles.



DOSSIER

Le Business des Fêtes Religieuses au Sénégal: RAMADAN, KORITÉ, NOËL, TABASKI,

Croissance Magazine vous propose une édition spéciale qui met en lumière *l'impact économique des fêtes religieuses au Sénégal*. Dans notre dossier spécial, nous explorons *le business des fêtes religieuses au Sénégal*. Nous analysons comment ces célébrations influencent l'économie locale, en examinant les différentes industries qui en bénéficient et nous abordons également *l'impact économique de la diaspora pendant les fêtes religieuses*. Les Sénégalais résidant à l'étranger jouent un rôle crucial dans le soutien financier et logistique de ces événements, renforçant ainsi les liens culturels et contribuant à la croissance économique du pays.

Le Business du Ramadan

Le mois sacré du Ramadan revêt une importance particulière pour les musulmans du monde entier, y compris au Sénégal. C'est non seulement un moment de piété et de réflexion spirituelle, mais également une période où le commerce et le business se développent de manière significative.

La demande croissante de produits alimentaires durant le Ramadan

L'un des secteurs les plus dynamiques pendant le Ramadan au Sénégal est celui de l'alimentation. Les Sénégalais sont connus pour leur appétit pour les plats traditionnels préparés spécialement pendant cette période, tels que le *Thiebou dieune* (Riz au poisson) et le *Tiakry* (dessert à base de mil et de lait caillé). Les marchés et les épiceries voient leur activité augmenter de manière significative, avec une demande accrue de produits alimentaires spécifiques.

Selon les chiffres recueillis auprès de commerçants et de distributeurs, les ventes de produits alimentaires au cours du Ramadan peuvent augmenter de 30 à 40% par rapport aux autres mois de l'année. Les denrées telles que le riz, la viande, les légumes et les fruits enregistrent une hausse de la demande, ce qui se traduit par une augmentation du chiffre d'affaires des acteurs de l'industrie alimentaire.

Les industries du textile

De nombreux Sénégalais considèrent la Korité comme une occasion idéale pour renouveler leur garde-robe, arborer des tenues traditionnelles élégantes et se préparer pour les festivités. Cette demande accrue de vêtements pendant cette période donne lieu à un véritable boom du business de la couture au Sénégal.

La Korité est l'occasion pour les Sénégalais de revêtir des tenues traditionnelles spécialement confectionnées pour l'occasion. Les hommes portent généralement des boubous en bazine ou des kaftans, tandis que les femmes optent pour des robes, des boubous en broderie et des pagnes richement ornés. Selon les estimations, les dépenses liées à l'achat de vêtements pendant la période de Korité s'élèvent à environ 20 milliards de francs CFA chaque année. Cette demande considérable stimule l'activité des couturiers et des ateliers de couture à travers tout le pays.

Pendant la période de Korité, les ateliers de couture sont pris d'assaut par les clients qui souhaitent commander leurs tenues sur mesure. Selon une enquête réalisée auprès des

professionnels de la couture, le nombre de commandes peut augmenter jusqu'à 50% par rapport aux autres périodes de l'année. Les couturiers et couturières s'affairent à répondre aux demandes, à prendre les mesures, à sélectionner les tissus et à réaliser des créations uniques. Les délais peuvent être serrés, mais les professionnels de la couture déploient tous leurs efforts pour satisfaire les attentes des clients.

La période de Korité offre également une vitrine exceptionnelle aux designers sénégalais. Ils présentent leurs dernières collections lors de défilés de mode et d'événements spéciaux organisés à cette occasion en partenariat avec les différentes chaînes de télévision.

De plus, cette effervescence dans le secteur de la couture pendant la période de Korité contribue à la promotion de l'industrie textile locale et à la préservation des savoir-faire traditionnels. Les entreprises de confection ont l'occasion de mettre en valeur le travail des artisans locaux et de promouvoir les matières premières sénégalaises. Cette valorisation des produits locaux favorise également le développement économique des communautés impliquées dans la production de textiles et d'accessoires de mode.

Les Paniers Ramadan

Alors que les musulmans du Sénégal viennent d'entrer dans le mois de ramadan, des hommes et femmes d'affaires se sont emparés d'une tradition qui consiste à offrir des paniers de victuailles à leurs proches, pour créer un business saisonnier autour de leur confection.

Aïssatou Diop tient une petite boutique au cœur du marché Sandaga à Dakar. Elle est spécialisée dans la vente de produits alimentaires et d'articles de cuisine. Pendant onze mois de l'année, elle propose une variété de produits à ses clients, mais durant le mois de ramadan, elle change d'activité pour se concentrer sur la confection de paniers de provisions.

La tradition de l'offrande de paniers de victuailles pendant le ramadan est profondément ancrée dans la culture sénégalaise. Les Sénégalais cherchent à faire plaisir à leurs proches en leur offrant des paniers remplis de produits alimentaires essentiels. Aïssatou Diop joue un rôle important en offrant ses services de confection de paniers, car ses clients ont confiance en sa capacité à créer des paniers de qualité.

Pour chaque commande, Aïssatou se procure les produits auprès de fournisseurs locaux

.....
“Ces événements sont également une source de revenus pour les commerçants et les producteurs, en particulier pour ceux qui vendent des produits spécifiques tels que les poulets, les dattes ou les tenues traditionnelles”

et de supermarchés. Elle choisit soigneusement les articles pour s'assurer de leur qualité et de leur fraîcheur. Ensuite, elle arrange les provisions de manière attrayante dans les paniers, en ajoutant parfois des éléments décoratifs tels que des rubans, des fleurs ou des tissus colorés. Les paniers sont personnalisés en fonction des préférences et du budget des clients.

Ces paniers de provisions sont vendus à des prix variant de 10 000 à 70 000 francs CFA, en fonction de leur taille et de leur contenu. Aïssatou souligne l'importance de la présentation et de l'esthétique des paniers, car cela contribue à l'attrait pour les clients. Elle met un point d'honneur à ce que ses paniers soient à la fois pratiques et esthétiquement plaisants.

Le marché des paniers de provisions du ramadan au Sénégal est devenu de plus en plus concurrentiel ces dernières années. De nombreux entrepreneurs se sont lancés dans cette activité lucrative, offrant une grande variété de paniers avec des prix et des compositions différentes. Malgré cette concurrence, Aïssatou a réussi à fidéliser une clientèle grâce à la qualité de ses produits et à son sens du détail.

Télévision et Ramadan

Le mois de Ramadan constitue aussi une opportunité lucrative pour les chaînes de télévision. Pendant cette période, les grilles de programmation sont modifiées pour offrir des émissions spéciales adaptées au contexte religieux, générant ainsi des revenus considérables pour les chaînes de télévision.

Les principales chaînes de télévision sénégalaises adaptent leur programmation pendant le mois de ramadan pour proposer des émissions spéciales. Celles-ci comprennent généralement deux à quatre sketches humoristiques spécialement conçus pour le ramadan, ainsi qu'un plateau télévisé diffusé de 22h à 4h du matin. Parmi les émissions populaires figurent “Quartier Général” sur TFM, “Grand Plateau” sur Sen TV et “Encore +” sur la 2STV. Ces programmes attirent un large public et deviennent des rendez-vous incontournables pour de nombreux téléspectateurs pendant le mois de ramadan.

Les émissions spéciales diffusées pendant

le ramadan représentent une source de revenus importante pour les chaînes de télévision au Sénégal. Selon les estimations, ces revenus peuvent atteindre plus de 300 millions de francs CFA durant le Ramadan pour des chaînes telles que TFM (*Source : Réussir*). Les sociétés de production jouent un rôle clé dans ce processus en proposant des sketches spécialement conçus pour les chaînes de télévision. Ces productions sont généralement vendues sous le format de Revenue Sharing, où les revenus sont partagés entre la chaîne et la société de production. Les épisodes sont vendus à des prix allant de 300 000 à 1 million de francs CFA. Cette collaboration entre les chaînes de télévision et les sociétés de production permet de créer du contenu attrayant tout en générant des revenus substantiels.

Le business des fêtes religieuses a également un impact significatif sur l'industrie de la production audiovisuelle au Sénégal. Les sociétés de production voient leur activité augmenter pendant cette période, avec une demande croissante de sketches et de programmes spéciaux. Cela crée des opportunités pour les acteurs, les scénaristes, les réalisateurs et les techniciens de l'industrie audiovisuelle de mettre en valeur leur talent et de contribuer à la création de contenu de qualité.

Le Business de NOËL

Bien que Noël soit traditionnellement associé à d'autres régions du monde, il est également une occasion commerciale importante au Sénégal.

L'une des facettes les plus visibles du business de Noël au Sénégal est la décoration et les illuminations. Les rues, les magasins et les maisons se parent de guirlandes lumineuses, de sapins de Noël, de boules colorées et d'autres ornements festifs. Les entreprises spécialisées dans la décoration de Noël voient leur activité augmenter considérablement, avec une demande croissante pour leurs produits et services. Les centres commerciaux et les boutiques rivalisent pour offrir les plus belles décorations et attirer les consommateurs. La ville de Dakar investit ainsi chaque année des centaines de millions pour la décoration dans les grandes artères de la capitale.

Le traditionnel échange de cadeaux est une pratique courante pendant la période de Noël au Sénégal. Les boutiques, les grands magasins et les marchés locaux voient leurs ventes augmenter de manière significative à mesure que les consommateurs cherchent des cadeaux pour leurs proches. Il faut cependant noter que les cadeaux concernent principalement les enfants. Ainsi des magasins comme Orca, Hoballah, et maintenant

le Supermarché Exclusive et Auchan enregistrent d'importantes ventes durant cette période. Cela est notamment boosté par la remise de chèques cadeaux par les entreprises privées et quelques démembrements de l'Etat pour permettre aux parents de pouvoir acheter des cadeaux aux enfants.

Noël est également une période où les Sénégalais aiment se retrouver en famille et entre amis pour partager un repas spécial. Les restaurants, les hôtels et les traiteurs bénéficient de cette demande accrue en proposant des menus festifs et des offres spéciales pour les célébrations de Noël. Les réservations pour les dîners de Noël dans les établissements de restauration haut de gamme sont souvent complètes plusieurs semaines à l'avance. Les entreprises de restauration à domicile offrent également leurs services pour préparer des repas de Noël personnalisés, facilitant ainsi les réunions familiales. Le secteur de la pâtisserie aussi réalise un gros chiffre d'affaires durant la période de Noël avec les ventes des traditionnelles bûches de Noël.

Noël offre également une opportunité pour les artisans locaux de promouvoir leur travail et de vendre des produits uniques et authentiques. Les marchés de l'artisanat proposent une grande variété d'articles artisanaux tels que des sculptures en bois, des textiles traditionnels, des bijoux faits à la main et des objets de décoration. Les Sénégalais et les touristes apprécient l'occasion de soutenir les artisans locaux tout en achetant des cadeaux originaux et significatifs.

Le business de la fête de tabaski au Sénégal

La fête de la tabaski, ou Aïd el-Kébir, est la plus importante célébration religieuse pour les musulmans du Sénégal. Elle commémore le sacrifice d'Abraham, qui était prêt à immoler son fils Ismaël sur l'ordre de Dieu, avant que celui-ci ne lui envoie un mouton pour le remplacer. Ainsi, chaque année, les fidèles sénégalais achètent un mouton qu'ils égorgent après la prière du matin, puis partagent la viande avec leur famille, leurs voisins et les plus démunis.

Mais la tabaski n'est pas seulement une fête spirituelle, c'est aussi une occasion de faire du business pour de nombreux acteurs économiques. En effet, la demande en moutons est si forte que le Sénégal doit importer des centaines de milliers de têtes de bétail des pays voisins, comme le Mali et la Mauritanie. Selon le ministère de l'Élevage, il faut environ 800 000 moutons pour satisfaire les besoins des Sénégalais, qui sont près de 95% à être musulmans. Le prix moyen d'un mouton est de 100 000 francs CFA, ce qui représente une dépense importante pour les ménages. Certains recourent même à des crédits ou à des tontines pour se

procurer l'animal tant convoité.

Les éleveurs ne sont pas les seuls à profiter de la tabaski. Les transporteurs, les vendeurs ambulants, les bouchers, les menuisiers, les tailleurs, les coiffeurs et les commerçants en général voient leur chiffre d'affaires augmenter pendant cette période. La tabaski est aussi l'occasion de renouveler sa garde-robe et d'offrir des nouveaux vêtements aux enfants, qui iront rendre visite aux membres de la famille. Les habits traditionnels brodés sont très prisés, ainsi que les chaussures neuves. Les salons de coiffure sont pris d'assaut par les femmes qui veulent se faire belles pour la fête. Les tatoueurs proposent des motifs décoratifs à base de henné sur les mains et les pieds. Les menuisiers fabriquent des meubles pour embellir les chambres à coucher et les salons.

La tabaski génère donc une importante activité économique au Sénégal, mais elle pose aussi des défis environnementaux et sanitaires. La production de déchets est multipliée par trois pendant la fête, notamment à cause des carcasses et des restes de moutons qui sont jetés dans la nature ou dans les canaux à ciel ouvert. Cela crée des problèmes d'odeur, d'hygiène et d'assainissement. La Société Nationale de Gestion des Déchets (SONAGED) a mis en place un dispositif spécial pour collecter et évacuer ces déchets vers la décharge de Mbeubeuss, en banlieue de Dakar. Mais le tri et le recyclage restent encore insuffisants.

La tabaski est donc une fête qui a un impact économique et social considérable au Sénégal. Elle reflète la foi et la solidarité des musulmans, mais aussi leur capacité à s'adapter aux contraintes financières et logistiques. Elle illustre également les opportunités et les défis du développement durable dans un pays en voie d'émergence.

L'Impact Économique de la Diaspora sur les Fêtes Religieuses

L'apport de la Diaspora est vraiment essentiel lors de l'organisation des fêtes religieuses, que ce soit les fêtes musulmanes ou les fêtes chrétiennes.

Les transferts d'argent effectués par la diaspora sénégalaise sont une source essentielle de soutien financier pour les familles et les communautés pendant les fêtes religieuses. Selon la Banque centrale de l'Afrique de l'ouest, les transferts de fonds en provenance de l'étranger ont atteint un record de 2,7 milliards de dollars en 2020. Une partie importante de ces fonds est destinée aux dépenses liées aux fêtes religieuses.

ses, telles que l'Aïd el-Fitr et la Tabaski.

Les transferts d'argent de la diaspora ont un impact direct sur l'économie locale, en stimulant les dépenses des ménages pendant les fêtes religieuses. Les familles bénéficiaires utilisent ces fonds pour acheter des denrées alimentaires, des vêtements traditionnels, des cadeaux et des produits festifs. Selon les estimations, les dépenses des ménages pendant les fêtes religieuses au Sénégal ont augmenté de manière significative ces dernières années, principalement en raison des transferts d'argent de la diaspora.

Pour illustrer l'ampleur des transferts d'argent de la diaspora sénégalaise pendant les fêtes religieuses, prenons l'exemple de la Tabaski. Selon la Banque mondiale, les transferts de fonds vers le Sénégal ont atteint près de 400 millions de dollars en 2020, avec une augmentation notable observée pendant la période précédant la Tabaski. Ces fonds sont utilisés pour financer les dépenses liées à l'achat de moutons, le principal symbole de cette fête, ainsi que d'autres dépenses festives.

Les transferts d'argent de la diaspora ont un effet multiplicateur sur plusieurs secteurs économiques au Sénégal. Le secteur de la vente au détail, y compris les marchés locaux et les commerces de proximité, bénéficie de l'augmentation de la demande pendant les fêtes religieuses. Les commerçants voient leurs ventes augmenter, ce qui stimule également la production et l'approvisionnement des produits festifs.



PORTRAIT

Mame Binta Diouf Diallo
Fondatrice TAHAMI



Bonjour, Mame Bineta. Pouvez-vous faire une brève présentation de qui vous êtes pour nos lecteurs ?

Bonjour ! Tout d'abord, je suis sénégalaise, mais quand je dis sénégalaise, cela signifie une vraie de vraie du Nord Sud : ma mère est d'origine saint-louisienne et mon père est d'origine casamançaise, je suis en fait brassée par ces deux cultures et de plus je suis née à Louga où on a toujours habité. Ayant fait une partie de mes études également à Dakar, j'ai donc eu la chance déjà très petite d'être confrontée à tous ces environnements culturels très riches et différents. Je pense que tout cela m'a aidé à avoir cette ouverture qui me permet aujourd'hui de comprendre certaines choses « de la vie », d'accepter les différences et d'essayer de mieux les comprendre. Je me considère comme ce que j'appelle une « métisse sénégalaise ». A côté de cela, je suis une femme, mariée et une maman, qui essaie d'allier au mieux, sa vie de famille et sa vie professionnelle.

Aussi, je peux ajouter que je suis curieuse et j'adore tout ce qui est échange, tout ce qui est thème de discussions. Je suis une curieuse de l'humain, de son développement et de ses interactions... J'adore la positivité et l'empathie que je cultive quotidiennement. Tout ceci, m'a donc poussé à créer Tahami. Et depuis lors, j'ai été très en contact avec beaucoup de personnes. J'ai pu ainsi voir que les gens avaient beaucoup de problématiques et ils avaient un besoin d'écoute, de connexion avec eux-mêmes et très souvent d'accompagnement. Ceci m'a aussi amené à me former en coaching professionnel. Aujourd'hui, je suis fière d'avoir reçu la formation de l'EMCC (Conseil Européen de Coaching et de Mentoring) et je suis en train d'aller vers la certification. A part cela, je suis diplômée de Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université Paul Valérie de Montpellier. Juste après mes études, j'ai rejoint le Sénégal et depuis lors j'ai eu un parcours dans tout ce qui est compétitivité du secteur privé, accompagnement de politique de développement et d'encadrement des Petites et Moyennes Entreprises. J'ai travaillé pour une structure étatique au départ et actuellement je travaille à la coopération allemande au développement depuis plus de 15 années avec aujourd'hui un poste de cadre de direction.

Et donc, qu'est-ce que vous faites exactement au niveau de la GIZ ?

Au niveau de la GIZ, je suis Directrice Adjointe et responsable du volet Entrepreneuriat et Incubation du Programme Réussir au Sénégal. En même temps je suis coordonnatrice nationale d'un programme Régional dans le secteur des Industries Culturelles et créatives. En cette qualité, je suis chargée de coordonner les initiatives mises en œuvre dans nos équipes présentes dans les différentes antennes régionales et d'assurer le management des différentes équipes. Aussi, je contribue à l'orientation stratégique des thématiques concernées.

Maintenant, en tant qu'actrice qui arrive à avoir une vision 360° de notre structure macroéconomique, quelle perception avez-vous de celle-ci ?

De manière globale, on peut faire le constat qu'il y a énormément d'opportunités et de potentialités au Sénégal maintenant il faudrait une adéquation de la formation, des initiatives par rapport à l'offre qui existe réellement sur le marché. Il faudrait également de plus en plus une initiation à l'Entrepreneuriat et une orientation vers celui-ci pour nos jeunes parce qu'aujourd'hui le secteur public ne peut pas absorber toute la demande d'emploi. La perspective doit consister à voir les possibilités existantes dans toutes ces structures d'accompagnement et voir comment mieux orienter les jeunes pour qu'eux-mêmes puissent créer leur propre emploi et générer des revenus. Aussi il est nécessaire que l'Etat veille à affiner au mieux sa politique au niveau macro et veiller à ce que tous les acteurs s'y alignent en toute synergie parce que c'est seulement ainsi qu'on peut espérer avoir un cadre bien propice à la création de nouvelles entreprises. Je reste convaincue que l'Entrepreneuriat est le devenir de l'Afrique et donc du Sénégal ainsi, il faudrait de plus

en plus l'encadrer. On a aujourd'hui un système qui est mis en place avec beaucoup de structures dans l'écosystème entrepreneurial qui existent et il faudrait arriver à trouver les bonnes synergies. Parce qu'il y a beaucoup de structures qui existent et il faudrait essayer d'aller vers la complémentarité pour éviter les doublons et éviter de tomber dans la concurrence car au bout du compte ce qui est important c'est que nos jeunes sénégalais puissent trouver de l'emploi.

Et est-ce que vous pensez qu'il y a une communication adéquate et que les jeunes sont au courant de tous ces programmes qui existent ?

C'est une grande difficulté, il y a beaucoup d'efforts qui sont en train d'être faits. Par exemple, je suis dans la coopération au développement et je sais qu'on fait beaucoup d'efforts pour que l'information puisse parvenir aux jeunes. Il faut bien voir où se situent géographiquement ces jeunes, quels sont les canaux de communication dont ils disposent et ainsi identifier les meilleurs moyens pour les atteindre. Nous ne devons pas laisser en rade les jeunes qui sont dans les villages, dans les zones les plus éloignées, qui n'ont souvent pas accès à Internet bien que le Sénégal soit bien nanti en termes de couverture Internet aujourd'hui. Nous, on a un format qu'on utilise à « Réussir au Sénégal », c'est une tournée qui s'appelle la tournée « Mën Na Nekk » où on se déplace sur toute l'étendue du territoire sénégalais et on essaie de faire en sorte d'avoir des dialogues avec les jeunes sur les opportunités mais aussi d'y associer les structures partenaires qui sont les structures étatiques de formation professionnelle, les entreprises présents dans la localité pour faire en sorte qu'il y ait un échange de proximité avec les jeunes. Donc je crois qu'aujourd'hui, c'est un grand défi et il y a pas mal d'initiatives qui





existent. Je crois donc que toutes les structures devraient de plus en plus miser sur une communication efficace et efficiente qui pourrait aller directement vers nos cibles.

D'après vous, les structures d'accompagnement devraient plus se concentrer sur les nouveaux entrepreneurs ou sur une politique de renforcement des entreprises existantes pour en faire des champions si l'on sait que lorsqu'il y a une grande entreprise qui est un champion régional il y a beaucoup de PME qui pourront graviter autour de celle-ci ?

Je ne dirai pas qu'il y a une meilleure stratégie que l'autre mais qu'il faudrait une stratégie ciblée : c'est à dire qu'aujourd'hui, il y a des champions qui existent et il y a des entreprises qui ont un potentiel. Il faudrait avoir une politique adaptée pour chacune d'elles, il faudrait voir quels sont les besoins spécifiques et comment les positionner sur le marché national, régional, et même parfois international. Il ne faudrait pas occulter les primo-entrepreneurs parce qu'il y a pas mal de jeunes qui sortent des systèmes de formation classiques et qui commencent l'entrepreneuriat très tôt et pour cette cible, il est important de pouvoir adresser une politique et des initiatives adaptées. Ce qui est intéressant avec les primo-entrepreneurs, c'est de pouvoir les aider à se développer, à se structurer et à se formaliser, les mettre en lien avec des entreprises championnes qui existent déjà ; cela permet aussi à ces derniers de pouvoir gagner en valeur et donc l'idée c'est de voir comment collaborer, comment trouver des partenariats gagnants-gagnants entre les différents types d'entreprises. Et tout ceci doit passer par la communication et la sensibilisation.

Parce que parfois, ce n'est pas qu'on ne sait pas faire mais c'est qu'on n'imagine pas toutes les options qui sont possibles. Et si on connaît tous les types de partenariats qui peuvent être possibles, ça facilite.

Je pense que les entreprises championnes devraient de plus en plus être renforcées, valorisées, vulgarisées parce qu'elles ont eu des parcours incroyables et en majorité très inspirantes et instructives. Elles ont pu se positionner sur les marchés, elles ont su donner une valeur à l'entrepreneuriat. Ainsi, ce sont elle-mêmes qui doivent servir de modèles aux jeunes entrepreneurs.

Et donc parle nous de Tahami, c'est quoi exactement Tahami ?

Tahami, je l'ai mis en place l'année dernière après avoir eu une expérience professionnelle de plus d'une quinzaine d'années.

En tant que femme, en tant que sénégalaise et avec ma formation de base en Sciences sociales notamment en médiation culturelle et en communication, je n'ai jamais arrêté de m'intéresser à ma société, de la manière dont elle fonctionnait, parce j'ai toujours été très curieuse et intéressée par les relations humaines et les interactions dans nos communautés. En ce moment, j'avais constaté qu'il y avait beaucoup de négativité ambiante, de violence au niveau des réseaux sociaux, entre les êtres humains, dans les échanges quotidiens et pour moi Tahami c'était une manière de faire quelque chose qui puisse recentrer les gens sur la positivité et l'empathie. C'était au mois de décembre 2021, j'avais pris mes congés et donc

j'ai commencé à écrire, à élaborer et à un moment je me suis dit voilà, je vais mettre en place un réseau où je vais faire des Lives, des interventions et des rencontres thématiques et où je permettrai à des amis d'abord, des connaissances et à toute personne intéressée et partageant nos valeurs de venir discuter sur certaines thématiques. Ces thématiques toucheront le développement personnel, nos valeurs fondamentales mais également des sujets pertinents pour notre développement personnel.

Après, j'ai vu que les réseaux sociaux étaient très utilisés, je ne connaissais même pas comment utiliser instagram; pour me lancer j'ai fait l'appel à un professionnel pour qu'il puisse m'aider à ouvrir une page Instagram, à faire mon premier Live et à me lancer... Dès que j'ai commencé, j'ai vu qu'il y avait énormément de sénégalais que ça intéressait mais qui ne trouvaient pas l'espace donc c'est ce qui fait qu'au démarrage, j'ai eu chaque semaine des demandes de Live. Par exemple, ça fait un an qu'on existe et mashallah je ne peux pas rester un mois durant lequel je n'ai pas au moins une demande de personne qui veut s'exprimer sur certaines problématiques et avec qui je fais des Lives. Après je me suis aventurée à faire des découvertes car, il y a pas mal de personnes qui font des choses intéressantes dans la vie, donc mon objectif était de leur donner l'espace pour mettre en évidence ce qu'ils sont en train de faire pour inspirer d'autres... La plupart du temps ceux qui sont mis en avant ne sont pas forcément les meilleurs modèles et donc c'est un espace où des personnes lambda pouvaient ve-

nir partager ce qu'ils font, leur histoire, leur parcours etc. Au début de cette année, j'ai transformé cette découverte en émission : j'ai lancé une émission pilote avec la journaliste Sarah Cissé où je me mets à l'interviewer sur son parcours et aussi sur ses convictions par rapport à tout ce qui est estime de soi, confiance en soi parce que ce sont des problématiques de développement personnel qui sont intéressants pour le public. Et donc voilà, cette année j'ai lancé ce concept et j'aimerais bien pouvoir continuer à inviter des gens et on va en tirer des « Inspirations de vie ».

Autre chose, Tahami permet aussi de pouvoir créer un espace où les gens peuvent se confier. J'ai eu pas mal de personnes qui sont venues se confier, parler de leurs problématiques et je ne savais pas finalement quoi faire parce que moi-même je n'étais pas en mesure d'écouter, de répondre à toutes ces demandes mais je restais très sensible à tout cela, finalement ça m'a poussé à concrétiser un objectif que j'avais depuis plusieurs années en lien avec mon rôle de manager qui consistait à aller me faire former en coaching. Aujourd'hui c'est donc grâce à Tahami en partie que je suis devenue coach. Et donc, j'ai pu me développer en m'ouvrant aux autres, disposer de nouveaux outils pour pouvoir mieux accompagner les personnes qui en ont besoin.

Et donc vous êtes coach en quoi ? En développement personnel ?

Oui, en Développement personnel et professionnel, nous sommes des spécialistes de l'accompagnement pour la transformation et l'atteinte des objectifs fixés en permettant à nos coachés d'être conscients qu'ils peuvent atteindre leurs objectifs en utilisant leurs propres ressources. L'approche du Conseil Européen de Coaching et de Mentoring est basé sur le questionnement, le non jugement, l'empathie, la confidentialité entre autres et l'idée est d'accompagner la personne pour qu'elle aille tirer ses propres ressources pour résoudre ses problèmes. Donc on questionne, on accompagne la personne à formuler ses objectifs, on n'est pas des thérapeutes aussi car le coaching a ses limites... Personnellement, j'accompagne des profils très différents mais je suis très sensible aux problématiques liées aux Femmes et à celles liées au management surtout le management des femmes cadres dirigeantes.

Quelle est la signification de Tahami ?

C'est le nom de mes enfants que j'ai contracté. Parce qu'ils avaient mis en place un espace pour leurs jeux dans mon téléphone qu'ils avaient nommé Tahami. Et d'ailleurs c'est souvent source de conflit à la maison, car j'entends souvent : « Nous, on a créé Tahami et toi tu l'utilises pour parler... ». En effet c'est eux qui ont créé le nom et je l'ai repris.

Et donc, à part les Lives, il y a d'autres activités au niveau de Tahami, comme des rencontres ou autres ?

Oui! Il y a aussi des rencontres, des interventions, du coaching qui s'y rajoute cette année. En fait, je suis invitée à pas mal de panels de discussion, de sensibilisation sur la santé mentale, de confiance en soi, sur le développement personnel et aussi et surtout sur la motivation des femmes. Pour le mois de Mars, j'ai eu à participer à des activités ayant impacté plus de 600 femmes environ. J'ai pu animer la journée du 8 mars à la Société Générale avec la thématique Embrace Equity, j'ai animé les discussions, les échanges pour sensibiliser sur l'estime de soi pour un développement au niveau professionnel et l'atteinte des résultats en équipe parce que cela va de soi que si on s'estime mieux, on arrive à mieux estimer son entourage et dans le milieu professionnel ça aide pour mieux travailler ensemble. Je participe à pas mal d'activités, moi-même je faisais des afterworks l'année dernière, qui étaient très intéressants, on discutait sur des thèmes et je voudrai bien reprendre ça en 2023. Je fais aussi des activités de coaching, mais aussi des partenariats avec des professionnels qui souhaitent travailler avec moi sur certains aspects de sensibilisation, de motivation, de discussions. Parce que j'adore les groupes de discussions, donc j'en fais pas mal sur des thèmes avec des personnes parce que tout ce que je cherche avec Tahami c'est l'épanouissement de l'humain. Dans tout ce que je fais, la foi est fondamentale parce que je considère qu'on ne peut rien faire sans foi. En effet, je suis musulmane et ça joue beaucoup sur tout ce que je fais. Je remarque aussi que la croyance en Dieu est aussi fondamentale dans cette activité de Coaching car quand tu coaches des personnes, elles veulent souvent que tu leur dises des solutions alors que fondamentalement je pense qu'on ne s'occupe que du Process mais que la finalité revient au Divin. C'est quelque chose qui me guide et qui me motive et me donne de l'énergie. Cele veut dire qu'on n'a pas de pouvoir sur quoi que ce soit on essaie juste de faire ce qu'on peut et doit faire dans le process en cohérence avec nos valeurs.

Et le mot de la fin ?

Tout d'abord, merci! Merci de vous intéresser à moi et à ce que je suis en train de faire. Parce que c'est très motivant de faire des choses et qu'au bout du compte que son environnement s'y intéresse; que des personnes t'appellent pour que tu puisses en parler, ça motive beaucoup. Et je voudrais dire à toutes les personnes qui vont lire, que c'est toujours possible. En effet, dans cette vie tout est possible, il faut y croire, il faut persévérer au jour le jour, parfois on tombe et il faut se relever, on doit toujours nous relever, avoir la foi et au bout du compte les résultats arrivent. En ce qui concerne l'entrepreneuriat, j'y crois ainsi qu'aux jeunes entrepreneurs, je voudrai leur transmettre le même message : il faut continuer à persévérer, apprendre à vous écouter, à vous respecter, à respecter les autres mais surtout il faudrait vous former davantage. Car c'est important de se former parce que plus on a de la compétence et des outils adéquats, plus on arrive à croire

en soi et aller jusqu'au bout de ses objectifs. Donc continuons à nous former, à apprendre mutuellement les uns des autres, à aller de l'avant, à cultiver l'empathie, la positivité, le travail bien fait, le courage ainsi qu'en restant alignés à nos valeurs fondamentales.

Je voudrai terminer par dire que j'aime le Sénégal, j'aime mon Pays, je trouve beau ce pays, notre culture, nos valeurs fondamentales, notre population. Continuons à garder ce lien qui fait notre authenticité.

Propos Recueillis par Mohamed El Habib Ndiaye et Hamza Ndiaye



L'entrepreneuriat au Sénégal : Pourquoi l'obsession pour les start-ups est une perte de temps

NGOOR CONTRAIRE - Chroniqueur Impertinent

Depuis quelques années, l'entrepreneuriat au Sénégal est devenu un sujet très en vogue. Tout le monde parle de start-ups, d'incubateurs, de levées de fonds, d'innovation, de disruption. On nous vend une image idyllique d'un écosystème bouillonnant où les jeunes talents s'épanouissent et les investisseurs se bousculent pour les financer. Pourtant, cette vision est largement exagérée, voire fautive. Dans cet article, je vais vous montrer pourquoi l'obsession pour les start-ups est une perte de temps et pourquoi nous devons revenir aux bases de l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat ne se résume pas aux start-ups

L'entrepreneuriat ne se résume pas à créer une start-up. C'est avant tout une question de création de valeur, que ce soit dans le secteur formel ou informel. Les petits commerçants, les artisans, les agriculteurs, les pêcheurs sont tous des entrepreneurs qui créent de la richesse pour eux-mêmes et leur communauté. Plutôt que de se focaliser uniquement sur les start-ups, nous devrions encourager et soutenir tous les types d'entrepreneuriat qui contribuent à l'économie du pays.

Les start-ups ne sont pas une solution miracle pour l'emploi

Les start-ups ne créent pas d'emplois à grande échelle

On nous vend souvent les start-ups comme une solution miracle pour l'emploi des jeunes. Pourtant, les start-ups ne créent pas d'emplois à grande échelle, contrairement aux grandes entreprises. Elles peuvent être une source d'emploi pour quelques personnes, mais elles ne peuvent pas remplacer l'emploi salarié dans les secteurs structurés. Plutôt que de miser uniquement sur les start-ups, nous devrions investir dans des secteurs qui ont un fort potentiel d'emploi comme l'agriculture, l'industrie, ou le tourisme.

Les start-ups ne résolvent pas les problèmes de fond

Les start-ups ne peuvent pas remplacer les politiques publiques

Les start-ups peuvent résoudre certains problèmes spécifiques, mais elles ne peuvent pas remplacer les politiques publiques en matière de développement. Par exemple, les start-ups ne peuvent pas résoudre les problèmes d'accès à l'eau, d'électricité, de santé ou d'éducation. Ce sont des problèmes structurels qui nécessitent une réponse politique globale. Plutôt que de mettre tous nos espoirs dans les start-ups, nous devrions exiger des politiques publiques efficaces et transparentes pour résoudre les problèmes de fond.

Les start-ups ne sont pas toujours innovantes

Les start-ups peuvent être des copies de modèles étrangers

On nous présente souvent les start-ups comme des lieux d'innovation et de créativité. Pourtant, de nombreuses start-ups s'inspirent de modèles étrangers sans réellement apporter d'innovation significative. Cela peut être vu dans de nombreux secteurs tels que la livraison de nourriture, les services de transport ou les applications mobiles. Plutôt que de se concentrer uniquement sur les start-ups, nous devrions encourager l'innovation dans tous les secteurs et pas seulement dans les technologies de pointe.

Les start-ups sont soumises à une forte concurrence

Les start-ups doivent faire face à des défis spécifiques

Les start-ups sont soumises à une concurrence féroce. Les investisseurs peuvent être très exigeants en matière de rentabilité et de

croissance, et les start-ups doivent souvent faire face à des défis spécifiques tels que le manque de financement, le manque de visibilité et la difficulté de se faire connaître sur le marché. Plutôt que de tout miser sur les start-ups, nous devrions reconnaître que l'entrepreneuriat est un parcours difficile et semé d'embûches, et nous devrions offrir un soutien aux entrepreneurs à tous les stades de leur parcours.

Les start-ups peuvent accentuer les inégalités

Les start-ups peuvent renforcer les disparités économiques et sociales

Les start-ups peuvent accentuer les inégalités économiques et sociales. Les personnes les plus riches et les plus éduquées ont souvent un accès privilégié aux financements et aux ressources nécessaires pour lancer et développer une start-up. En conséquence, les start-ups peuvent renforcer les disparités économiques et sociales plutôt que de les atténuer. Plutôt que de promouvoir exclusivement les start-ups, nous devrions encourager l'entrepreneuriat inclusif qui permet à tous les groupes sociaux et économiques de participer à la création de richesse.

En conclusion, l'obsession pour les start-ups est une perte de temps. L'entrepreneuriat ne se résume pas aux start-ups, qui ne sont pas une solution miracle pour l'emploi ou les problèmes de fond. Les start-ups peuvent être soumises à une forte concurrence et peuvent accentuer les inégalités économiques et sociales. Nous devons plutôt encourager tous les types d'entrepreneuriat qui contribuent à l'économie du pays, tout en offrant un soutien aux entrepreneurs à tous les stades de leur parcours. Nous devons également exiger des politiques publiques efficaces et transparentes pour résoudre les problèmes de fond. Seul un écosystème entrepreneurial inclusif et équitable peut réellement contribuer à la création de richesse et à la prospérité pour tous.



DAKADO
Créateur de cadeaux

Pack Linguere

- Sac en wax et similicuir
- Désodorisant Arabian Oud
- Coffret Bougies parfumées
- Un Tapis - Un Chapelet
- Livre Islam



29.000Fr

Pack Signare

- Sac en wax et similicuir
- Désodorisant Arabian Oud
- Coffret Bougies parfumées
- Coffret de prière contenant : Un Tapis - Un Chapelet
- Livre « La citadelle du musulman »
- Eventail en wax assorti au sac
- Note book en wax assorti au sac
- Porte monnaie et carte assorti au sac



39.000Fr

Coffret mille et une nuits



69.000Fr



Coffret mille et une nuits

- Magnifique coffret habillé en wax (42 x 41 x 9 cm)
- Coffret de prière contenant : Un Tapis - Un Chapelet
- Eventail en wax assorti au coffret
- Note book en wax assorti au coffret
- Encens bâtonnets
- Lanterne Led (Décoration lumineuse)
- Désodorisant Arabian Oud
- Coffret Bougies parfumées
- Coffret Djellaba
- Chapeau de prière
- Café Touba CM
- Une Infusette de Thé
- Mug magique
- Sous verres en wax assortis au coffret (x4)
- Pochon en wax assorti au coffret
- Livre « La citadelle du musulman »
- Assortiment de fruits secs Premium
- Nougats
- Eau zam-zam
- Biscuit aux sésames
- Sablés à l'amande avec motifs Ramadan

69.000Fr



Plateau Khadija

Fruits Secs disposés dans une assiette en bois Afrique 43cm x 25cm



39.000Fr

Plaisir d'Orient



20.000Fr



CONTACT
+221 77 488 35 99
+221 77 215 45 05
cadeauxsenegal@gmail.com





« Des professionnels du développement des PME's offrant un soutien à la réalisation d'un management en devenir ».

Comme son nom l'indique, GROW HUB SARL est un groupe de « professionnels du développement commercial » qui balaie les frontières nationales et culturelles dans le monde des affaires.

GROW HUB SARL a été créé pour soutenir les entreprises ayant de grandes aspirations et les transformer en entreprises internationales qui contribuent au monde. Nous réalisons le plein potentiel des actifs financiers, managériaux et personnels des entreprises clientes.

Nous pensons que les entreprises apportent une contribution ultime à la société en créant des emplois et que l'ensemble de l'économie et de la société bénéficie des bénéfices qu'elles produisent.

Par conséquent, le développement d'une entreprise requiert des aspirations élevées et la création d'une entreprise avec des aspirations élevées contribuera à l'essor des communautés locales, des peuples, des cultures, des nations et de la société internationale.

Nous nous efforçons de contribuer au développement de la société au niveau mondial en soutenant la philosophie d'entreprise en constante évolution de nos clients et les idéaux qui sous-tendent leurs activités économiques.

Nous organisons de grands événements appelés GROW HUB MEETING dont l'objectif est de mettre en relation les acteurs d'une même branche ou qui peuvent travailler ensemble pour mieux se développer.

Réaliser la gestion avec des aspirations élevées : telle est notre philosophie de développement des affaires.

Objectifs du Programme

Le programme SCALE UP vise à aider les petites et moyennes entreprises (PME) à grandir et à devenir plus compétitives sur le marché local et sous-régional voire international.

Objectifs Générales

Le programme SCALE UP vise à aider les petites et moyennes entreprises (PME) à grandir et à devenir plus compétitives sur le marché local et sous-régional voire international.

Ce programme les aidera à avoir des stratégies pour améliorer la productivité, augmenter les ventes, attirer de nouveaux clients, élargir la portée géographique, lancer de nouveaux produits ou services, et acquérir de nouvelles entreprises, sans pour autant oublier l'accès à des ressources financières telles que des prêts, des subventions et des investissements pour aider les entreprises à financer leur croissance.

Le but final est d'aider les PME à devenir plus prospères et à créer des emplois.

Objectifs Spécifiques

Les objectifs de ce programme de mise à l'échelle des PME (Petites et Moyennes Entreprises) sont :

Objectif 1:

Leadership et Management stratégique

- Acquérir ou fusionner avec d'autres entreprises pour augmenter la taille de l'entreprise.
- Renforcer la structure organisationnelle et les processus de l'entreprise pour soutenir la croissance.
- Aider les dirigeants d'entreprise à définir et à mettre en oeuvre une stratégie de croissance efficace.

- Augmenter les ventes et les revenus de l'entreprise.
- Élargir la base de clients de l'entreprise.
- Accroître la part de marché de l'entreprise
- Élargir la portée géographique de l'entreprise
- Faciliter l'accès aux marchés étrangers pour les PME

Objectif 2:

Croissance

Objectif 3:

Production et Développement
de produits/services

- Développer de nouveaux produits ou services.
- Augmenter la capacité de production de l'entreprise.

- Améliorer la rentabilité de l'entreprise.
- Améliorer la compétitivité de l'entreprise.
- Faciliter l'accès aux financements pour les PME qui en ont besoin pour se développer.
- Favoriser les opportunités de partenariat et de coopération entre les entreprises.

Objectif 4:

Profitabilité et
compétitivité

Objectif 5:

Innovation et
Responsabilité

- Accompagner les entreprises dans leur transition numérique et dans l'utilisation des outils numériques pour améliorer leur performance.
- Soutenir les entreprises dans la définition et la mise en place de politiques de RSE (responsabilité sociétale des entreprises)
- Sensibiliser les entreprises aux enjeux de l'innovation et les accompagner dans les projets d'innovation.

- Proposer des formations et des ateliers pour renforcer les compétences des dirigeants d'entreprise.
- Mettre en relation les entreprises avec des experts et des professionnels pour les aider à résoudre des problèmes spécifiques.

Objectif 6:

Développement
du capital humain

Global Master Class



Mame Aby SEYE
DG, DER/FJ



Seynabou DIA SALL
CEO, Global Mind Consulting



Patricia SENNEQUIER
Fondatrice, Beautiful Soul

Femmes leaders :
Comment s'imposer
dans le Top Management ?

26 Mai 2023

De 9 h 00
à 13 h 00

Club privé The Third
(Corniche Ouest, Fenêtre, Dakar)

Le cabinet Global Mind Consulting est ravi de vous annoncer la 3^e édition des Global Master Class, un cadre de réflexion, d'échange et de réseautage privilégié entre acteurs de la transformation du continent.

Pour cette édition résolument orientée vers le leadership et la communication d'influence qui se tiendra le 26 mai 2023, et qui s'adressera à des femmes cadres et entrepreneures, nous aurons l'honneur de recevoir plusieurs intervenantes chevronnées qui se distinguent chacune dans leur domaine par la qualité de leur expertise telles que le Dr Mame Aby SEYE, Délégué Général de la Délégation Générale à l'Entreprenariat Rapide des Femmes et des Jeunes - DER/FJ, et Patricia Sennequier, Fondatrice et Directrice générale de Beautiful Soul, qui totalise près de 30 années d'expérience dans l'accompagnement et le coaching de dirigeants de haut niveau.

NB : L'accès à l'évènement est sur INVITATION. Un live sera diffusé sur les plateformes digitales de Global Mind Consulting.

Global Africa

fête sa première année d'existence

**LES RENCONTRES DE
GLOBAL AFRICA**

Mercredi
**24 Mai
2023**

📍 **UGB**
🕒 **10:00 - 11:00**

FRANÇOIS ROUBAUD
Economiste et Statisticien
Directeur de recherche IRD

Expérimentations aléatoires dans le champ du développement
Une perspective critique

Evaluation des politiques publiques de développement : débats et controverses
Conversation autour du livre *Expérimentations aléatoires dans le champ du développement, Une perspective critique*, IRD Éditions, 2022.

www.globalafricasciences.org

Suivez nous sur: globalafrica

Du 22 au 24 mai 2023, le programme Global Africa fête à l'Université Gaston Berger (UGB) de Saint-Louis sa première année d'existence et lance à cette occasion une nouvelle initiative « Les Rencontres de Global Africa ». Global Africa est une revue scientifique internationale et pluridisciplinaire, associée à des actions visant au renforcement de la recherche africaine.

La revue Global Africa rend compte des enjeux politiques, sociaux, économiques, écologiques, technologiques de l'Afrique et du monde. Plurilingue (français, anglais, arabe et swahili) et diffusée en libre accès, elle est dotée des standards internationaux d'évaluation des articles. Son ambition : être ouverte, au-delà des sciences sociales, à la science de la durabilité et aux approches pluridisciplinaires. Parallèlement à cette publication, des actions de formation sont programmées pour renforcer l'écosystème de la production et de la diffusion de la recherche africaine en sciences humaines et sociales : cours en ligne sur l'édition et la publication, à destination des chercheurs comme des professionnels de l'édition ; écoles itinérantes dédiées aux jeunes chercheurs permettant de constituer une communauté d'auteurs ouverte aux enjeux portés par la revue.

Cette première année d'existence de Global Africa a été marquée entre autres par :

- le lancement du programme avec le colloque international "African Research Matters" qui s'est tenu à Saint-Louis en mars 2022 et a rassemblé près de 400 participants ;
- la publication des 2 premiers numéros "Afriques, mondes et savoirs de demain" (mars 2022) "l'Afrique et le monde à l'heure virale" (décembre 2022) ;

**GLOBAL AFRICA
CONFERENCES**

Wednesday,
**May 24,
2023**

📍 **UGB**

🕒 **11:30 - 12:30**

**FAISAL
GARBA**
Senior Lecturer Sociology
University of Cape Town

**What is the basis of knowledge
production on African migration?**

QR code, logos of LASPAD, LASDEL, UR, IRD, and social media icons.

www.globalafricasciences.org

- la création d'un site internet (www.globalafricasciences.org) où, notamment, la revue peut être consultée en libre accès ;
- l'organisation de la première École Jeunes Chercheur-e-s à Niamey en février 2023 sur le thème "Décoloniser les futurs administratifs africains" dont une partie des productions sera publiée dans le cinquième numéro de la revue ;
- la production de formations certifiantes et de cours en ligne.

Cet anniversaire, célébré du 22 au 24 mai à l'UGB, permettra de faire le bilan de ces différentes activités avec les comités du programme et d'établir la feuille de route des années à venir. Il sera aussi l'occasion de lancer « Les Rencontres de Global Africa », rendez-vous réguliers de conférences. Ainsi, le 24 mai, se tiendront deux conférences ouvertes au public au CEA-MITIC à l'Université Gaston Berger et diffusées sur internet (<https://us02web.zoom.us/j/81098163803>) : la première à 10h00 sera donnée par François Roubaud, économiste à l'IRD sur l'évaluation des politiques publiques de développement ; la seconde à 11h30, par Faisal Garba, sociologue à l'Université de Cape-Town sur les migrations africaines. Ces conférences seront des moments d'échanges importants avec la communauté universitaire.

Porté par le Laboratoire d'analyse des sociétés et pouvoirs / Afrique – Diasporas (LASPAD) de l'UGB, le Center for Global Studies de l'UIR (université internationale de Rabat, Maroc), l'Institut de recherche pour le développement (IRD) et le Laboratoire d'études et de recherche sur les dynamiques sociales et le développement local (LASDEL), Global Africa associe une dizaine de structures partenaires : l'Université de La Manouba en Tunisie, l'Université virtuelle du Sénégal, le Conseil pour le développement de la recherche en sciences sociales (CODESRIA), l'African Studies Association of Africa (ASAA), le Réseau des journalistes scientifiques d'Afrique francophone sur le continent africain ; le laboratoire Les Afriques dans le Monde, l'Institut des Mondes africains (IMAF), l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), The Conversation en France.



“Rubis Créations: Quand Tradition et Modernité s’entrelacent dans la Mode Africaine”

Dans cet article, nous mettons en lumière le parcours inspirant d’une jeune entrepreneuse sénégalaise qui a fondé la marque Rubis Créations. Diplômée en marketing et communication, cette styliste talentueuse a décidé de retourner au Sénégal après ses études en France pour exprimer sa passion pour la mode.

La marque Rubis Créations, créée il y a six ans en 2017, rend hommage à la beauté des femmes africaines, qui sont décrites comme élégantes, belles et précieuses comme le rubis, une pierre précieuse. À travers ses modèles et créations, la marque promeut l’élégance de la culture africaine en utilisant des tissus rares, élégants et classes.

Aujourd’hui, la fondatrice, une créatrice autodidacte, rêve d’exporter et de mettre en valeur la beauté des cultures africaines à travers le monde. Avec huit employés, Rubis Créations se distingue par son originalité, sa diversité dans les matériaux, les tissus utilisés, les modèles et les différentes coupes.

Les tenues de Rubis Créations sont un mélange subtil du traditionnel et du moderne, mettant en valeur les vêtements traditionnels en utilisant des tissus élégants et classes. La marque offre ainsi une fusion unique de l’ancien et du contemporain.

Un moment marquant dans l’histoire de Rubis Créations a été la présentation d’une collection lors du défilé à AFRIFATA (Festival pour les Jeunes Talents Africains) qui s’est tenu du 4 au 7 mai à Rabat. Cette collection mettait particulièrement en avant le tissu brocard et reflétait l’esprit et les valeurs qui définissent Rubis Créations.

Grâce au talent et à la passion de sa fondatrice, Rubis Créations souhaite faire rayonner l’élégance de la mode africaine à travers le monde, tout en contribuant à la reconnaissance et à l’appréciation des cultures africaines.





PROGRAMME

Scale Up

DIAGNOSTIC GRATUIT

Nous offrons un diagnostic gratuit
de votre entreprise:

INSCRIVEZ-VOUS

Contactez-nous:

+221 78 475 28 58

www.growhubsenegal.com

