

VALEURS AJOUTÉES

Mag des Entreprises

ENTREPRENEURIAT

Le E-Commerce comme alternative au chômage en Afrique

EMPLOI | RH

Comment faire appel à son réseau pour décrocher un emploi

ANALYSE

L'impact de la COVID-19 sur le commerce électronique en Afrique



Jérôme Ribeiro
Président - Co-Fondateur de Human AI

**L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE,
LE FUTUR AU SERVICE
DES ENTREPRISES AFRICAINES**

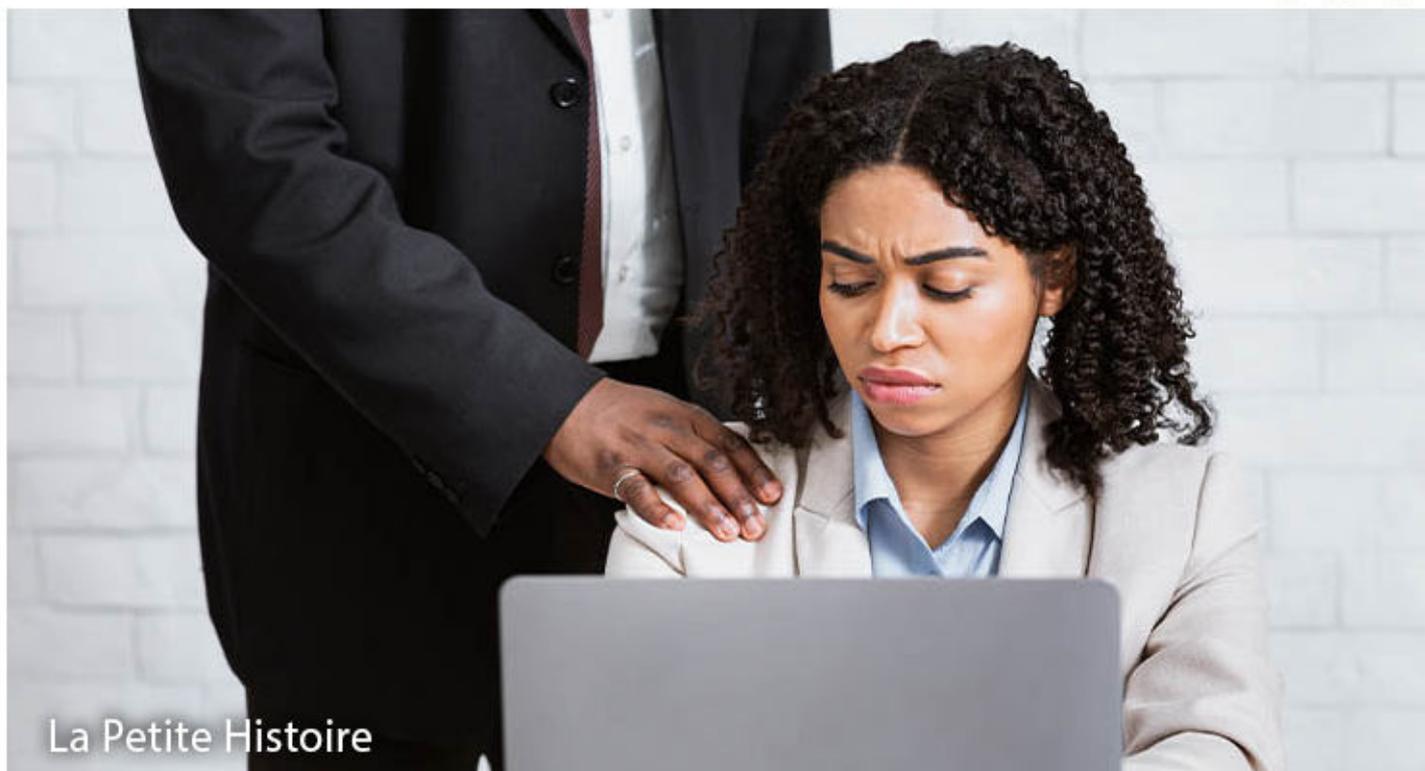
VALEURS AJOUTÉES[®]

Le Mag des Entreprises

1. La Petite Histoire
2. Le E-commerce comme alternative au chômage en Afrique
3. L'invité
4. Faire appel à son réseau pour décrocher un emploi
5. L'impact de la Covid-19 sur le commerce Electronique en Afrique



TURKEY-AFRICA ECONOMIC AND BUSINESS FORUM



La Petite Histoire

C'est l'histoire d'un employé qui cache un harcèlement dans sa société mais le signale à la police.....

Une société avait congédié son salarié parce que, selon elle, plusieurs travailleuses étaient venues le rencontrer en tant que responsable, pour dénoncer son assistant pour harcèlement sexuel, mais celui-ci n'avait pris aucune mesure et avait omis d'informer ses supérieurs de la situation. Il décida d'ester en justice estimant que son licenciement était abusif. Pour sa part, fit-il valoir, il avait signalé à la police le harcèlement sexuel dont étaient victimes lesdites travailleuses.

« Fait à prouver » retorqua la société, qui ajouta que celui-ci n'a cependant pas jugé bon de présenter la situation à ses supérieurs, ce qui amène à penser qu'il faisait partie de la chaîne de harcèlement sexuel sur le lieu de travail. Vue qu'alors même qu'il était au courant de la situation, il avait permis que le harcèlement sexuel se poursuive, son action constituait un motif valable de licenciement.

Déclaration que va approuver le juge. Qui va conclure que le fait pour le requérant de n'avoir pas pris de mesures pour empêcher le harcèlement sexuel de se poursuivre, et le fait qu'il n'ait pas immédiatement signalé la situation à la société pour que celle-ci prenne des mesures disciplinaires est un motif valable de résolution de son contrat de travail. Il fit en outre la remarque que l'employeur avait bien agi en licenciant le salarié puisque sa conduite était une forme de discrimination interdite par le droit international.

Haute Cour de Tanzanie, Chambre du droit du travail, Nicodemu Mwita c. Bulyanhulu Gold Mine, révision n° 12/2013, 29 octobre 2013

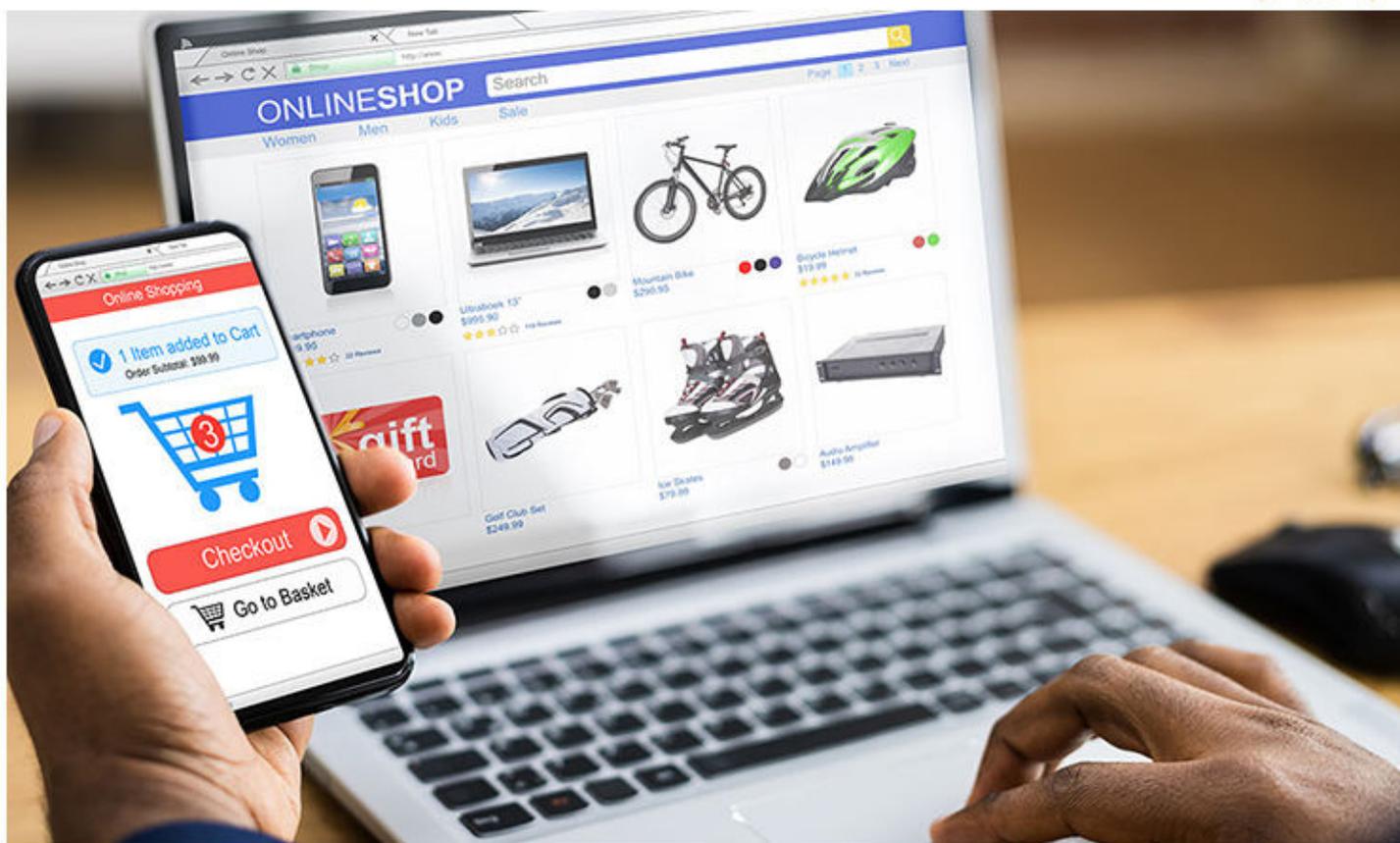
FANKAM Melissa Carelle



Logidoo Pour vos transports de colis et marchandises en Afrique
www.logidoo.co
 Sécurité - Fiabilité - Moindre coût



LE E-COMMERCE COMME ALTERNATIVE AU CHOMAGE EN AFRIQUE



L'entrepreneuriat a longtemps été reconnu comme une alternative durable au chômage, et ce particulièrement en Afrique où des jeunes âgés de 18 à 35 ans sont sans emploi. Mais pour ces derniers, trouver le capital de démarrage constitue une des principales barrières à l'entrepreneuriat. Lorsqu'on interroge les jeunes désireux d'entreprendre, les premières contraintes qu'ils évoquent sont les difficultés d'accès au financement.

Les outils de financement classiques, les crédits bancaires et microcrédits en particulier, ne sont pas adaptés aux start-ups étant donné les taux d'intérêt élevés et les courtes durées de prêts. Pour financer le démarrage de leur activité, les jeunes entrepreneurs attendent souvent des solutions classiques inadaptées. Ils font appel notamment à des prêts auprès des banques, institutions de microfinance, et coopératives de crédit, sans se rendre compte que les solutions de financement de ces institutions ne sont pas les plus pertinentes.

En effet, en Afrique Sub-Saharienne, les prêts, tels qu'ils sont généralement octroyés par les banques et institutions de microfinance (taux d'intérêt élevés, durée des prêts entre 6 et 12 mois, exigences de garanties importantes, etc.), ne permettent pas à une jeune entreprise de survivre et d'atteindre rapidement le seuil de rentabilité. Par exemple, le taux d'intérêt moyen appliqué par les banques varie entre 14% au Sénégal et plus de 40% au Malawi. De 18% par an dans l'Union Economique et Monétaire d'Afrique de l'Ouest (UEMOA), le taux d'usure appliqué aux opérations de crédit bancaire est désormais fixé à 15% l'an. Il est de 19% en RDC et varie entre 17 et 27% au Nigeria. Ces prêts classiques ne sont pas adaptés aux startups qui ont souvent besoin de plus de 12 mois pour atteindre la phase de développement et voir les premiers retours sur investissement.

Parallèlement à l'évolution structurelle du marché de l'emploi et des salaires dans le secteur manufacturier de l'économie numérique, un nouveau type de main-d'œuvre est apparu, appelé «main-d'œuvre numérique», c'est-à-dire l'exécution de tâches numériques qui sont sous-traitées en ligne. Les plateformes numériques, telles que Uber,

Upwork, Amazon, Jumia, Yango ont réduit le coût des échanges au sein de l'économie informelle, augmentant ainsi la productivité et reliant les segments informels de l'économie aux activités formelles. Ce qui s'avère particulièrement utile dans les économies africaines où l'économie parallèle représente déjà une part importante de l'économie. La numérisation permet «aux entreprises de prendre des mesures formelles, accessibles et peu coûteuses, qui correspondent aux besoins de l'entreprise - plus comme une échelle à gravir qu'une falaise à escalader»

Elle peut créer de nouvelles opportunités dans le monde du spectacle, ou pour les services de covoiturage, la logistique du commerce électronique, les vendeurs de commerce électronique, ou encore pour les traducteurs numériques. Par exemple, la société nigériane Jumia emploie 3 000 personnes dans toute l'Afrique, mais elle a engagé 100 000 prestataires indépendants rémunérés à la commission pour aider ses clients à passer des commandes via ses plateformes en ligne

D'après le cabinet Boston Consulting Group (BCG), les plateformes de commerce en ligne pourraient créer 3 millions de nouveaux emplois en Afrique, d'ici 2025. Cela implique que les plateformes d'e-commerce permettront de créer un emploi pour 150 Africains au chômage ou un emploi pour 15 chômeurs âgés de 18 à 35 ans.

Ces perspectives intéressantes ont d'ailleurs poussé de nombreux géants mondiaux du commerce électronique, tels que le chinois Alibaba, à tourner leur attention vers le continent africain. L'entreprise a d'ailleurs commencé à mettre en œuvre des projets d'e-commerce, notamment au Rwanda où les producteurs de café peuvent vendre depuis 2018 leurs produits aux consommateurs chinois, à travers la plateforme alibaba.com et la chaîne de grande distribution du groupe, Hema Xiansheng.

L'Afrique bénéficiant d'une population très jeune et de l'essor d'une classe moyenne, est un cadre propice où l'e-commerce a de beaux jours devant lui. Toutefois, il reste beaucoup à faire pour donner une véritable impulsion à l'e-commerce en Afrique. L'étude de l'écosystème du commerce en ligne en Afrique permet de se rendre compte que ce secteur a de nombreux défis à relever sur le continent noir. A cet effet pour que les Marketplaces digitales atteignent leur plein potentiel en Afrique, les secteurs public et privé doivent travailler de concert pour créer l'environnement numérique approprié dès le départ. Et ce dernier de renseigner qu'en Afrique, environ 58% des nouveaux emplois concerneront le secteur des biens de consommation, 18% les services à la mobilité et 9% le secteur des voyages et de l'hôtellerie.

Logidex A PROPOS DE NOUS NEWS DEVENIR PARTENAIRE SE CONNECTER MA MAD

Solution logistique pour commerce & E-commerce en Afrique

Saisissez votre numéro de suivi [Suivre](#)

- Messagerie**
Confiez vos colis aux meilleurs prestataires sur le national et l'international
[Colis](#)
- Routier**
Acheminez par camion vos marchandises en toute sécurité partout en Afrique de l'ouest
[Camion](#)
- Maritime**
Planifiez le transport de vos conteneurs avec les meilleures entreprises africaines
[Conteneur](#)

Ce qui s'avère particulièrement utile dans les économies africaines où l'économie parallèle représente déjà une part importante de l'économie. La numérisation permet «aux entreprises de prendre des mesures formelles, accessibles et peu coûteuses, qui correspondent aux besoins de l'entreprise - plus comme une échelle à gravir qu'une falaise à escalader»

Elle peut créer de nouvelles opportunités dans le monde du spectacle, ou pour les services de covoiturage, la logistique du commerce électronique, les vendeurs de commerce électronique, ou encore pour les traducteurs numériques. Par exemple, la société nigériane Jumia emploie 3 000 personnes dans toute l'Afrique, mais elle a engagé 100 000 prestataires indépendants rémunérés à la commission pour aider ses clients à passer des commandes via ses plateformes en ligne.

D'après le cabinet Boston Consulting Group (BCG), les plateformes de commerce en ligne pourraient créer 3 millions de nouveaux emplois en Afrique, d'ici 2025. Cela implique que les plateformes d'e-commerce permettront de créer un emploi pour 150 Africains au chômage ou un emploi pour 15 chômeurs âgés de 18 à 35 ans.

Ces perspectives intéressantes ont d'ailleurs poussé de nombreux géants mondiaux du commerce électronique, tels que le chinois Alibaba, à tourner leur attention vers le continent africain. L'entreprise a d'ailleurs commencé à mettre en œuvre des projets d'e-commerce, notamment au Rwanda où les producteurs de café peuvent vendre depuis 2018 leurs produits aux consommateurs chinois, à travers la plateforme alibaba.com et la chaîne de grande distribution du groupe, Hema Xiansheng.

L'Afrique bénéficiant d'une population très jeune et de l'essor d'une classe moyenne, est un cadre propice où l'e-commerce a de beaux jours devant lui. Toutefois, il reste beaucoup à faire pour donner une véritable impulsion à l'e-commerce en Afrique. L'étude de l'écosystème du commerce en ligne en Afrique permet de se rendre compte que ce secteur a de nombreux défis à relever sur le continent noir.

A cet effet pour que les Marketplaces digitales atteignent leur plein potentiel en Afrique, les secteurs public et privé doivent travailler de concert pour créer l'environnement numérique approprié dès le départ. Et ce dernier de renseigner qu'en Afrique, environ 58% des nouveaux emplois concerneront le secteur des biens de consommation, 18% les services à la mobilité et 9% le secteur des voyages et de l'hôtellerie.

Le commerce en ligne en Afrique est aujourd'hui soumis à des contraintes qui empêchent son développement sur le continent. Parmi celles-ci figure, en première position, le déficit d'infrastructures, le manque de clarté réglementaire et l'accès restreint à certains marchés. Pour leur part, les décideurs politiques africains sont préoccupés par des problématiques liées à la sécurité des données personnelles des citoyens et les risques de perturbation possibles dans les secteurs d'activité.

en dépit de tout ça, il est permis d'espérer une évolution du commerce en ligne en Afrique et par ricochet, la création de nouvelles niches d'emploi dans ce continent qui est devenu la principale destination des investisseurs. Les jeunes africaines devraient alors saisir cette belle opportunité qu'offre le commerce en ligne pour booster leur chance d'emploi. Pour ce faire, se former aux TIC est un impératif incontournable.



Activités

- > Jeu des incollables
- > La tombola
- > Le grand concours des 60 ans
- > Exposition artistique
- > À la rencontre de nos clients

CÉLÉBRONS

60 ans

AU SERVICE DE LA CONSTRUCTION.

DU 8 AOÛT AU 31 DÉC

DE NOMBREUX LOTS À GAGNER

Logos: CIMINCAM, Robust, binstore



SARA
By Afriland First Bank



By Afriland First Bank



Votre **Banque** Avec vous, **Partout!**

› Efficacité › Sécurité › Accessibilité › Fiabilité › Mobilité › Facilité

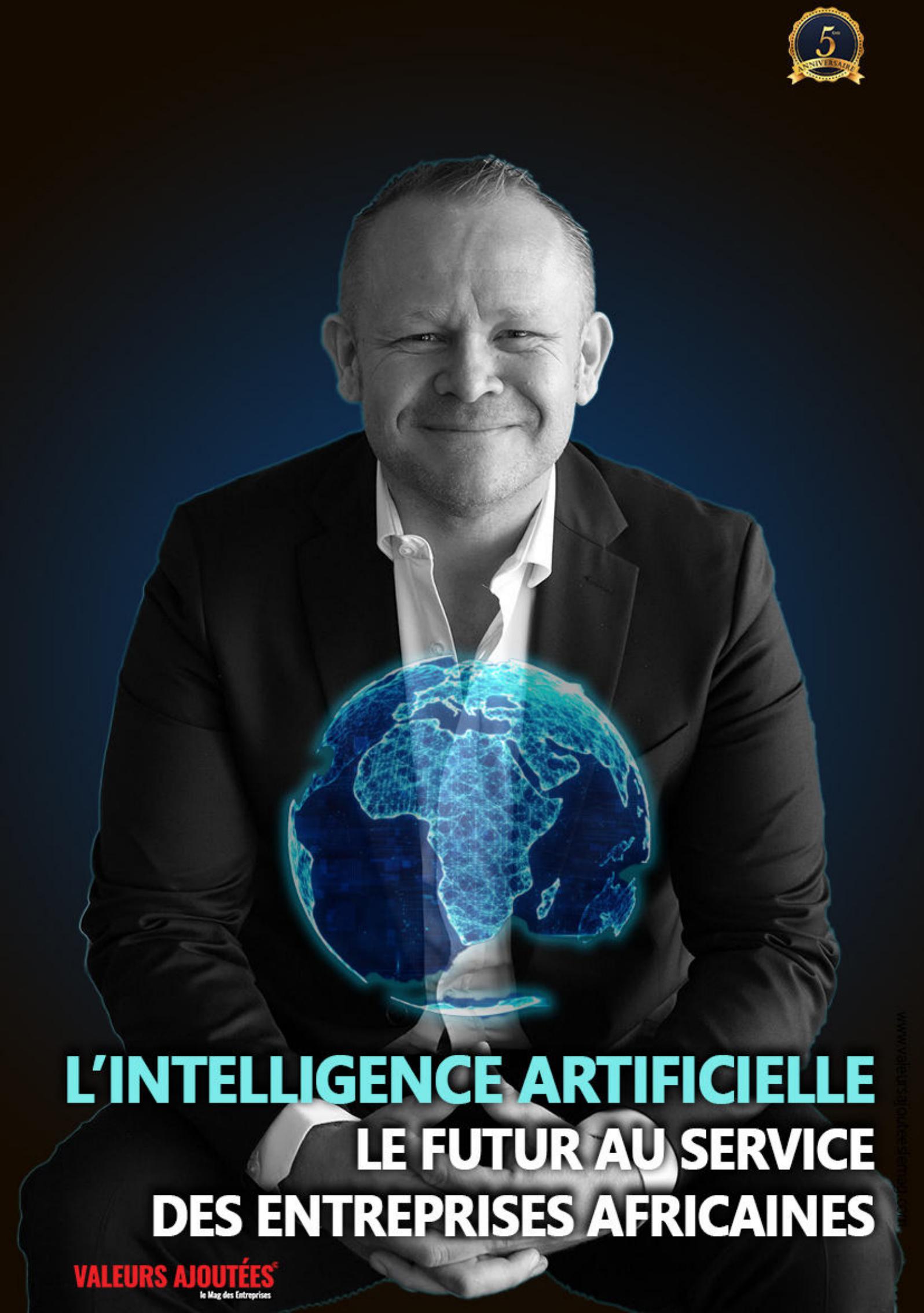


VALEURS AJOUTÉES
Le Mag des Entreprises



Afriland First Bank CD

The Doer with Success

A man in a dark suit and white shirt is smiling and holding a glowing, blue, digital globe of the African continent. The globe is composed of a network of lines and dots, giving it a high-tech appearance. The background is a dark blue gradient.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
LE FUTUR AU SERVICE
DES ENTREPRISES AFRICAINES



D'entrée de jeu, qui est Jérôme Ribeiro en quelques mots ?

Je suis Président - Co-Fondateur de Human AI, et Vice-Président de l'Institut Afriqua. J'ai acquis une vaste expérience en gestion, télécoms et systèmes d'informations. Je suis un fervent défenseur de l'éthique dans le domaine de l'intelligence artificielle (IA). Mon expertise internationale, ma passion pour l'éducation et l'Intelligence Artificielle m'ont conduit à collaborer avec des sommités telles que Marco LANDI, ancien président Monde d'Apple en tant que son Vice-Président de son Institut EuropIA.

Je me dédie à sensibiliser et instruire le grand public, les étudiants, les entrepreneurs et les institutions sur les enjeux de l'IA, en mettant en avant des approches éthiques, inclusives et responsables.

*« L'Intelligence Artificielle
au service de l'Humanité »
est mon leitmotiv*

En tant que Vice-Président d'Honneur du CDA - Cluster Digital Africa, en charge des questions liées à l'Intelligence Artificielle et Ambassadeur du WAICF (World Artificial Intelligence Festival de Cannes), j'apporte ma vision pour un avenir technologique prometteur en Afrique et à travers le monde où chacun trouvera sa place.

1. Entrons dans le vif du sujet, c'est quoi l'intelligence artificielle et comment est-elle utilisée dans le domaine du digital dans nos entreprises ?

L'Intelligence Artificielle (IA) peut être définie comme un ensemble de technologies et de méthodes qui permettent aux ordinateurs de simuler l'intelligence humaine, en apprenant à partir de données et en utilisant ces connaissances pour résoudre des problèmes, prendre des décisions et accomplir des tâches de manière autonome.

En d'autres termes, L'IA cherche à reproduire certaines capacités cognitives et à automatiser des tâches spécifiques en utilisant des modèles et des algorithmes sophistiqués.

L'objectif de l'IA est d'augmenter l'efficacité et la précision des systèmes informatiques, mais il existe une distinction entre l'intelligence artificielle et l'intelligence humaine complète.

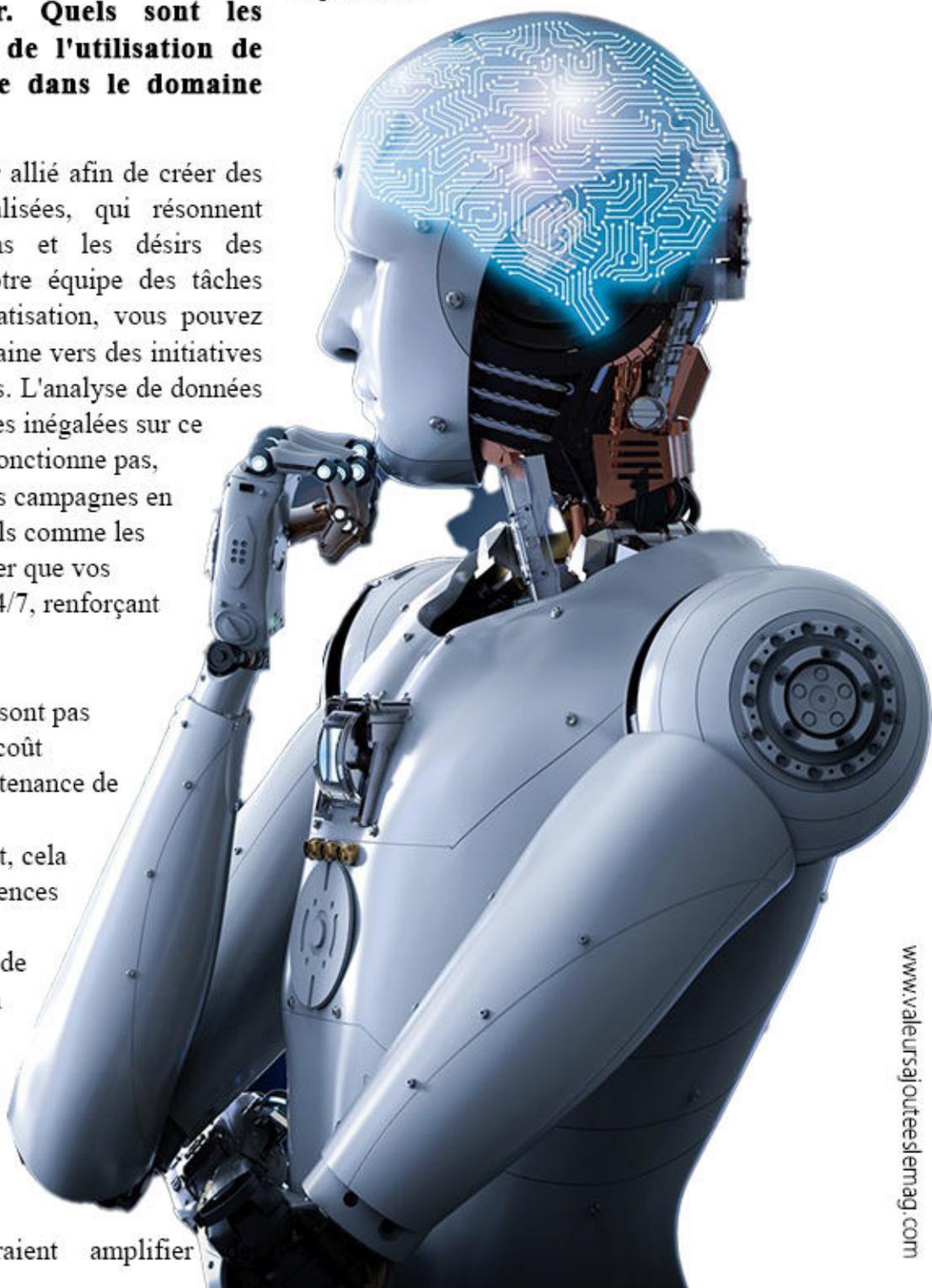
Une question qui intéresse nos différents social media manager. Quels sont les avantages et les défis de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le domaine du digital ?

L'IA peut être votre meilleur allié afin de créer des interactions plus personnalisées, qui résonnent vraiment avec les besoins et les désirs des utilisateurs. En libérant votre équipe des tâches répétitives grâce à l'automatisation, vous pouvez réaffecter cette énergie humaine vers des initiatives plus créatives et stratégiques. L'analyse de données par l'IA offre des perspectives inédites sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, vous permettant d'affiner vos campagnes en temps réel. En plus, des outils comme les chatbots sont là pour s'assurer que vos clients sont pris en charge 24/7, renforçant ainsi leur fidélité.

Cependant, ces avancées ne sont pas sans leurs propres défis. Le coût d'implémentation et de maintenance de ces systèmes d'IA peut être considérable. Techniquement, cela exige également des compétences spécialisées pour mettre en œuvre et gérer ces systèmes de manière efficace. Sur le plan éthique, le maniement des données des utilisateurs doit être fait avec la plus grande prudence pour respecter la confidentialité et éviter des problèmes de biais algorithmique, qui pourraient amplifier

des inégalités existantes. Et, bien sûr, trop dépendre de l'automatisation peut créer une certaine complaisance et amoindrir la vigilance de votre équipe.

L'IA offre au monde du digital des avenues passionnantes pour améliorer l'engagement utilisateur et l'efficacité opérationnelle, mais cela doit être fait avec un œil attentif aux implications éthiques et un engagement à la gestion humaine et responsable.



Utilisée judicieusement, l'IA peut être un levier pour augmenter la qualité de l'interaction humaine dans le domaine digital, mais cela exige une navigation soignée à travers ses défis inhérents.

Quelques stratégies à mettre en place en entreprise afin que l'intelligence artificielle puisse améliorer l'expérience utilisateur dans le domaine du digital ?

En exploitant l'IA pour cibler les recommandations et les contenus, les entreprises peuvent non seulement enrichir l'expérience utilisateur, mais également veiller à respecter scrupuleusement les réglementations et les normes éthiques en matière de protection des données et de la vie privée.

L'implémentation de chatbots soutenus par l'IA a le potentiel de transformer le service client en le rendant plus immédiat et efficace, à condition que ces outils soient configurés pour opérer de manière transparente et respecter la vie privée des utilisateurs.

Grâce à l'analyse prédictive pilotée par l'IA, les entreprises peuvent non seulement anticiper les besoins et les préférences des utilisateurs, mais également proposer des solutions proactives, tout en s'efforçant de garantir que leurs algorithmes n'introduisent ni ne perpétuent de biais discriminatoires.

En rendant l'expérience utilisateur aussi fluide que possible grâce à des technologies comme la personnalisation basée sur l'IA ou des chatbots bien conçus, les entreprises ont l'opportunité de répondre aux attentes des utilisateurs de manière instantanée et à tout moment, renforçant ainsi leur satisfaction et leur fidélité.

L'IA a donc le potentiel de révolutionner l'expérience utilisateur en digital, mais son déploiement doit être fait de manière éthique et responsable pour en maximiser les bénéfices et minimiser les risques.

Quels sont les domaines spécifiques du digital où l'intelligence artificielle est particulièrement utile ?

Imaginez l'intelligence artificielle (IA) comme un outil polyvalent dans la boîte à outils du monde digital, un peu comme un couteau suisse électronique. Ce super-outil est là pour rendre notre vie numérique plus facile, plus sûre et plus intéressante. Voici quelques domaines spécifiques où il excelle :



Dans l'univers des médias sociaux, caractérisé par les likes et les partages, l'intelligence artificielle peut aider les utilisateurs à trouver du contenu qui les intéresse véritablement, tout en filtrant les informations non pertinentes ou potentiellement nuisibles.

Pour la sécurité en ligne l'IA agit comme un gardien qui veille sur la maison numérique de l'utilisateur, alertant rapidement en cas de tentative de piratage ou d'accès non autorisé aux informations.

Pour les Achats en ligne, imaginez l'IA comme un assistant shopping personnel qui connaît exactement les préférences de l'utilisateur et qui trouve les meilleures offres sans nécessiter des heures de recherche.

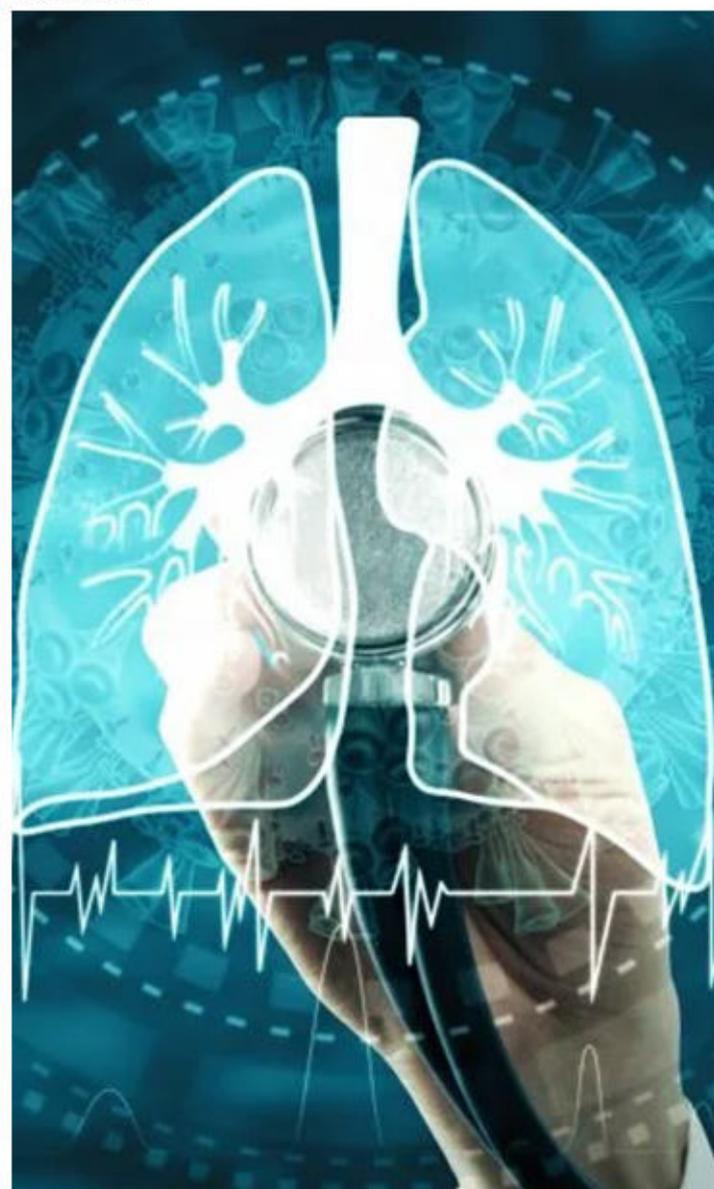
Dans le domaine médical, notamment les soins de Santé, l'IA peut aider les médecins à diagnostiquer des maladies plus rapidement et avec plus de

précision, ce qui signifie un meilleur traitement pour les patients.

Dans le monde du divertissement, due l'utilisateur aime les films, la musique ou les jeux vidéo, l'IA peut recommander exactement ce qui lui plaira, comme un ami qui connaît très bien ses goûts.

L'éthique est primordiale ici : cet outil intelligent doit toujours respecter notre vie privée et nos choix personnels. L'important, c'est que l'IA soit utilisée pour améliorer l'expérience humaine en ligne, et non pour la manipuler ou la compromettre.

L'IA peut ainsi être très utile dans de nombreux aspects de notre vie digitale, mais il est indispensable de s'assurer qu'elle est utilisée de manière responsable, en plaçant toujours l'humain au centre.



Quelles sont les tendances actuelles de l'intelligence artificielle dans le domaine du digital ?

L'une des tendances les plus passionnantes est l'IA conversationnelle, où le système n'est pas seulement réactif mais aussi proactif. Cette tendance va au-delà des simples chatbots en fournissant des systèmes qui peuvent comprendre le contexte et même anticiper les besoins des utilisateurs. Le côté proactif de l'IA conversationnelle pourrait, par exemple, inclure un assistant virtuel qui vous rappelle une réunion à venir et vous suggère également le meilleur itinéraire pour y arriver.

On voit aussi une forte demande pour une IA éthique et transparente. Les entreprises sont de plus en plus conscientes qu'elles doivent être responsables dans leur utilisation de cette technologie. Cela montre que l'éthique n'est pas seulement une considération annexe, mais devient une partie intégrante de la conception et du déploiement de l'IA.

Pour cette raison, Human AI propose un Label IA et une Certification IA pour un comportement Éthique et Humain, une protection des Données personnelles et une IA Responsable & Digne de Confiance.

L'apprentissage automatique pour l'analyse de données est indispensable pour aider les entreprises à tirer des conclusions significatives de grandes quantités de données. Cela peut, par exemple, aider à identifier des modèles de comportement des consommateurs qui ne seraient pas évidents sans l'aide de l'IA.

Ces avancées représentent non seulement des progrès technologiques, mais également une évolution vers une IA plus centrée sur l'humain et responsable. Des initiatives comme le Label IA et la Certification de Human AI incarnent cette démarche éthique et ajoutent une couche de confiance et de responsabilité dans l'écosystème de l'IA.

Waspito

"SOIGNEZ VOUS SANS VOUS DÉPLACER"

Nos Services:

- Consultation instantanée avec des médecins via appels vidéos/audios
- Laboratoires d'analyses médicales mobiles
- Réseau social Santé

TÉLÉCHARGEZ MAINTENANT

Disponible sur **Google play** Disponible sur **App Store**

6 55 442 377 / 6 50 022 224

Quels sont les impacts potentiels de l'intelligence artificielle sur l'emploi ?

C'est un sujet délicat. D'un côté, l'IA crée de nouveaux emplois et domaines qui n'existaient pas auparavant. Mais d'un autre côté, il y a un risque d'automatisation pour certains métiers. Il est donc important d'avoir des programmes de reconversion et de formation pour préparer la main-d'œuvre à ces changements. Ce que fait Human AI.

Ce qui est certain, c'est qu'avec l'émergence de technologies disruptives comme l'intelligence artificielle, l'idée de pratiquer le même métier toute sa vie devient de plus en plus obsolète. Il sera essentiel de s'engager dans une formation continue et de s'adapter constamment aux nouvelles technologies afin de maintenir l'humain au cœur des développements en IA.

Human AI a développé une gamme complète d'outils, notamment le Genius Game - Ikigai, conçus pour vous aider à découvrir votre mission de vie, votre vocation, vos talents et votre génie intrinsèque. Le but est de vous orienter vers un métier dans lequel vous vous épanouirez pleinement.

Grâce à sa plateforme de formation à distance, Human AI Academy rend accessible à tous la possibilité de se former dans de nouveaux domaines professionnels adaptés à leurs besoins et aspirations.

Et avec Human AI Services, non seulement votre expertise locale est valorisée, mais elle peut également être commercialisée à une échelle globale. De cette manière, Human AI agit comme une passerelle fiable, un lien de confiance, permettant de connecter votre savoir-faire spécifique aux entreprises du monde entier en quête de compétences comme les vôtres.



Comment les entreprises peuvent-elles tirer parti de l'intelligence artificielle pour améliorer leurs opérations dans des secteurs stratégiques ?

Dans l'agriculture, L'IA aide les agriculteurs à savoir quand planter et récolter, pour de meilleures récoltes tout en économisant de l'eau et en protégeant les plantes contre les maladies.

Dans l'éducation, L'IA permet de personnaliser l'apprentissage pour chaque élève et donne aux enseignants plus de temps pour se concentrer sur le bien-être et la réussite de leurs élèves.

Dans l'énergie, L'IA optimise la consommation d'énergie, rendant les centrales électriques plus efficaces et sûres, et nous aide à mieux utiliser les énergies renouvelables comme le vent et le soleil.

Dans le secteur industriel, l'IA améliore l'efficacité et la sécurité en automatisant des tâches répétitives et en prévenant les pannes de machine avant qu'elles ne surviennent, permettant ainsi aux travailleurs de se concentrer sur des tâches plus complexes et créatives.

Dans le secteur des mines et des ressources naturelles, les entreprises peuvent utiliser l'intelligence artificielle pour optimiser l'extraction et la gestion des ressources de manière plus sûre et efficace, tout en minimisant leur impact environnemental, par exemple en utilisant des algorithmes pour prédire avec précision la localisation des gisements rentables et en automatisant des systèmes de surveillance environnementale pour réduire les dégâts écologiques.

Quels sont les enjeux éthiques liés à l'utilisation de l'intelligence artificielle qu'il faut absolument connaître ?

Imaginez l'IA comme un élève en formation, si son environnement pédagogique est imprégné de stéréotypes et de préjugés, l'IA les intégrera également. Il est donc indispensable de la "sensibiliser" éthiquement afin qu'elle ne reproduise pas ou n'exacerbe les injustices sociales existantes.



 **FIEF**
FESTIVAL DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE FRANCOPHONE

Sofitel Mont Fébé, Yaoundé

JJ-55

2^{ÈME} EDITION

FESTIVAL DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE FRANCOPHONE

« Doper la compétitivité des territoires francophones »

2 NOV 2023

<https://fief.info/> sponsoring.fief@cavie.org +237 242 00 31 06 / +237 693 860 139

www.valeursajoutees.com

Considérez vos données comme une extension numérique de votre identité. De la même manière que vous ne divulgueriez pas des informations sensibles à un inconnu, assurez-vous que l'IA traite vos données avec le respect et la sécurité qu'elles méritent.

Pensez à l'IA comme à un chef cuisinier composant un plat, vous aimeriez connaître les ingrédients et leur assemblage, n'est-ce pas ? De la même façon, la transparence et l'explicabilité des algorithmes de l'IA sont cruciales, surtout lorsqu'ils ont un impact direct sur des vies humaines.

L'éthique n'est pas une considération secondaire, elle est centrale et indispensable. Nous devons garantir que les algorithmes soient justes et que les données soient gérées de manière responsable. Il est également impératif de rendre ces algorithmes accessibles aux non-experts pour instaurer une confiance publique. N'oublions pas que l'éthique est également une affaire multiculturelle, nécessitant une approche inclusive.

Chez Human AI, nous avons élaboré une définition spécifique de ce que signifie 'Éthique Multiculturelle' dans le contexte de l'Intelligence Artificielle centrée sur l'humain

*Considérons les autres
comme ils voudraient être
considérés.*

*Considérons les en tenant
compte de leur individualité,
de leur religion, de leurs
cultures, de leurs traditions,
de leurs origines et
de leurs valeurs.*

Comment l'intelligence artificielle peut-elle contribuer à la sécurité et à la protection des données dans le domaine du digital ?

Imaginez l'intelligence artificielle (IA) comme un gardien super intelligent qui veille sur votre maison numérique, c'est-à-dire vos données et vos informations en ligne. Ce gardien n'est pas là pour remplacer les humains mais pour les aider à être plus en sécurité.

L'IA peut repérer des comportements suspects très vite, comme si quelqu'un essayait de forcer la serrure de votre porte, et vous alerter immédiatement.

Le gardien IA apprend à connaître vos habitudes en ligne et peut alors mieux détecter quand quelque chose d'anormal se passe, tout comme un chien de garde qui aboie quand il voit un étranger mais pas quand il voit la famille.

Ce gardien intelligent sait aussi qu'il ne doit pas entrer dans vos chambres privées, en d'autres termes, il respecte votre vie privée et ne partage pas vos données personnelles.

L'IA peut donc être un outil puissant pour garder nos informations en ligne en sécurité, mais il est indispensable de l'utiliser de manière éthique pour s'assurer que l'humain reste au centre de cette sécurité.



VALEURS AJOUTÉES
Le Mag des Entreprises

Votre Guide pratique pour les Investisseurs en Afrique désormais disponible en 1 clic

www.valeursajouteeslemag.com

facebook.com/valeursajouteeslemag/ | linkedin.com/valeursajouteeslemag-des-entreprises/

www.valeursajouteeslemag.com



Quelles sont les perspectives d'avenir de l'intelligence artificielle dans le domaine industriel ?

Imaginons que l'intelligence artificielle (IA) soit comme un collègue très doué dans une usine. Ce collègue n'est pas là pour prendre la place des travailleurs humains, mais plutôt pour les aider à travailler plus intelligemment et en toute sécurité.

Travailler plus vite, mais aussi plus intelligemment, sera possible à l'avenir grâce à ce collègue IA. Il pourra prendre en charge les tâches répétitives et ennuyeuses, permettant ainsi aux humains de se concentrer sur des travaux plus créatifs et gratifiants.

Pour augmenter la sécurité, ce collègue IA super-doué est également très vigilant. Il a la capacité de prévenir les accidents en identifiant des problèmes dans les machines bien avant qu'un humain ne puisse le faire.

En matière de formation continue, l'évolution de l'IA offre aux travailleurs l'opportunité d'apprendre et de s'adapter constamment, rendant ainsi leur travail à la fois plus intéressant et moins monotone.

En ce qui concerne le respect de l'éthique, il est primordial que ce 'collègue' IA soit correctement formé dans ce domaine. Son fonctionnement doit être conçu de manière à respecter la dignité et préserver les emplois des travailleurs humains.

Les perspectives d'avenir de l'IA dans le domaine industriel sont prometteuses pour rendre le travail plus efficace et plus sûr, tout en permettant aux humains de continuer à jouer un rôle central et éthique dans le processus.

Mettre l'Intelligence Artificielle au service de l'Humanité est notre credo chez Human AI.

Conclusion

Il est clair que l'IA est une force transformationnelle qui a le potentiel de révolutionner de nombreux secteurs, du digital aux industries traditionnelles. Toutefois, l'adoption et l'intégration de l'IA ne sont pas sans défis. Les enjeux éthiques, en particulier, sont d'une importance capitale : la question du biais, de la transparence, et du respect de la diversité culturelle et individuelle doit être au cœur de toute initiative en IA.

Human AI a compris ces enjeux et a pris des mesures proactives pour y répondre. Avec des outils comme son Label IA et sa Certification IA. Human AI met en avant une approche centrée sur l'humain et multiculturelle. Cette perspective éthique est complétée par une gamme d'outils pratiques conçus pour mettre "l'Intelligence Artificielle au service de l'Humanité", que ce soit pour améliorer l'expérience utilisateur, sécuriser les données, ou transformer les opérations industrielles.

L'IA a un rôle immense à jouer dans la création d'un futur meilleur, plus efficace et plus inclusif, mais cela ne peut se faire qu'en plaçant l'humain au centre de son évolution. Human AI contribue activement à cette vision positive, en veillant à ce que l'éthique multiculturelle soit une pierre angulaire de l'IA du futur.

Pour faciliter cette démarche, nous avons créé le programme "Ambassadeur de Human AI" qui aspire à constituer une communauté proactive dédiée à la promotion d'une utilisation éthique et responsable de l'intelligence artificielle, non seulement en Afrique et en Europe mais aussi globalement, en soulignant l'importance des droits de l'Homme, de la vie privée, et de la responsabilité sociale et environnementale, tout en fournissant aux ambassadeurs des opportunités de développement professionnel, un accès privilégié à des ressources et des formations en ligne gratuites, ainsi que des avenues pour la collaboration, le tout dans le but de contribuer à un avenir durable pour tous.



LIBRE ACADEMIE DES BEAUX-ARTS

DESIGN PRODUIT-ESPACE -ENVIRONNEMENT | FASHION DESIGN | GRAPHIC ET WEB DESIGN |
ILLUSTRATION ET ANIMATION | ARTS VISUELS ET HISTOIRE DE L'ART | PHOTOGRAPHIE ET AUDIO-VISUEL

2023 • 2024

S'INSCRIRE EN CYCLES BTS - LICENCE PROFESSIONNELLE

L'Académie est ouverte à toutes les personnes titulaires d'un BAC, d'un GCE Level et de tout autre diplôme universitaire reconnu par le MINESUP au Cameroun.

120 places : Design produit-espace-environnement /20 | Fashion design/20 |
Graphic et web design/20 | Illustration et animation/20 | Arts visuels et histoire de l'art/20
Photographie et audio-visuel/20.

Conditions d'admission

1. Faire une préinscription sous réserve entre Février et Septembre : remplir une fiche d'identification à la LABA ou adresser une lettre de demande de préinscription aux adresses e-mails du Secrétariat ou de la Direction de l'Académie.
2. Déposer un dossier susceptible d'être complété après publication des étudiants retenus pour la nouvelle Année Académique.

Pièces du dossier: lettre de motivation avec choix du Département + photocopie diplôme + bulletins/livret scolaire/relevé de notes du dernier établissement fréquenté + photocopie acte de naissance + deux photos (faites à la LABA).

3. Passer un test d'entretien (sur convocation du candidat).



Les dossiers peuvent être envoyés en version numérique aux adresses
labasecretariat@yahoo.fr ; direction.labba@yahoo.com
ou être déposés au secrétariat de l'Académie.

SA. 1^{ère} 011/24010, Total (oplabba-Face hôpital des oeuvres, Ivoir, Paal II
www.labba.edu.cm | @labbaedu | @labba_00



**COMMENT FAIRE APPEL
A SON RESEAU POUR
TROUVER UN EMPLOI**

Pour attirer les candidats, 58% des recruteurs font appel à leur réseau personnel ou professionnel selon l'APEC en 2018. Et près de 4 cadres recrutés sur 10 étaient déjà connus du recruteur ou recommandés. Aussi, faire appel à son réseau professionnel pour trouver un job peut être aussi fructueux que de postuler correctement aux offres d'emploi ou encore réussir ses candidatures spontanées. Surtout quand on sait qu'il existe un marché caché des offres d'emploi. Et que certaines ne font même pas l'objet d'une publication d'offre d'embauche. Lors de recrutements stratégiques par exemple, les entreprises privilégient une grande discrétion et ne souhaitent pas communiquer dessus. Dans certains secteurs, elles n'ont même pas besoin de le faire car les places sont convoitées et le bouche-à-oreille suffit. Réseauter peut également être très utile pour aider les candidats aux profils atypiques et ceux qui cumulent les jobs à dépasser la barrière du CV.

Quand on souhaite trouver un job, solliciter son réseau est donc presque indispensable. Welcome to the Jungle vous aide à faire le bilan des acteurs de votre réseau, solliciter efficacement les plus pertinents et trouver un job.

Qui solliciter pour trouver un job ?

Au préalable, il convient de rappeler qu'un réseau se construit et se développe sur la durée et que ce travail de longue haleine est à la portée de tous. En effet, un réseau professionnel fourni et de qualité n'est pas seulement réservé aux biens nés ou ceux assez chanceux pour exercer le même métier que leurs proches. Alors si, en période de recherche, accroître ses contacts et son réseau est essentiel, ne vous réveillez pas uniquement le jour où vous avez besoin de trouver un job. Libérez par exemple de la place dans votre emploi du temps pour du speed dating professionnel.

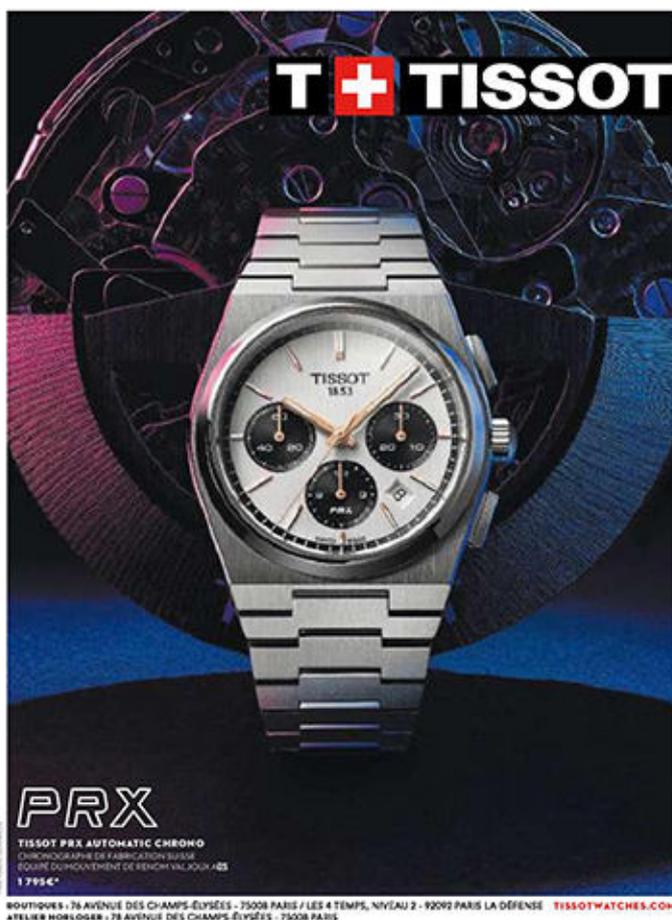
Le mot d'ordre : rester ouvert. Vous avez peut-être l'impression que votre réseau est minuscule. La bonne nouvelle est que ce n'est sûrement qu'une impression ! Si vous ne pensez pas avoir de réseau, creusez vos méninges et rappelez-vous que toute rencontre est une opportunité professionnelle

qui s'ignore. Listez les personnes avec qui vous avez ou vous avez eu un bon contact dans votre entourage professionnel et personnel.

Pour activer votre réseau, parlez de votre projet autour de vous et rendez-vous visible auprès de ces relations. Privilégiez un style direct et des messages courts. Soyez prudent dans votre démarche et discret sur vos intentions. Évitez de demander un job d'entrée de jeu. Si vous êtes toujours en poste, n'oubliez pas de prendre quelques précautions supplémentaires.

Comment solliciter efficacement votre réseau professionnel ?

Solliciter correctement son réseau et savoir "se vendre" sans pour autant passer pour un opportuniste nécessite de respecter quelques règles de bon sens :



T + TISSOT

PRX

TISSOT PRX AUTOMATIC CHRONO
CHRONOMETRE DE FABRICATION SUISSE
BOITIER EN TITANE ET BRAS EN ACIER
1795€*

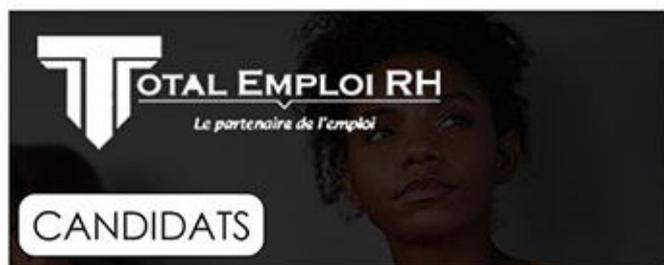
BOULOGNE - 78 AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES - 75008 PARIS / LES 4 TEMPS, NIVEAU 2 - 92092 PARIS LA DÉFENSE TISSOTWATCHES.COM
ATELIER HORLOGER - 78 AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES - 75008 PARIS

1. Personnalisez vos demandes de contact

Personnalisez la demande, le destinataire doit d'emblée comprendre l'intérêt de votre demande. Que vous lui communiquiez votre CV ou que vous fassiez une demande de mise en relation directe avec un de ses contacts.

2. Soyez honnête

Soyez honnête, votre authenticité sera toujours appréciée. Demander met en difficulté dans la mesure où cela révèle des manques. Il est cependant inutile de donner un faux prétexte. Rappelez-vous que quasiment tout le monde a déjà connu des changements de poste, d'entreprise, des périodes de doute professionnel, et même des reconversions ou des passages à vide. Soyez à l'écoute et renseignez-vous sur le parcours de votre interlocuteur. Tout le monde aime parler de soi, et vous pourriez en apprendre plus que ce que vous auriez prévu...



Prenez de l'avance sur les recruteurs en vous enregistrant dans notre banque de CV en ligne,



3. Demandez l'expertise d'un recruteur

Apprenez à demander. Pour bien exploiter son réseau, il faut accepter de passer par-là, de supporter l'idée d'avoir besoin des autres. Mais également arrêter de craindre de déranger et de faire perdre du temps à l'autre. N'oubliez pas de demander des conseils. Adoptez une démarche proactive en sollicitant un entretien physique ou téléphonique, pour valider la pertinence de votre projet professionnel par exemple et obtenir un avis sur son parcours, ou encore connaître les attentes d'un recruteur... Quelques minutes accordées suffisent à recueillir de précieuses informations.

4. Faites-vous recommander par un tiers

La qualité de la mise en relation peut être puissante. Les recommandations peuvent rassurer et vous apporter de la crédibilité. En témoigne le phénomène de la cooptation, de plus en plus courante au sein des entreprises, qui est un bon moyen pour les entreprises de se prémunir contre les recrutements hasardeux.

5. Transformez le lien digital en un lien réel

Soigner votre e-reputation sur les réseaux sociaux est important mais le lien humain l'est également. Salons de recrutement, forums dédiés à l'emploi et conférences sont autant d'excellentes occasions pour échanger physiquement une carte de visite avec des recruteurs, des managers et ainsi amplifier son réseau professionnel.

6. Gardez à l'esprit que le réseau permet l'échange

Si vous sollicitez votre réseau, celui-ci viendra sûrement vous solliciter en retour. Vous devrez sûrement renvoyer l'ascenseur un jour, que ce soit à des contacts déjà sollicités ou à d'autres. Or selon les lois de l'attraction il paraît que plus on est généreux, plus on reçoit. Donc positionnez-vous dans une logique de partage professionnel, vous n'avez rien à perdre.



Afro International Film MARKET & FESTIVAL (AIFMF)

US AFRICA FILM SUMMIT & EXPO 2023

Creative Partnership Imperative For The Development of Africa Cinema



Aurburn Avenue Research Library, Atlanta Georgia USA

12 - 14 October 2023

OFFICIAL SUPPORTING PARTNER:



The Rob Rockefeller S.C.



OFFICIAL MEDIA PARTNER



PARTNER



info@1film1marketsummit.org - www.1film1marketsummit.org - Info: +1 213 844 8507



L'IMPACT DE LA COVID-19 SUR LE COMMERCE ELECTRONIQUE EN AFRIQUE



Dans un contexte de ralentissement économique, la crise de la COVID-19 a entraîné une explosion du commerce électronique et une accélération de la transformation numérique.

Alors que le confinement devenait la nouvelle normalité, les entreprises et les consommateurs se tournent de plus en plus vers le numérique, vendant et achetant davantage de biens et de services en ligne. La part du commerce électronique dans le commerce de détail mondial est ainsi passée de 14 % en 2019 à environ 17 % en 2020.

Ces résultats, entre autres, sont présentés dans un nouveau rapport intitulé COVID-19 and E-commerce : A Global Review, publié par la CNUCED et ses partenaires de l'initiative eTrade for all. Il présente les profondes transformations industrielles régionales et globales qui sont apparues tout au long de 2020.

Lors d'un événement organisé à l'occasion de la publication du rapport, le président de l'Assemblée générale des Nations unies, Volkan Bozkir, a déclaré que la tendance vers le commerce électronique devrait se poursuivre tout au long de la reprise après le COVID-19.

"Nous devons identifier les défis et prendre des mesures pour soutenir les gouvernements et les citoyens qui continuent à adopter de nouvelles méthodes de travail", a-t-il déclaré.

"Les entreprises et les consommateurs qui ont pu "passer au numérique" ont contribué à atténuer le ralentissement économique causé par la pandémie", a déclaré Isabelle Durant, Secrétaire générale par intérim de la CNUCED.

"Mais ils ont aussi permis d'accélérer une transition numérique qui aura des répercussions durables sur nos sociétés et notre vie quotidienne - répercussions auxquelles tout le monde n'est pas préparé", a-t-elle ajouté.

La pandémie de COVID-19 a amené les habitants d'un grand nombre de pays à limiter fortement leurs interactions physiques. La distanciation physique que s'imposent les personnes pour éviter la contagion, associée aux mesures de confinement strictes appliquées dans de nombreux pays ont mis à l'arrêt, au moins temporairement, une grande partie des commerces physiques traditionnels.

"Nous devons identifier les défis et prendre des mesures pour soutenir les gouvernements et les citoyens qui continuent à adopter de nouvelles méthodes de travail", a-t-il déclaré.

"Les entreprises et les consommateurs qui ont pu "passer au numérique" ont contribué à atténuer le ralentissement économique causé par la pandémie", a déclaré Isabelle Durant, Secrétaire générale par intérim de la CNUCED.

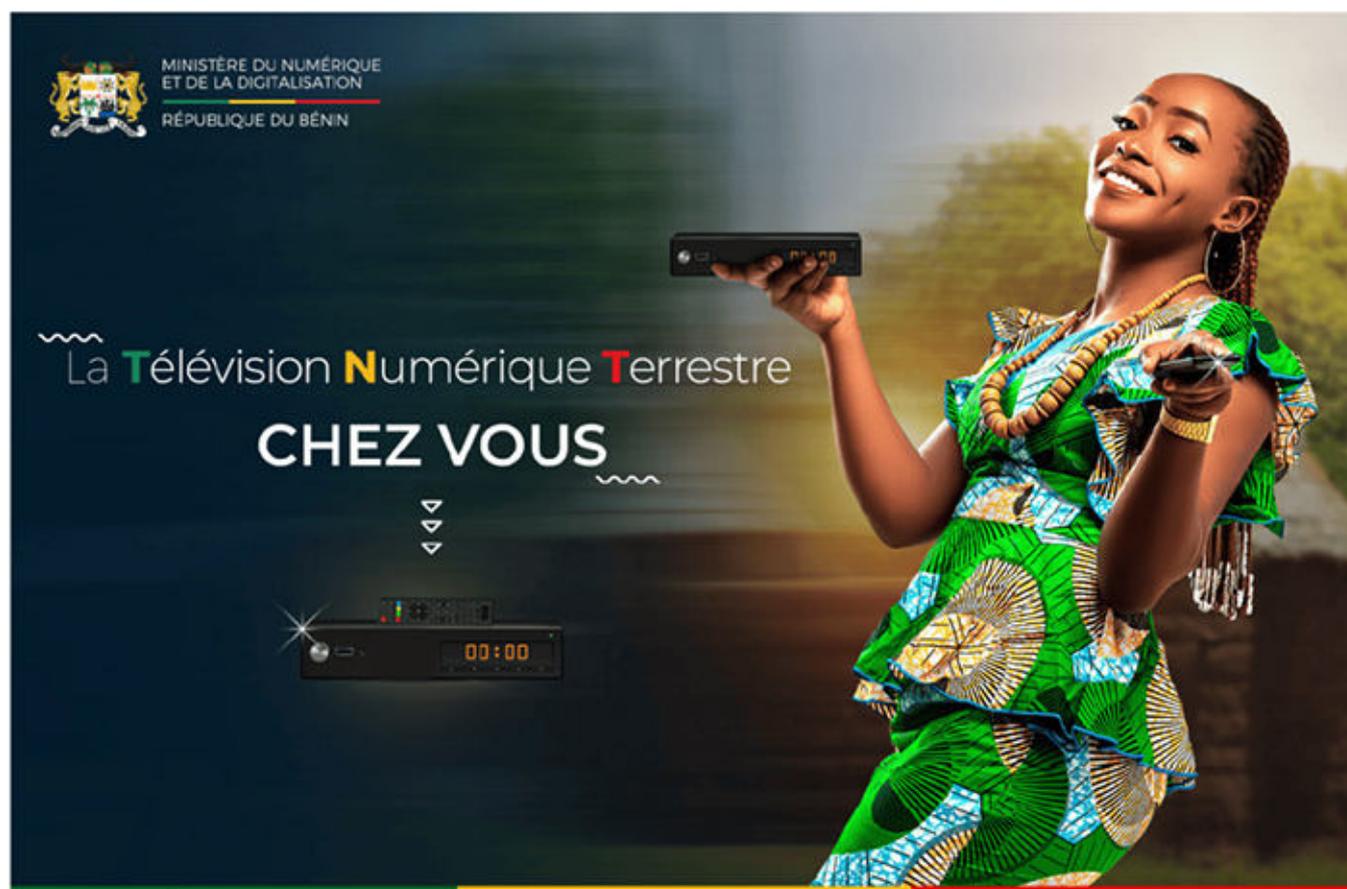
"Mais ils ont aussi permis d'accélérer une transition numérique qui aura des répercussions durables sur nos sociétés et notre vie quotidienne - répercussions auxquelles tout le monde n'est pas préparé", a-t-elle ajouté.

La pandémie de COVID-19 a amené les habitants d'un grand nombre de pays à limiter fortement leurs interactions physiques. La distanciation physique que s'imposent les personnes pour éviter la contagion, associée aux mesures de confinement strictes appliquées dans de nombreux pays ont mis

à l'arrêt, au moins temporairement, une grande partie des commerces physiques traditionnels.

Aux États-Unis, les ventes du commerce de détail et des services alimentaires entre février et avril 2020 étaient en recul de 7.7 % par rapport à la même période de 2019. En revanche, les ventes des magasins alimentaires et des détaillants hors magasin (principalement des opérateurs de commerce en ligne) ont augmenté de 16 % et 14.8 % respectivement.

Il est probable que ces chiffres correspondent à une réorientation importante du commerce physique traditionnel vers le commerce électronique dans bon nombre de pays. Aux États-Unis, par exemple, la part du commerce électronique dans le commerce de détail total, qui s'était lentement hissée de 9.6 % au premier trimestre de 2018 à 11.8 % au premier trimestre de 2020, a grimpé à 16.1 % entre les premier et deuxième trimestres de 2020.




 MINISTÈRE DU NUMÉRIQUE
 ET DE LA DIGITALISATION
 RÉPUBLIQUE DU BÉNIN

La **T**élévision **N**umérique **T**errestre
CHEZ VOUS





 105

 www.tnt.bj

Impact dans le domaine de l'agriculture: Les plates-formes numériques en Ouganda

Avant même la pandémie, la technologie était en train de transformer le secteur agricole en Afrique de l'Est. Les biotechnologies, la robotique et les entrepôts intelligents sont de plus en plus employés pour produire et commercialiser les produits. Par exemple, la télédétection par drones est utilisée en Tanzanie pour surveiller l'état des cultures telles que le manioc, les haricots et le maïs.

Parmi les technologies dont l'adoption se généralise parmi les agriculteurs d'Afrique de l'Est, il faut citer les plates-formes agricoles numériques (applications), qui deviennent un moyen essentiel de participer au commerce électronique. Sur les entreprises fournissant des solutions agrotechniques dans la région, 75% proposaient des applications. Les applications offrent aux agriculteurs un large éventail de services, notamment l'obtention d'informations sur le marché, la recherche d'acheteurs, l'achat de matériaux utilisés dans la production et l'obtention de crédits, entre autres.

En Ouganda, plus d'un million d'agriculteurs utilisaient des applications avant la crise, et ils appréciaient particulièrement la possibilité d'avoir accès aux acheteurs, de pouvoir se procurer les matériaux nécessaires et d'obtenir des services de conseil et des informations en temps réel sur les prix et les conditions météorologiques. Les applications ont permis d'améliorer la productivité en facilitant l'accès aux intrants et services essentiels et de promouvoir la diversification, notamment vers de nouveaux marchés. Cependant, il existe toujours une fracture numérique liée au genre dans l'utilisation de ces plates-formes, en termes d'accès à l'Internet et de gains de productivité.

Il n'est pas surprenant que l'utilisation de ce type de technologies dans l'agriculture se soit accélérée pendant la pandémie. Cette accélération a été en partie alimentée par les obligations fixées par les pouvoirs publics dans le cadre de la pandémie et de la gestion de la crise (en ce qui concerne, par exemple, les paiements mobiles aux agriculteurs).

Mais fondamentalement, les applications constituent une solution existante rentable pour rester en activité, se procurer des matériaux et commercialiser des produits dans le contexte des mesures de confinement. Sans ces plates-formes, il aurait été impossible de continuer à faire des affaires ou de se conformer aux directives sanitaires gouvernementales.

L'impact de ces technologies ne se limite pas au secteur agricole, car les plates-formes numériques transforment également la vente au détail de produits alimentaires en Afrique de l'Est. Les marchés de rue normalement florissants de Kampala ont été sérieusement perturbés par les confinements. L'adoption et l'utilisation croissante de plates-formes de commerce électronique (telles que E-voucher, MUIIS, KOPGT et EzyAgric) ont facilité l'accès des gens aux produits alimentaires essentiels et aux vendeurs (dont une majorité de femmes), et le commerce s'est poursuivi pendant la crise.

Certains en profitent, d'autres sont à la traîne

Les résultats montrent que le commerce électronique a fortement progressé dans toutes les régions, les consommateurs des économies émergentes étant les plus nombreux à faire des achats en ligne.

blue

igo go* home max no star sky

Tu choisis
quoi ce soir?

**L'enjaillement,
les téléchargements
ou le scrolling**

sur les réseaux?

Blue Night
5 Go à FCFA 250
de 22h à 6h

Tape *825*1*1*2*1*5#

@blue.by.camtel
Facebook - Instagram - Twitter | www.bluesolutions.cm

en point d'arrêt **blue**



Le marché en ligne Mercado Libre d'Amérique latine, par exemple, a vendu deux fois plus d'articles par jour au cours du deuxième trimestre 2020 par rapport à la même période en 2019. Et la plateforme de commerce électronique africaine Jumia a enregistré un bond de 50 % de ses transactions au premier semestre 2020.

En Chine, la part des ventes de détail en ligne est passée de 19,4 % à 24,6 % entre août 2019 et août 2020. Au Kazakhstan, la part des ventes de détail en ligne est passée de 5 % en 2019 à 9,4 % en 2020.

En Thaïlande, le nombre de téléchargements d'applications de shopping a bondi de 60 % en une semaine en mars 2020.

La tendance enregistrée pour le commerce électronique en 2020 devrait se maintenir au cours de la reprise, selon le rapport.

Mais dans plusieurs pays parmi les moins développés, les consommateurs et les entreprises n'ont pas tiré parti des opportunités offertes par le commerce électronique en raison d'obstacles persistants.

Il s'agit notamment du coût élevé des services à large bande, de la dépendance excessive à l'égard de l'argent liquide, du manque de confiance des consommateurs, des faibles compétences numériques de la population et de l'attention limitée accordée par les gouvernements au commerce électronique.

"Les pays qui exploitent le potentiel du commerce électronique seront les mieux placés pour que les biens et services qu'ils produisent atteignent les marchés mondiaux dans une économie en voie de numérisation. En revanche, ceux qui ne le font pas risquent d'accumuler un plus grand retard", a déclaré Shamika N. Sirimanne, directrice de la technologie et de la logistique à la CNUCED.

Pour un commerce électronique inclusif

Le rapport expose les mesures qui devraient s'imposer à trois types de partenaires pour que le commerce électronique profite à tous.

Les gouvernements doivent donner la priorité à la préparation au numérique au niveau national afin que davantage d'entreprises locales deviennent

producteurs de l'économie numérique, et pas seulement des consommateurs.

Selon le rapport, la mise en place d'un écosystème de commerce électronique adapté nécessite des changements dans les politiques publiques et les pratiques commerciales pour améliorer l'infrastructure numérique et commerciale, faciliter les paiements numériques et établir des cadres juridiques et réglementaires appropriés pour les transactions et la sécurité en ligne.

Les décideurs doivent veiller – aujourd'hui plus que jamais – à ce que le commerce électronique soit accessible à tous

Pour les consommateurs, le commerce électronique facilite la distanciation physique tout en leur donnant accès aux produits les plus divers. Si, par le passé, les ventes en ligne portaient essentiellement sur les produits de haute technologie, les jouets et les livres pour de nombreux groupes de consommateurs, elles s'étendent de plus en plus à des articles qui sont indispensables à une grande partie de la population, par exemple les produits alimentaires, les médicaments et autres produits de consommation courante. En outre, le commerce électronique a contribué à préserver l'accès – virtuel ou physique – à certaines sphères de la vie sociale telles que les concerts, les musées ou les piscines qui, par exemple, se sont mises à distribuer des billets valables pour un créneau horaire déterminé afin d'éviter les affluences excessives. De même, pour de nombreuses entreprises, le commerce électronique est devenu une stratégie de vente substitutive ou complémentaire vitale, qui leur permet de poursuivre leurs activités malgré les restrictions sur les contacts physiques et autres mesures de confinement.

De même, certaines entreprises accusent un retard persistant en termes de participation au commerce électronique, notamment les petites et moyennes entreprises (PME). En 2017, le taux de participation des PME au commerce électronique représentait moins de la moitié du taux de participation des grandes entreprises dans la majorité des pays.

Cet écart explique et accentue le faible degré de résilience et de souplesse des PME face aux coûts induits par la diminution de la demande et les mesures de confinement locales. Parce qu'elles sont peu avancées dans la transition vers le numérique et qu'elles ont du mal à accéder aux nouvelles technologies et à les mettre en œuvre, ces entreprises sont particulièrement à la peine lorsqu'il s'agit de modifier leurs méthodes de travail, notamment d'adopter le télétravail ou de se lancer dans la vente en ligne.





RHUM Sanaga

Le premier rhum 100% made in Cameroon

RHUM BLANC TRADITIONNEL



Le produit

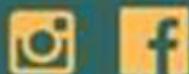
Notre rhum blanc traditionnel de qualité supérieure, est élaboré à base de mélasse de la Société sucrière du Cameroun dont les plantations jouxtent le fleuve Sanaga dans la Région du Centre. La mélasse est fermentée puis distillée dans un alambic de type Pot still en cuivre. A boire en cocktails ou tout seul. Un produit de Sanaga Drinks Sarl BP: 11609 Yaoundé.

- Volume d'alcool: 40%
- Positionnement: Haut de gamme, naturel.
- Identité: Rhum du terroir authentique et séculaire. La forêt équatoriale, le soleil, les abords du fleuve Sanaga, offrent à notre rhum son parfum, sa puissance et un goût unique.
- Prix: 7500 CFA HT la bouteille de 75 cl.

Les certifications

- Norme spiritueux ANOR: Agence des normes et de la qualité du Cameroun. Certification en cours.
- Bouchons: Certification ISO 22000 Sécurité alimentaire.
- Bouteilles: Certification ISO 22000 Sécurité alimentaire.
- Laboratoire partenaire accrédité COFRAC, Comité français d'accréditation.

rhumsanaga.com
@contact@rhumsanaga.com



"Pour un coup d'essai c'est un coup de maître"

GILLES COGNIER OENOLOGUE

Cas Pratique

Imaginez n'avoir besoin que d'une seconde pour vendre trois mille (3 000) paquets de café, restés jusqu'ici dans les entrepôts du Rwanda pendant des mois en raison de la paralysie du fret résultant du confinement mondial face au COVID-19 !

Ceci s'est produit le 14 mai 2020 lors d'un livestream coordonné par Alibaba Business Group pour positionner les marques mondiales à petite échelle sur la Plate-forme électronique du commerce mondial (eWTP), une initiative de six ans qui facilite les échanges entre entreprises et consommateurs (B2C).

La Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique aide à apporter des produits africains uniques ainsi que leurs promoteurs sur la plate-forme dans le cadre d'une action concrète pour répondre au COVID-19.

La vente a été effectuée par la marque rwandaise connue sous le nom de Gorilla's Coffee dont le PDG, M. David Ngarabe, se réjouit de l'exploit qui a suivi des mois de relâchement des activités commerciales alors que les mesures de confinement dus au COVID-19 ont rompu les chaînes d'approvisionnement, en particulier pour les cafés et les hôtels.

Les fonds récoltés s'expliquent par la large portée des clients, notamment en Chine via l'eWTP, dont l'énorme demande, en termes d'économies d'échelle, peut résulter en des baisses des coûts globaux de fret des fournitures.

Mme Vera Songwe, Secrétaire générale adjointe de l'ONU et Secrétaire exécutive de la Commission économique pour l'Afrique (CEA), s'adressant aux participants depuis Addis-Abeba, déclare que la Commission prend des mesures pour obtenir beaucoup plus de petites marques d'Afrique avec des produits distincts pour accéder à la plateforme et réaliser des ventes pendant et après la crise sanitaire actuelle.



LA BONNE ADEQUATION PRODUIT - MARCHÉ

Afin de déterminer l'adéquation produit-marché, les startups doivent se concentrer sur la compréhension des besoins et des désirs de leur marché cible. Cela peut se faire par le biais de diverses méthodes, telles que des entretiens avec les clients, des enquêtes, des groupes de discussion et l'écoute des médias sociaux.

Les startups ne doivent pas commettre l'erreur de supposer qu'elles savent ce que veulent leurs clients. Il est important de leur demander et d'obtenir des commentaires directement de la source. Ces commentaires doivent être utilisés pour guider le développement de produits et les efforts de marketing. Les entretiens avec les clients sont un excellent moyen d'obtenir une compréhension approfondie des besoins et des désirs des clients. Ils peuvent être menés en personne, par téléphone ou même par courriel. Les startups doivent créer une liste de questions à poser à chaque client, puis prendre note des réponses.

Les sondages sont un autre outil utile pour comprendre les besoins et les désirs des clients. Ils peuvent être distribués en ligne ou en personne. Les startups doivent s'assurer de poser des questions qui fourniront des informations précieuses, telles que le problème que le produit résout, la probabilité qu'elles achètent le produit et les fonctionnalités qu'elles aimeraient voir.

Les groupes de discussion sont une autre option pour les startups qui cherchent à comprendre les besoins et les désirs des clients. Dans un groupe de discussion, un groupe de personnes est réuni pour discuter d'un sujet particulier. Les startups peuvent utiliser des groupes de discussion pour obtenir des commentaires sur leur idée de produit, leurs supports marketing ou même leur modèle commercial.

Il y'a de
l'audace
dans l'air



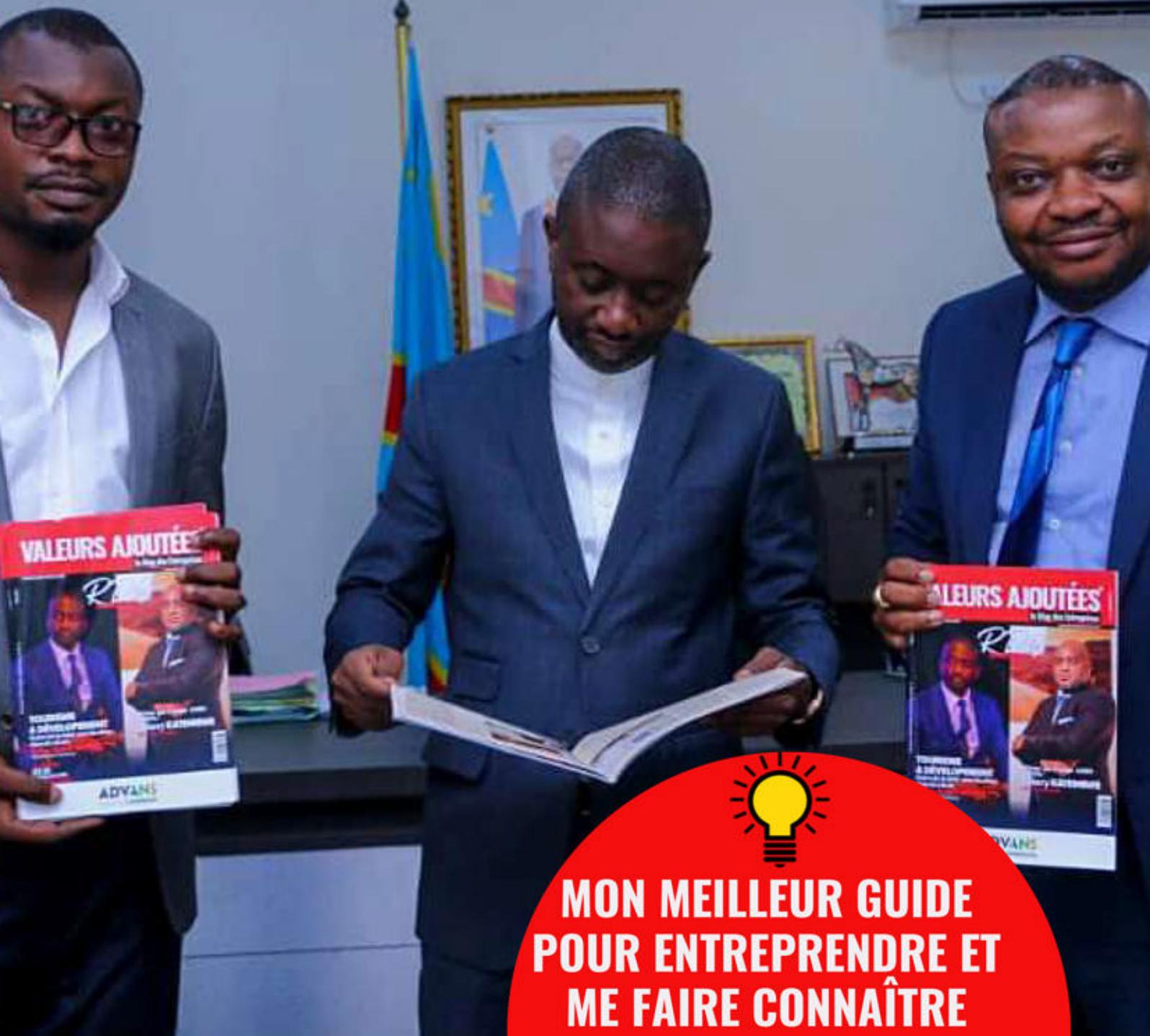
VALEURS AJOUTÉES[®]

le Mag des Entreprises

SAVOIR POUR MIEUX AGIR

WWW.VALEURSAJOUTEESLEMAC.COM

+237 699 488 327



MON MEILLEUR GUIDE
POUR ENTREPRENDRE ET
ME FAIRE CONNAÎTRE