

## ENTREPRENEURIAT

Le Personal Branding  
au coeur de la  
recherche d'emploi et  
de l'entrepreneuriat

## ANALYSE

Réinventer le  
développement et  
promouvoir le  
MADE IN AFRICA

**KIM TRAN**

Fondatrice et CEO de Trenderz

**LE MARKETING D'INFLUENCE :  
UN BOOST POUR LE  
POSITIONNEMENT DES  
ENTREPRISES AFRICAINES**

# VALEURS AJOUTÉES<sup>®</sup>

le Mag des Entreprises

1. La Petite Histoire
2. Le Personal Branding au cœur de la recherche de l'emploi et de l'entrepreneuriat
3. L'invité
4. Réinventer le développement et promouvoir le made in Africa



Désormais Acheter

Sans quitter votre Canapé

**SPECIAL  
PROMO**

Jusqu'à 30%  
de remise  
Sur tous nos articles



Aspirateur LG  
~~155 000 Fcfa~~  
**90 000 Fcfa**



Micro onde LG  
~~145 000 Fcfa~~  
**90 000 Fcfa**



**CANAL+**  
+ **3 Mois OFFERTS**

Ecran LG Smart TV  
~~175 000 Fcfa~~  
**110 000 Fcfa**



Split LG 1,5Cv  
~~495 000 Fcfa~~  
**375 000 Fcfa**



Machine à Laver LG  
~~520 000 Fcfa~~  
**430 000 Fcfa**

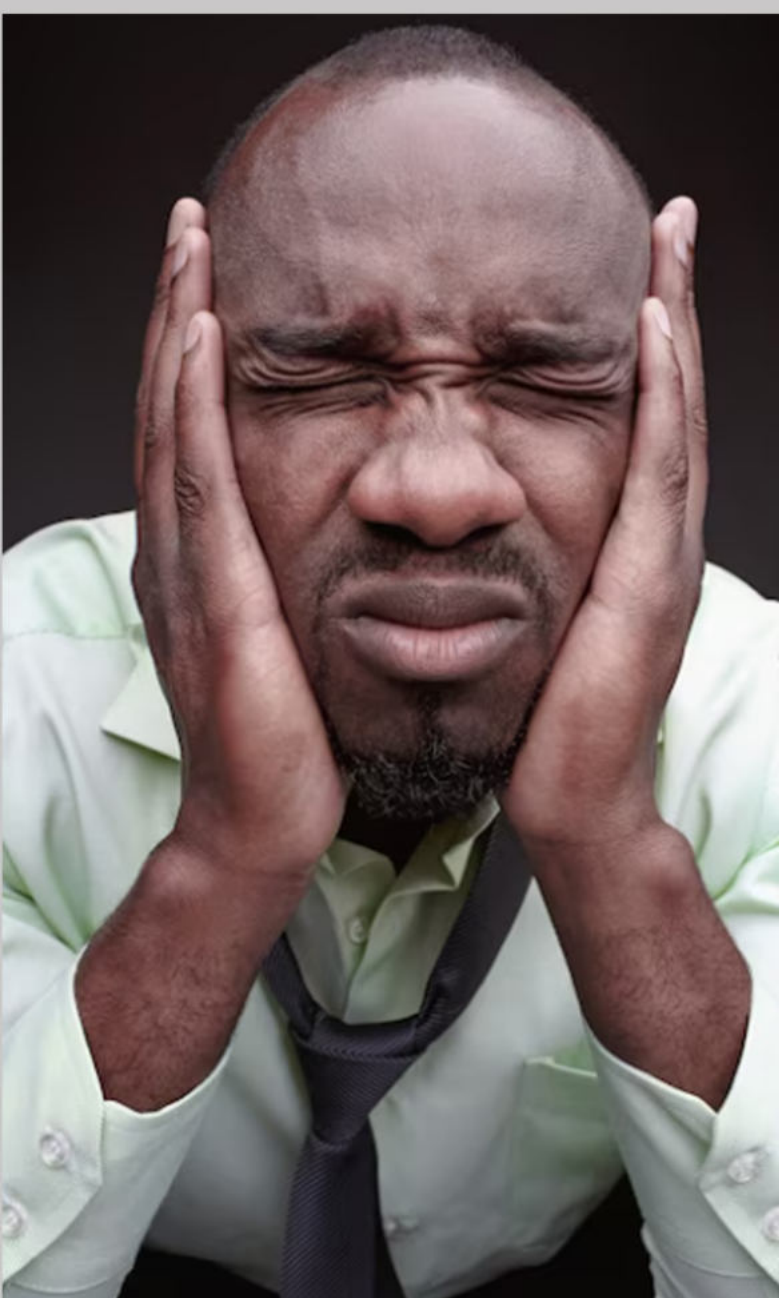
Info **Contact : 6 58 82 09 77**

Yaoundé, Avenue Narvik Djeuga Palace en face du Boukarou Lounge



La Petite Histoire

# UN ENTREPRENEUR QUI QUITTE SON DOMICILE POUR EVITER UNE CONVOCATION DE SON CREANCIER



Un entrepreneur avait contracté un crédit auprès d'une banque, mais au moment de rembourser la créance celui-ci usa de subterfuge pour éviter la banque. À la vue de cela la banque engagea la fermeture de son compte, et après s'être remboursé partiellement sur les crédits disponibles, il tenta d'autre règlement amiable avec l'entrepreneur pour recouvrer le reste du montant.

Cependant l'entrepreneur par divers subterfuges, s'arrangea à éviter toutes les convocations de la banque, que ce soit pour un règlement amiable ou pour avoir à comparaitre. Il s'était mis en tête que cela allait bloquer voire empêcher l'ouverture d'une quelconque procédure contre lui.

Ce qui aurait été possible si la banque n'avait pu prouver que celui-ci organisait son absence volontairement pour ne pas remplir ses obligations, expliqua le juge, qui le condamna au paiement de la créance dû

**Cours d'appel de commerce d'Abidjan, RG numéro 3529/2018, jugement par défaut du 25 Janvier 2019**

*FANKAM Melissa Carelle*



# L'ENTREPRENARIAT AU FÉMININ DE LA DIVERSITÉ EN RÉGION – L'EXPO'

**Présentée par**

**Le Conseil National de l'Insertion des  
Compétences Marocaines du Monde**

**En collaboration avec**

**la Ville de Saint-Eustache**



**SAMEDI 2 DÉCEMBRE 2023  
DE 11H À 20H**

**À la Maison du Citoyen au**  
184, rue Saint Eustache  
Saint-Eustache, QC J7R 2L7

Contactez-nous au

514 649-1432  
agence2ccom@hotmail.com





**Le Personal Branding au  
cœur de la recherche de l'emploi  
et de l'entrepreneuriat**





Lorsqu'on est salarié ou même étudiant, il arrive un moment où il est nécessaire de savoir communiquer sur soi pour se mettre en avant, convaincre de ses compétences et de sa valeur ajoutée par exemple :

- Lorsqu'on veut trouver un nouvel emploi ou bien un stage,
- Lorsqu'on veut évoluer au sein de l'entreprise dans laquelle on travaille
- Ou lorsqu'on veut atteindre des fonctions qui nous paraissent jusque-là inaccessibles

Et en tant qu'indépendant, il semble évident que savoir communiquer sur soi et sur ses capacités est indispensable à sa réussite professionnelle. Les experts ne font pas nécessairement de bons communicants et risquent de rester dans l'ombre malgré la qualité des services et des produits qu'ils offrent sur leur marché.

Communiquer, parler de soi, se mettre en avant, convaincre de sa valeur, de la valeur de ce que l'on fait nourrir des relations durables avec son réseau et savoir toucher sa cible.... N'est pas simple pour la plupart d'entre nous.

Sans méthode ou stratégie de communication personnelle, nous risquons de passer à côté de nos projets et de nos ambitions. Et c'est en cela que le Personal Branding nous est utile.

## Qu'est-ce que le Personal Branding ?

*L'année 2021 a été une année d'éducation et de prise de conscience, de ce qu'est le Personal Branding. En effet, l'accélération de la digitalisation forcée par la Covid-19 a forcé un changement dans la perception de soi. Nos croyances culturelles limitantes, imposant une certaine discrétion quant à nos accomplissements professionnels, se sont montrées comme des handicaps à l'évolution de la carrière.*

Inventé par un expert marketing reconnu aux États-Unis en 2001, le Personal Branding vous construit une marque personnelle sur le web. Il n'est pas seulement précieux, il est devenu essentiel, surtout pour votre carrière. À l'époque des médias sociaux et de l'omniprésence en ligne, le Personal Branding vous permet de façonner votre identité. Vous communiquez ainsi sur votre histoire, vos réalisations et vos perspectives professionnelles ou personnelles d'une manière authentique et convaincante. Le Personal Branding est un processus stratégique qui consiste à développer, promouvoir et gérer consciemment votre propre image et votre e-réputation. Il vise 3 objectifs :

*Your brand is what people say about you  
when you're not in the room*

## La promotion et la valorisation de votre image personnelle

Véritable stratégie marketing, le Personal Branding met en avant vos compétences, vos qualités et vos valeurs. Il vous positionne favorablement sur le marché de l'emploi ou dans la vie en général. Façonnez ainsi la perception que les autres ont de vous et de votre travail.

## La volonté de vous démarquer en laissant votre trace

Mettre les réseaux sociaux au service de votre ambition passe par la gestion de votre présence en ligne et hors ligne de façon cohérente. La publication de contenu pertinent, l'interaction avec votre audience et la gestion de votre image personnelle sont des atouts considérables pour être reconnu·e de façon originale.

## Le développement de vos contact et de votre réseau

Les internautes sont sensibles à la vision d'un·e expert·e reconnu·e car ils adhèrent à l'image que vous véhiculez et à la confiance que vous inspirez. Et comme « vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression », autant travailler sa marque personnelle.

Tout comme les entreprises cultivent leur marque (Branding), en tant que professionnel, nous avons besoin aujourd'hui d'en faire autant pour nous même (Personal Branding) du fait de l'émergence des outils numériques que nous avons à notre disposition. Mais pas seulement, car tout au long de notre carrière savoir communiquer sur soi et sur que l'on fait, tant à l'écrit qu'à l'oral, est un atout majeur.

Le Personal Branding a pour but premier de nous permettre de développer une stratégie de communication personnelle claire et efficace sur notre identité professionnelle, quel que soit le support que nous utilisons, afin que nous puissions nous démarquer de nos concurrents et de nos pairs pour









# Votre Huile Végétale Made in Cameroun

Riche en  
vitamines A,E

DÉJÀ DISPONIBLE  
SUR LE MARCHÉ



 **NOVIA**  
INDUSTRIES

 Novia Industries |  Novia\_Industries\_officiel





A close-up portrait of Kim Tran, a woman with long, dark hair, smiling warmly. She is wearing a light-colored, possibly white, collared shirt. The background is a plain, light grey color.

KIM TRAN

Fondatrice et CEO de Trenderz

**LE MARKETING D'INFLUENCE  
UN BOOST : POUR LE  
POSITIONNEMENT DES  
ENTREPRISES EN AFRIQUE**





## **Présentez-vous**

"Je m'appelle Kim Tran, fondatrice et CEO de Trenderz, J'ai 38 ans et je suis maman de 3 enfants . Passionnée par l'innovation et le marketing digital. En quête de nouveaux challenges, Il y a 2 ans je suis partie m'installer en Côte d'Ivoire avec toute ma famille. En observant par moi-même le potentiel du marketing d'influence, j'ai décidé de créer une plateforme qui mettrait en lumière les créateurs de contenu africains tout en aidant les entreprises locales à booster leur croissance."

## **Comment on réussit à créer une influence auprès d'une communauté ?**

L'influence se construit sur la confiance, l'authenticité et la valeur ajoutée. Créer une influence nécessite une interaction et une écoute active de sa communauté. Cela signifie comprendre leurs besoins, leurs aspirations et leurs défis. Ensuite, il s'agit de fournir régulièrement du contenu, d'être transparent et cohérent dans son message. Le plus important, c'est de rester fidèle à soi-même et à ses valeurs, car c'est cette authenticité qui construit une communauté engagée."

## **Quel est le pouvoir de l'influence et Comment capitaliser sur son influence ?**

"L'influence a un grand pouvoir, elle a la capacité de toucher, d'inspirer et de créer des mouvements. Pour capitaliser sur cette influence, il existe plusieurs moyens. Le plus connu est de collaborer avec des marques mais il est important de créer des partenariats authentiques avec des marques qui résonnent avec sa communauté. Une autre manière de capitaliser sur son influence est de la mettre à profit afin de créer et développer sa propre marque/son propre business, ce que j'observe de plus en plus.

## **Qu'est-ce qui vous motive à orienter votre talent et savoir-faire à destination de l'Afrique ?**

"L'Afrique est un continent en pleine effervescence, riche en talents et en opportunités avec une jeunesse



dynamique et une soif d'innovation. Je crois fermement que l'Afrique est le prochain grand terrain de jeu pour le marketing digital et notamment le marketing d'influence, et je veux contribuer à son essor, tout en mettant en lumière ses talents et ses entreprises locales.

### **Et si on revenait sur ces anecdotes qui ont marquées vos premiers pas en Afrique ?**

"Mon arrivée en Afrique a été marquée par des rencontres inoubliables et de belles découvertes culinaires. On m'avait dit qu'il fallait absolument que je mange un poisson braisé-attieké si j'allais en Côte d'Ivoire, c'est donc ce que j'ai fait à peine sortie de l'aéroport. Je suis partie dans un restaurant près de chez moi et j'ai mangé l'un des meilleurs poissons de ma vie. Depuis j'ai découvert pleins d'autres spécialités aussi délicieuses les une que les autres mais celle là reste toujours l'une de mes préférées. Ce restaurant fait aujourd'hui parti des clients de Trenderz, la patronne est devenue une amie et je suis ravie de pouvoir contribuer à sa croissance.

### **Dans vos différentes actions qu'est-ce que vous apportez aux chefs d'entreprises ?**

"Nous leur offrons une perspective unique sur le marketing d'influence en Afrique, en leurs permettant de réaliser des partenariats réguliers et non rémunérés avec des influenceurs sélectionnés, qui créeront et

publieront du contenu pour leur entreprise. Ce qui aura pour conséquence de booster leur visibilité et attirer de nouveaux clients. De plus, nous sommes conscients que mettre en place une stratégie de marketing d'influence efficace demande du temps et des compétences qui sont difficile à trouver, nous leur offrons donc une solution simple, efficace et actionnable rapidement complétée par un accompagnement personnalisé notamment dans la création de leur campagne d'influence ainsi que dans la gestion de leurs partenariats."

### **Quelle est la valeur ajoutée de votre application Trenderz dans la mise en relation entre les entreprises et les influenceurs qualifiés ?**

"Trenderz ne se contente pas de mettre en relation entreprises et influenceurs, c'est avant tout une application qui rend le marketing d'influence accessible à toutes les entreprises locales en Afrique, en se spécialisant dans les collaborations de dotation (échange de produits ou services). De plus, Trenderz simplifie et optimise les collaborations avec les influenceurs. En quelques clics, une entreprise peut créer une campagne d'influence sur notre application qui sera diffusée automatiquement auprès de notre réseau de plus de 2000 influenceurs qualifiés. Permettant ainsi à ces entreprises de réaliser un nombre illimité de collaboration. Mais ce n'est pas tout, avec Trenderz, il ne s'agit pas seulement de "





de visibilité. Il s'agit de créer une véritable connexion. Les entreprises peuvent ainsi non seulement augmenter leur notoriété, mais aussi renforcer leur engagement avec leur public. Et pour moi, le plus beau dans tout cela, c'est de voir ces collaborations naître et prospérer, aidant les entreprises locales à grandir et à rayonner durablement. C'est ça, la valeur ajoutée de Trenderz."

### **Qu'entendez-vous par influenceurs qualifiés ?**

Un influenceur qualifié n'est pas forcément quelqu'un avec de nombreux abonnés, ce qui est selon moi un critère secondaire. C'est une personne qui a une véritable connexion avec sa communauté, qui comprend son public et qui crée un contenu authentique et de qualité. Ce que nous regardons en priorité est donc l'engagement de son audience, la qualité et la cohérence de ses contenus.

### **Est-ce possible pour un chef d'entreprise qui dans une perspective de développer sa marque se passe des services d'un influenceur qualifié ?**

"C'est possible, mais dans le paysage médiatique actuel, le marketing d'influence va grandement amplifier la portée et la crédibilité d'une marque. Sans compter qu'il s'agit d'une stratégie d'acquisition très efficace et à fort retour sur investissement. Ignorer cette stratégie est un réel désavantage compétitif. C'est prendre le risque de rester à la traîne par rapport à ses concurrents qui auront saisi cette opportunité afin de se démarquer et se développer. Selon moi, dès lors qu'une entreprise génère du revenu, elle devrait allouer 5% de ce revenu en marketing. Et le marketing d'influence et la publicité sur les réseaux sociaux sont les canaux à envisager en priorité, surtout pour commencer.

### **Et si on revenait sur votre parcours ?**

Après un Master en Psychologie du Travail, j'ai exercé pendant 10 ans dans les Ressources Humaines principalement pour des grands groupes internationaux tels qu'Estée Lauder ou encore Kingfisher. A 25 ans, Je me suis lancée en parallèle dans l'aventure entrepreneuriale créant un service d'accompagnement en investissement immobilier, ma première grande passion. J'ai quitté le monde corporate en 2018, j'ai passé un MBA en marketing digital pour m'aider à créer et développer une marque 100% en ligne en France puis en Côte d'Ivoire. Chaque étape, qu'il s'agisse de mes études, de mon expérience en entreprise ou entrepreneuriale, mon installation en Côte d'Ivoire ou de la création de Trenderz, a été guidée par ma grande curiosité, ma passion pour la connexion humaine et l'innovation.

### **C'est quoi le déclic qui vous pousse à fonder Trenderz ?**

"Le déclic a été une combinaison de ma précédente expérience entrepreneuriale en Côte d'Ivoire et de conversations avec des entrepreneurs locaux. En effet, j'ai pu expérimenté la complexité de mettre en place soi-même des campagnes d'influence car aucune solution simple et peu coûteuse n'existait. Entre la

**GAMME CARIMO METISS GM**

55.000 CFA

COMMANDEZ MAINTENANT  
675130130 - 690500400 - 671828080

L'audace d'être soi!



sélection des influenceurs, la prise de contact, la négociation, l'organisation, le suivi, ..., c'est très fastidieux. J'ai donc eu une prise de conscience du potentiel inexploité du marketing d'influence sur le continent et j'ai réalisé que je pouvais proposer une solution accessible et efficace tout en soutenant les entreprises et talents locaux."

### **Au bout de 7 mois d'existence, quels sont les sentiments qui vous animent ?**

"Je ressens un mélange d'excitation, de gratitude et de détermination. Chaque jour, je suis émerveillée par les histoires d'impact que Trenderz permet de créer, et cela me motive à pousser encore plus loin. De plus, je ne cesse d'être impressionnée par les talents africains aussi bien des membres de l'équipe Trenderz que de

nos créateurs de contenu qui font preuve d'une créativité et d'une implication hors norme. Et voir les résultats en progression de nos clients est une véritable récompense à ces derniers mois très chargés.

### **Quel est votre sentiment de l'activité d'influenceurs sur le continent noir ?**

"Je suis optimiste. L'Afrique regorge d'influenceurs talentueux et authentiques. Bien que le marché soit encore jeune, je vois une croissance rapide et une maturation dans la manière dont les influenceurs collaborent et monétisent leur contenu sans compter l'intérêt grandissant des marques. C'est une force montante. Les influenceurs africains ont une voix unique, une passion palpable et une capacité à connecter qui est incomparable."

**CONSUMEZ RESPONSABLEMENT** 18+

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION - 4,8 % VOL.

# Avec IVOIRE on se laisse en ZOUJLOU

Deviens le meilleur Zouglouman !  
Inscris-toi au concours\* sur /ivoirebrassivoire

Infoline : 40907490

\*Certifié par UNIVERSAL MUSIC AFRICA

IVOIRE ZOUJLOU C'est !!

30 ans de ZOUJLOU se fête



# NBCI is Back



## Comment ça s'opère la mise en relation entre les chefs d'entreprises et les influenceurs qualifiés ?

"Grâce à Trenderz, la mise en relation est simplifiée. Après avoir téléchargé l'application Trenderz Pro et s'être inscrit, les entreprises n'ont plus qu'à créer dans l'application leur campagne d'influence auquel nos influenceurs qualifiés pourront directement postuler. Les entreprises gardent le contrôle total sur les profils avec lesquels elles souhaitent collaborer en acceptant ou refusant les demandes de collaboration directement sur l'application. Trenderz utilise une combinaison de technologie et d'expertise humaine pour s'assurer que chaque collaboration soit pertinente, authentique et bénéfique pour les deux parties."

## Est-ce un marché prometteur pour l'avenir en Afrique ?

"Absolument. L'Afrique est en plein essor, avec une population jeune et une adoption croissante des médias sociaux, le marketing d'influence est l'un des canaux les plus puissants pour toucher et engager le public africain. L'Afrique est prête à exploser en tant que marché majeur pour le marketing d'influence. Et le pourcentage d'entreprises africaines qui mettent en place cette stratégie croît d'année en année."

## Pourquoi avoir pris vos quartiers en Côte d'Ivoire pour l'implémentation et le déploiement du projet ?

"La Côte d'Ivoire, avec son mélange de cultures, son dynamisme économique et sa position stratégique en Afrique de l'Ouest, m'est apparue comme le point de départ idéal. De plus, Abidjan est un hub d'innovation, ce qui en fait le lieu parfait pour lancer une startup telle que Trenderz."

**BATIR.ci**  
L'ACTUALITÉ DU BTP ET DE L'IMMOBILIER EN CÔTE D'IVOIRE  
[www.batirici.ci](http://www.batirici.ci)

- Articles
- Interviews
- Reportages
- Normes de Construction
- Publicité
- Partenariat
- Annuaire PRO BATIRICI
- Emplois BTP

Mail : [contact@batirici.ci](mailto:contact@batirici.ci)





# SARA

By Afriland First Bank



# Votre Banque Avec vous, Partout !

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



 **Afriland First Bank CD**

*The First with Success*

Siège social : 707, Blvd de Njaba - BP. 39470 Kintona, Gambia

Tel : (+245) 99 99 999 - Call Free 8070

E-mail : [onlinebanking@afriandfirstbank.cd](mailto:onlinebanking@afriandfirstbank.cd)

Site : [www.afriandfirstbank.cd](http://www.afriandfirstbank.cd)





**Réinventer le développement et  
promouvoir le made in Africa**



# MADE IN AFRICA

DANS MA VALISE / INSIDE MY LUGGAGE

L'AFRIQUE est riche en ressources, et en énergie... et en talents. Son sous-sol est un trésor et son sol aussi. Elle dispose encore de 50 % des réserves mondiales de terres non cultivées ! L'Afrique est riche, mais ses citoyens sont pauvres. Elle est riche, mais encore dépendante d'un système hérité largement du modèle colonial et de son intégration dans l'économie mondiale. Elle exporte ce qu'elle ne consomme pas. Et elle importe ce qu'elle consomme – pour schématiser.

L'Afrique reste la région la moins industrialisée du monde, un seul pays sur l'ensemble du continent, l'Afrique du Sud, étant actuellement considérée comme industrialisée. Tout le monde s'accorde à reconnaître que cela doit changer, et nous pensons que c'est possible. Un changement fondamental dans la structure des économies des nations africaines est nécessaire. L'industrie, en particulier l'industrie manufacturière, devra représenter une part plus importante des investissements, de la production et du commerce à l'échelle nationale.

Il faut sortir de cette dépendance économique, violemment mise en relief par la crise de Covid-19. « On aurait pu promouvoir l'offre locale, mais on a préféré tout importer », déplore l'économiste togolais Kako Nubukpo, qui prône « des solutions endogènes de développement », comme la mise en place de

circuits courts entre producteurs et consommateurs. L'essor du made in Africa est impératif pour casser les logiques anciennes. L'industrialisation telle qu'elle est encouragée par des États (les parcs industriels d'Éthiopie) ou des conglomérats (Dangote Group, au Nigeria) est l'une des clés. Certains domaines d'activité sont particulièrement porteurs, comme l'agro-industrie, la pêche ou les énergies renouvelables. Autre clé : accentuer les efforts d'intégration régionale et continentale, pour agrandir la taille des marchés et des opportunités pour les entrepreneurs. Et pour que les États africains commercent entre eux, plutôt qu'avec La Défense ou Guangzhou. La création de la ZLECAf, à Niamey, le 7 juillet 2019, montre le long chemin à suivre.





Mais pour saisir ces occasions, il est impératif que tous les pays d'Afrique, individuellement et ensemble, s'engagent pleinement dans un programme de transformation industrielle qui reflète le rôle crucial de l'industrie dans le développement du continent. Il convient d'accorder la plus haute priorité à l'industrialisation dans le programme de développement socioéconomique.

On ne soulignera jamais assez l'importance de promouvoir des méthodes plus propres et plus efficaces en termes de ressources pour accroître la production manufacturière et de dissocier la croissance économique de la dégradation de l'environnement. Nous ne pouvons pas nier que l'un des effets secondaires de l'industrialisation a été son empreinte environnementale considérable. Aucun pays n'a encore totalement résolu la gestion des déchets, la purification de l'eau et la pollution. Toutefois, l'expérience montre que des interventions respectueuses de l'environnement dans les industries manufacturières peuvent être très efficaces et réduire considérablement la dégradation de l'environnement.

À mesure que les industries existantes en Afrique se développent, elles doivent utiliser les capacités technologiques actuelles pour atteindre une production industrielle plus propre. De nouvelles usines industrielles doivent être construites pour s'assurer que les modes de production sont durables. Le développement industriel ne doit pas porter atteinte à l'environnement, polluer l'air et l'eau ni produire des émissions nocives de gaz à effet de serre. La transformation des processus de production et des modèles commerciaux, associée à un choix judicieux des technologies, apportera des solutions aux redoutables défis environnementaux de notre époque. De plus, il est dans l'intérêt des entreprises de s'engager dans des modes de production durables, car cela réduit le gaspillage des ressources coûteuses et contribue à accroître la compétitivité.

L'Éthiopie est un exemple montrant comment l'industrialisation peut créer des emplois et améliorer



[rhumsanaga.com](http://rhumsanaga.com)

[@contact@rhumsanaga.com](mailto:@contact@rhumsanaga.com)







les moyens de subsistance sans nuire à l'environnement. Selon Lelise Neme, Commissaire de la Commission éthiopienne d'investissement et ancienne Directrice générale de l'Ethiopia Industrial Parks Development Corporation, le Gouvernement a investi près de 1,3 milliard de dollars dans la construction d'une douzaine de parcs industriels. Ceux-ci ont attiré de grandes entreprises de Chine, d'Inde, de la République de Corée, du Sri Lanka, de la Province chinoise de Taïwan et ont créé plus de 50 000 emplois permanents dont 85 % sont occupés par des femmes.

La venue de la ZLECAF depuis 2021 a permis d'ouvrir de nouvelles possibilités en développant le commerce intra-africain et en favorisant un environnement susceptible d'intéresser des investissements étrangers directs sur le continent. Il y a aussi la perspective de voir une grande partie des 100 millions d'emplois à forte intensité de main-d'œuvre quitter la Chine et être délocalisés dans les pays africains.

Les pays africains devraient adopter une approche globale de la politique industrielle, en mettant en œuvre des stratégies d'industrialisation claires et propres qui favorisent des possibilités économiques équitables et tiennent compte de l'urgence de la lutte contre la crise climatique.

L'ONUDI et d'autres entités multilatérales et régionales travaillent avec les gouvernements africains ainsi qu'avec des entreprises du secteur privé pour promouvoir une industrialisation durable avec des initiatives dans des domaines comme le transfert de technologie, le développement de la chaîne de valeur agroalimentaire, les énergies renouvelables et le développement de zones économiques spéciales et de parcs industriels.





# IMPRIMERIE / BRODERIE GRAVURE / INFOGRAPHIE



## Livraison et Expédition

# Aux frais du client

## GRILLE DE PRIX

FLYERS (100 )

**10000F.cfa**

PLAQUETTE

**1500F.cfa**

## CARTES DE VISITE

Impression Recto non plastifiée :  
avec découpe bout arrondi

**100 cartes**

**3500F.cfa**

Impression Recto plastifiée :  
avec découpe bout arrondi

**100 cartes**

**5000F.cfa**

TASSES à partir de

**2500F.cfa**

SHOPPING BAG

**1500F.cfa**

Gourdes personnalisées

350ml à

**3500F.cfa**

500 ml

**5000F.cfa**

750ml

**6500F.cfa**

**etc...**



Douala village premier danger  
Ecole le Corail ( Immeuble  
residence Djomo)



690 81 54 40  
679 82 40 66



690 81 54 40  
656 48 06 88



# VALEURS AJOUTÉES

le Mag des Entreprises



## Business Angels

Une source de financement  
new look pour les  
femmes entrepreneurs

## Gros plan

Sur les sources de  
financement disponibles

## Analyse

Les pays africains améliorent - ils  
leurs accès au financement  
Le cas du Cameroun

# CRISE DE FINANCEMENT DES STARTUPS AFRICAINES ET SURLIQUIDITE DES BANQUES