

Guide de l'Entrepreneur Digital

Bénin



1ère édition - 2023

Sommaire

| | |
|---|-----------|
| Remerciements | 8 |
| Glossaire | 9 |
| Préface | 21 |
| État des lieux des startups en Afrique et au Bénin | 23 |
| 1. Comprendre l'entrepreneuriat numérique | 34 |
| 1.1 Introduction à l'entrepreneuriat numérique | 34 |
| 1.2 Importance et défis de l'entrepreneuriat numérique au Bénin | 37 |
| 2. Focus sur l'entrepreneur digital : valeurs, mindset et leadership | 40 |
| 2.1 Valeurs, mindset et aptitudes clés à adopter en tant qu'entrepreneur | 40 |
| 2.2 Entrepreneuriat digital et leadership | 41 |
| 3. De l'idée à la startup : les niveaux de maturité d'une startup digitale | 44 |
| 3.1 L'idéation et la validation de l'idée | 44 |
| 3.2 Le pré-amorçage ou la création | 53 |
| 3.3 L'amorçage | 56 |
| 3.4 La croissance ou Scaling | 61 |
| 3.5 L'expansion | 63 |
| 3.6 Étude de cas : Focus sur deux entrepreneurs en croissance ! | 73 |
| 4. Formalisation et volet juridique | 80 |
| 4.1 Choisir la bonne structure juridique ¹⁵ | 80 |
| 4.1.1 Le statut de l'entrepreneur | 81 |
| 4.1.2 Le commerçant personne physique, entreprise individuelle ou établissement | 81 |
| 4.1.3 La société | 83 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.2 | Le processus de formalisation..... | 85 |
| 4.2.1 | La création en ligne facilitée | 86 |
| 4.2.2 | Le choix de la structure juridique et les statuts-types..... | 86 |
| 4.2.3 | Les pièces requises pour la formalisation | 87 |
| 4.2.4 | Les coûts de la procédure | 88 |
| 4.2.5 | L'obtention des documents et actes | 88 |
| 4.3 | Les obligations légales et réglementaires | 89 |
| 4.3.1 | Les obligations comptables..... | 89 |
| 4.3.2 | Les obligations fiscales | 90 |
| 4.3.3 | Les obligations sociales | 91 |
| 4.4 | Les facilités et incitations disponibles pour les entreprises digitales | 92 |
| 4.4.1 | La loi n° 2020-03 du 20 mars 2020 portant promotion et développement des micro, petites et moyennes entreprises (MPME) | 92 |
| 4.4.2 | L'Agence pour le Développement des Petites et Moyennes Entreprises (ADPME)..... | 94 |
| 4.4.3 | Le Code Général des Impôts (CGI) du Bénin | 95 |
| 4.5 | Lumière sur le décret portant modalités d'octroi du label startup aux micro, petites et moyennes entreprises | 95 |
| 4.5.1 | La mise en place du cadre réglementaire | 96 |
| 4.5.2 | Le rôle du comité technique | 96 |
| 4.5.3 | Les avantages et facilités offerts par le label..... | 97 |
| 4.6 | Le Code du Numérique : comprendre le cadre légal et réglementaire | 98 |
| 4.7 | La protection des données personnelles :comprendre et se conformer à la réglementation sur les données personnelles..... | 101 |
| 4.8 | La protection de la propriété intellectuelle dans une startup | 103 |
| 4.9 | Gestion juridique de la startup : ce que vous devez savoir | 108 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 5. | Les métiers de la startup digitale | 113 |
| 5.1 | Introduction aux métiers de la startup digitale | 113 |
| 5.1.1 | Le paysage évolutif des compétences numériques | 113 |
| 5.1.2 | L'intégration des métiers du numérique dans les startups | 114 |
| 5.1.3 | Les défis et opportunités du paysage numérique | 118 |
| 5.1.4 | Les startups comme catalyseurs d'opportunités | 119 |
| 5.2 | Stratégies de recrutement et de fidélisation d'une équipe solide ³¹ | 120 |
| 5.2.1 | L'attraction | 120 |
| 5.2.2 | Le recrutement des talents | 121 |
| 5.2.3 | La fidélisation | 122 |
| 5.2.4 | Les nouvelles attentes des employés en 2023 ³² | 125 |
| 5.3 | Management Agile d'une équipe digitale | 126 |
| 5.4 | Répertoire des profils de métiers et formations : un guide pratique pour les startups | 129 |
| 5.5 | Promouvoir l'égalité des genres dans les startups numériques : défis, conseils pratiques et intégration d'une approche genre | 137 |
| 6. | Financement de la startup digitale | 143 |
| 6.1 | Diagnostiquer le besoin réel de financement | 143 |
| 6.1.1 | Besoin de financement vs besoins de structuration et de process | 144 |
| 6.1.2 | Le timing du besoin de financement | 145 |
| 6.1.3 | Lier les objectifs de croissance de la startup à ses besoins de financement | 145 |
| 6.1.4 | Analyser les besoins opérationnels et les coûts prévus | 146 |
| 6.2 | Comment se préparer au financement ? | 147 |
| 6.2.1 | Comprendre le fonctionnement des institutions de financement | 147 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 6.2.2 | Connaître le jargon financier | 147 |
| 6.2.3 | Préparer un dossier de financement impeccable | 148 |
| 6.2.4 | Devenir un as de la négociation | 149 |
| 6.2.5 | Être préparé à entendre « Non » | 150 |
| 6.3 | Le cycle de financement d'une startup : guide pratique complet sur les étapes, les obligations fiscales, la documentation requise et les types de financement disponibles | 151 |
| 6.3.1 | Les obligations comptables, fiscales et sociales | 153 |
| 6.3.2 | La documentation requise | 153 |
| 6.3.3 | Les types de financement disponibles | 155 |
| 6.4 | Fondamentaux de la gestion financière pour une startup | 161 |
| 6.5 | Gérer ses finances personnelles avec succès | 165 |
| 6.6 | La due diligence expliquée | 168 |
| 6.7 | Comprendre et mettre en place une data room | 171 |
| 7. | Structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat digital | 177 |
| 7.1 | Le rôle des SAEI | 177 |
| 7.2 | Comment choisir la bonne structure d'accompagnement | 179 |
| 7.3 | Liste de Structures d'Accompagnement de l'Entrepreneuriat Innovant (SAEI) focus sur le digital | 181 |
| 7.4 | Opportunités et programmes de soutien pour les entrepreneurs du digital | 188 |
| 8. | Innovation et créativité au cœur de la réussite des startups | 194 |
| 8.1 | Comment favoriser l'innovation et la créativité dans une startup | 194 |
| 8.2 | Importance de l'innovation et de la technologie dans le développement d'une startup | 196 |
| 8.3 | Importance de l'optimisation de l'expérience utilisateur et de l'interface utilisateur (UI/UX) des solutions proposées par les startups du numérique | 200 |

| | | |
|-----------------|---|------------|
| 9. | Branding, marketing et vente | 205 |
| 9.1 | Importance de la marque..... | 205 |
| 9.2 | Comment construire et maintenir une marque forte | 205 |
| 9.3 | Marketing en ligne efficace | 206 |
| 9.4 | Utilisation des réseaux sociaux pour communiquer et vendre | 206 |
| 9.5 | Le growth hacking : accélérer la croissance de sa startup digitale..... | 207 |
| 9.6 | Maîtriser les techniques de closing : comprendre le processus de conversion et convertir les prospects en clients | 209 |
| 9.7 | Les incontournables pour réussir la présence en ligne de votre startup : conseils et astuces ! | 212 |
| Annexe 1 | | 217 |
| Annexe 2 | | 221 |
| Annexe 3 | | 245 |
| Annexe 4 | | 252 |
| Annexe 5 | | 256 |

Remerciements

Le Centre de Transformation Digitale voudrait remercier l'équipe de consultants qui a élaboré le guide : le cabinet T-Ventures représenté par [Yacine Bio Tchané](#), [Dr. Julien Coomlan Hounkpe](#), [Steve Hoda](#), [Mahiédine Moussaoudou](#) et [Babatoundé Djamiou Ohounko](#). Nos remerciements vont également à l'endroit de tous les acteurs de l'écosystème qui ont contribué d'une manière ou d'une autre à la pertinence et à la qualité de ce document : les startups et entreprises du numérique, les SAEI, les opérateurs de téléphonie mobile, et les experts du secteur. Enfin, au Ministère du Numérique et de la Digitalisation qui a répondu présent à toutes les étapes de ce processus, nous exprimons notre reconnaissance.

Glossaire

AARRR : acronyme des 5 étapes qui modélisent le cycle de vie client ou utilisateur d'une startup : l'Acquisition, l'Activation, la Rétention, la Recommandation et le Revenu.

AB Testing : technique utilisée pour mesurer l'impact du changement d'une variable sur l'atteinte d'un objectif (clic, validation, remplissage d'un formulaire, etc.). Au sens strict, un test A/B permet de tester 2 versions d'une même variable.

Accélérateur : programme d'accompagnement à l'entrepreneuriat pour des startups en phase de démarrage et qui leur offre l'accès à du mentorat, à des investisseuses et investisseurs, et à d'autres formes de soutien pour les aider à devenir stables et autonomes.

Accord de partenariat : contrat décrivant le pourcentage de propriété de chaque partenaire, la répartition des bénéfices, la responsabilité financière en cas de pertes, les dispositions relatives à la sortie d'un partenaire et à la dissolution de la startup.

Acquisition : décrit l'action d'attirer et de s'assurer de l'enregistrement de nouveaux utilisateurs ou clients pour son produit ou son service.

Actifs : tout ce que la startup possède et qui peut être converti en liquidités pour payer les dettes ; généralement classé par ordre de liquidité dans la partie droite du bilan comptable.

AIB (Acompte sur Impôt sur les Bénéfices) : impôt retenu à la source par le consommateur ou acheteur sur des importations, achats et prestations de services. Il est exigible le 10 du mois suivant et son taux peut être de 1% (import), 3% (services) ou 5% pour des contribuables qui ne disposent pas de numéro IFU. L'AIB à verser = AIB collecté - AIB déduit.

Amorçage (seed) : financement du début d'activité, lorsque la startup ne génère pas encore de revenu significatif.

Audience : groupe d'utilisateurs intéressés par une startup, ses produits ou ses services, sans intention d'achat ou de gain.

Autofinancement : financement des investissements d'une startup qu'elle génère par son activité, c'est-à-dire grâce à une partie de ses bénéfices et ce, sans lever de fonds.

Avantage concurrentiel durable : avantage qui permet à une startup de continuer à offrir plus de valeur à ses clients et de générer des bénéfices continus.

Bénéfice : l'argent gagné en fournissant aux clients un produit ou un service. Il s'obtient en soustrayant les coûts des recettes.

Big data : large base de données composée de messages envoyés, vidéos publiées, informations climatiques, signaux GPS, transactions d'achats en ligne, etc.

Bilan : état financier qui décrit la situation financière d'une startup à un moment précis, généralement à la fin d'une période comptable.

Bootstrap : désigne la création d'une startup à partir de zéro ou l'aide à la création d'une nouvelle startup.

Brainstorming : méthode de résolution de problèmes en groupe qui implique l'apport spontané d'idées et de solutions créatives.

Branding : processus consistant à créer une image forte et positive de la marque d'une startup, de ses produits ou de ses services dans l'esprit du client en combinant des éléments tels que le logo, le design, la déclaration de mission et un thème cohérent dans toutes les communications marketing.

Budget : dépenses planifiées par catégories.

Budgétisation : processus de planification des dépenses.

Burn-down chart : graphique utilisé pour suivre l'avancement d'un Sprint (horizon court terme).

Burn-up chart : graphique utilisé pour suivre l'avancement d'une Release (horizon moyen ou long terme).

Business angel : (investisseur providentiel) investisseur qui soutient financièrement une startup dont le projet lui paraît innovant et à fort potentiel de croissance.

Business model : représentation synthétique des principaux aspects de la création de valeur d'une organisation : objectifs, offres, stratégies, ressources et moyens déployés.

Business plan : document détaillé préparé par une startup pour expliquer ses objectifs avec une focale sur les prévisions financières.

C-Level : correspondant au mot « chief » (directeur), le plus haut niveau de la hiérarchie dans une startup.

Capital : l'investissement financier nécessaire au démarrage et/ou à l'exploitation d'une startup. Dans le cadre d'une dette contractée auprès d'une institution financière, il s'agit du montant du prêt, sans compter les intérêts.

Capitaux propres : l'investissement initial de chaque propriétaire plus les bénéfices moins les retraits.

Chaîne de valeur : conceptualisé par Michael Poter, elle met en exergue les activités permettant à une startup de se différencier de manière durable, afin de développer son unique proposition de valeur.

Chiffre d'affaires (CA) : total des gains d'une startup tiré de la vente de ses produits et services sur une période donnée (semaine, mois, trimestre ou année). Il varie selon la taille et le stade de développement de l'entreprise.

Closing : processus qui consiste à obtenir l'engagement d'un client potentiel à acheter votre produit, service ou startup (fusion et acquisition).

Comptabilité : système permettant de documenter, d'enregistrer et de rapporter toutes les transactions financières afin de dresser des états financiers.

Compte de résultat : résumé des recettes moins les dépenses d'une startup pour une période donnée (mois, trimestre ou année).

Contrôles internes : méthodes comptables conçues pour promouvoir l'efficacité, protéger les actifs et découvrir et éviter les fraudes ou les erreurs.

Coût d'acquisition : mesure l'efficacité et la rentabilité des campagnes marketing. Il permet également de comparer les performances économiques des campagnes.

Coûts fixes : coûts courants de la startup qui font l'objet d'un contrat ou d'un accord, tels que les salaires, les assurances, les frais de location et les services publics.

Crédit : accès aux ressources de dépenses sur la base de votre promesse de paiement.

Crowdfunding : outils et méthodes de transactions financières via des plateformes en ligne qui font appel à un grand nombre de personnes pour le financement d'un projet (ex: capital, avance, don, etc.).

CTR : Le taux de clics est une méthode pour déterminer l'efficacité d'une campagne publicitaire en fonction du nombre de clics sur les annonces et du nombre de pages vues.

Daily Meeting / Stand-Up Meeting : réunion quotidienne de moins de 15 minutes permettant à une Dev Team de se synchroniser, d'identifier les obstacles éventuels et de mesurer son avancement sur le Sprint en cours.

Débit : coût, dépense ou dépréciation imputé aux actifs pour établir la valeur actuelle d'un actif ou d'une startup.

Dépenses : coûts liés à l'activité de la startup, par exemple les salaires, les assurances, les loyers et les impôts.

Dépréciation : perte de valeur au fil du temps ; utilisée pour enregistrer la valeur des actifs de la startup, tels que les équipements, qui devront être remplacés à terme.

Design sprint : processus de création reposant sur une contrainte temporelle, en principe cinq jours, au cours desquels sont mises en œuvre les cinq étapes du design thinking.

Design thinking : approche de conception de solutions innovantes pour les utilisateurs finaux en ayant à l'esprit un seul énoncé de problème.

Dette : devoir ou obligation de payer de l'argent, livrer des biens ou rendre un service. L'utilisation de la dette pour financer les activités d'une startup implique le remboursement du principal et d'intérêts. L'intérêt payé sur les dettes pouvant être inscrit au passif en tant que dépense, la dette est normalement la source de financement à long terme la plus économique.

Dev Team : désigne l'équipe de développement qui réalise un produit.

Développeur back-end : il travaille principalement sur le back-office ainsi que sur tous les éléments d'un projet web qui sont « invisibles » (mais indispensables) lorsque l'on navigue sur un site Internet.

Développeur front-end : il rend les sites Internet ergonomiques et accessibles pour les internautes en développant une interface claire, rapide et facile à utiliser.

Digitalisation : procédé qui vise à transformer des processus traditionnels, des objets, des outils ou encore des professions par le biais de technologies digitales afin de les rendre plus performants.

Domaine fonctionnel : segment opérationnel d'une startup (ex: fabrication ou ventes).

Early stage : phase de croissance d'une startup qui suit l'amorçage et se situe au début du développement, lorsque le chiffre d'affaires commence à avoir une certaine « traction ».

Facture : document qui présente les coûts des produits ou services vendus ou achetés.

Flux de trésorerie : cycle de sortie et d'entrée d'argent d'une startup.

Garantie : actifs de la startup pouvant être utilisés pour garantir un prêt. Promesse de l'emprunteur de rembourser un prêt dans son intégralité, plus les intérêts.

Go to market : stratégie de structuration et d'organisation du lancement ou de la mise sur le marché d'un produit ou d'un service, en optimisant à la fois les ressources internes et externes de la startup (et l'expérience client), afin de s'assurer le succès.

Grand livre : liste de toutes les transactions financières enregistrées dans le cadre des opérations d'une startup.

Growth Hacking : ensemble de techniques de marketing, souvent d'acquisitions digitales, permettant d'accélérer rapidement et significativement la croissance de son chiffre d'affaires.

Hypothèses sous-jacentes : faits ou conditions utilisés pour étayer une décision.

Impôt sur les startups : impôt obligatoire pour les startups de CA supérieur à 50 millions CFA. Il est de 30 % du bénéfice (ventes ou

prestations - charges dont certaines sont déductibles). Il s'étale en 4 acomptes : 10 des mois de mars, juin, septembre, décembre et le solde le 30 avril de l'année suivante. Le montant minimum de l'IS varie entre 200 000 CFA et 500 000 CFA.

Incubateur : structure qui accompagne le lancement, de l'idée à la phase d'amorçage, d'une startup et en favorise la croissance rapide.

Innovation : l'introduction sur le marché d'un produit ou d'un procédé nouveau ou significativement amélioré par rapport à ceux précédemment élaborés par l'unité légale.

Investissements à long terme : actions, obligations et comptes d'épargne spéciaux que l'on prévoit de conserver pendant au moins un an.

Itération : processus en programmation informatique dans lequel un ensemble d'instructions ou de structures est répété dans une séquence un nombre spécifié de fois ou jusqu'à ce qu'un objectif fixé soit atteint.

ITS (Impôt sur les Traitements et Salaires) : impôt progressif à retenir à la source car dû par le salarié. Pour un salaire dans la fourchette de 60 001 à 500 000 F, l'ITS va de 10% à 30%.

Kanban : méthode basée sur le management visuel des tâches.

Label startup : document institutionnel qui servira de « passeport » pour accéder à toutes les facilitations que l'état met à disposition des startups sur la base de critères bien définis.

Levée de fonds : technique de financement qui consiste à faire entrer des investisseurs (investisseurs providentiels, fonds de capital-risque, fonds d'investissement) dans le capital social d'une startup.

Licorne : startup qui dépasse le milliard de dollars de valorisation, et qui de ce fait, concentre l'essentiel de la rentabilité des investisseurs.

Ligne de crédit : montant de crédit pré-approuvé ; souvent un actif commercial utile.

Love money : financement de sa startup par ses proches (parents, amis, collègues).

Management agile : méthode de gestion des organisations basée sur des valeurs telles que la réactivité, la prise de décision rapide, la flexibilité, l'adaptabilité, l'intelligence collective des équipes, ainsi que le travail collaboratif et l'interaction.

Mapping : attribution à chaque objet d'un ensemble un objet particulier d'un autre ensemble (ou du même ensemble).

Marché cible : les clients qu'une startup vise à satisfaire.

Maturité : étape de la startup à laquelle la durée d'un investissement prend fin et où le principal et les intérêts sont dus à l'investisseur.

Méthode OKR : méthodologie utilisée pour définir et suivre (tracker) l'avancement des principaux indicateurs mesurables de succès d'une startup.

MRR : revenu récurrent issu des clients, hors revenus ponctuels (dits « one shot »).

MVP (Minimum Viable Product) : proposition de valeur minimale élaborée pour répondre à un besoin client et pouvoir prouver l'essence du service ou produit proposé avant d'investir dans de nouvelles fonctionnalités.

Net Promoter Score : indicateur qui permet de mesurer l'expérience client. Il mesure la force de recommandation des produits ou services d'une startup par ses clients.

Niche : sous-ensemble d'un vaste marché et qui constitue une opportunité ciblée adaptée aux forces et à la proposition de valeur d'une startup.

Obligation comptable : ensemble des règles légales et réglementaires applicables à la tenue des comptes d'une startup.

Obligation fiscale : montant de l'impôt qu'une startup ou un particulier doit payer sur la base des lois fiscales en vigueur.

Obligation sociale : ensemble des dispositions légales et réglementaires en lien avec le personnel des startups (contrat de travail à rédiger et à signer par les parties, immatriculation du personnel, paiement des taxes sociales par exemple).

Passif : finance les éléments de l'actif du bilan. Il regroupe à la fois les dettes de l'entreprise mais également ses capitaux propres et ses provisions pour risques et charges.

Patente : impôt dû par toute personne physique ou morale exerçant une activité professionnelle indépendante, et dans un but lucratif. Elle se base sur la valeur locative des bureaux, magasins, boutiques soumis à la Taxe Foncière Unique.

Persona : personnage imaginaire représentant une cible dans le cadre du développement d'un nouveau produit ou service.

Pivot : réorientation d'une startup lorsque la stratégie initiale ne fonctionne pas (nouveau business model, nouvelle cible client, utilisation de la technologie pour développer un autre produit, etc.).

Plan d'affaires : document préparé afin de déterminer la faisabilité technique (c'est-à-dire la mise en place du projet grâce à un ensemble adapté de méthodes, machines et équipements précis) et la viabilité financière (c'est-à-dire le profit à obtenir) d'activités ou de transactions commerciales planifiées.

Point d'équilibre : moment où une startup commence à faire des bénéfices.

Politiques de crédit : calendrier de paiement et les pénalités que vous établissez pour votre startup.

Product Backlog : liste ordonnancée (priorisée) des besoins (généralement formulés sous forme de User story) du projet.

Product Market fit : rencontre et accord parfait entre un produit et son marché prouvant une évidence d'achat.

Product Owner : représentant des utilisateurs qui portent la vision du produit que l'on souhaite réaliser dans le cadre du projet.

Produit : articles, objets, biens, services proposés sur le marché par une startup.

Proof Of Concept : travail préalable démontrant la pertinence d'une solution proposée avant son adoption.

Proposition de valeur : valeur créée pour le client cible ou le problème que résout une solution pour le client.

Prototype : un échantillon, un modèle ou une version préliminaire d'un produit construit pour tester un concept ou un processus.

Références : contacts personnels ou professionnels qui se portent garants de votre compétence professionnelle, de votre honnêteté et de votre solvabilité.

Release : nouvelle version du produit, livrée aux utilisateurs. Elle est le fruit de plusieurs Sprints.

Rendement : gains sur l'investissement, souvent exprimés en pourcentage.

Roadmap : désigne un document physique ou virtuel, qui décrit de manière plus ou moins détaillée le ou les buts à atteindre pour une startup, un département ou un individu.

SaaS (Software as a Service) : service en ligne qui ne nécessite pas d'installer une application sur son ordinateur et généralement payant par abonnement.

Scalabilité : capacité d'un produit, d'un logiciel ou d'une application à s'adapter aux fluctuations de la demande et du marché, tout en conservant ses fonctionnalités de base.

Scale-up : changement d'échelle d'une startup, grâce à une stratégie d'accélération de la croissance, en particulier à l'international.

Scrum : méthode de travail utilisée dans le développement de logiciels et conçue pour des petites équipes de développeurs (3 à 9 personnes) qui coordonnent leur travail et le décomposent en actions complétées dans des sprints (30 jours ou moins) et dont les progrès sont suivis quotidiennement.

Scrum Master : garant du respect du cadre méthodologique Scrum, il a également un rôle de coach vis à vis de la Dev Team et du Product Owner afin d'aider ces derniers à jouer pleinement leur rôle.

Scrum Team : rassemble la Dev Team, le Product Owner et le Scrum Master.

SEO : ensemble de méthodes qui permet à un site web d'être trouvé et classé en bonne position par les moteurs de recherche.

Série A : deuxième stade de développement d'une startup qui regroupe des structures de 7 à 20 collaborateurs.

Série B : stade avancée de développement d'une startup caractérisé par une croissance très rapide et des levées de fonds de plusieurs milliards de francs CFA.

SMART : acronyme pour Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste et Temporel. Ces critères permettent d'établir des buts et objectifs idéaux pour la gestion d'une startup.

Sprint : intervalle de temps court (1 mois maximum), pendant lequel la Dev Team va concevoir, réaliser et tester de nouvelles fonctionnalités.

Sprint Retrospective : réunion de la Scrum Team ayant pour but de tirer les leçons du Sprint réalisé afin de les mettre au profit des Sprints suivants.

Sprint Review : réunion de travail qui consiste à présenter aux parties prenantes les fonctionnalités terminées au cours du Sprint afin de recueillir leurs feedbacks, et à faire le point sur l'avancement global du projet.

Startup : jeune entreprise innovante, notamment dans le secteur des nouvelles technologies, avec un fort potentiel de croissance.

Startup studio : startup dont la mission est de lancer de nombreuses startups dans une logique de répétition voire d'industrialisation.

Statuts : document juridique décrivant la forme juridique de la startup, son mode de fonctionnement, sa structure et les plans de sa dissolution, le cas échéant.

Stratégie concurrentielle : ensemble des moyens mis en œuvre pour dominer le marché et disposer d'avantages ou de valeur unique aux yeux de ses clients par rapport à ses concurrents.

Structure des coûts : élément important pour assurer la viabilité financière d'une startup, elle est déterminée par tous les coûts (fixes et variables) nécessaires pour concevoir et vendre un produit ou un service.

Structure juridique : ensemble des règles qui entourent l'organisation et l'exercice d'une activité en startup.

Support client : service d'assistance à la clientèle dont la mission est de résoudre les problèmes et le service après-vente.

Tableau des flux de trésorerie : indique les entrées et sorties de fonds réels de la startup au cours d'une période définie.

Tableau récapitulatif : formulaires d'information financière utilisés pour documenter les dépenses, l'amortissement ou d'autres dépenses de la startup.

Talent : aptitude particulière à faire quelque chose ou personne douée en une activité.

TPS (Taxe Professionnelle Synthétique) : impôt obligatoire uniquement pour les startups individuelles ayant le statut juridique d'« établissement » et de CA annuel inférieur à 50 millions CFA. Son taux est de 5% du CA avec un minimum de 10.000 FCFA. Il est payable en deux acomptes le 10 février et le 10 juin, avec un solde le 30 avril de l'année suivante.

TVA (Taxe sur la valeur ajoutée) : impôt qui pèse sur les particuliers, consommateurs finaux d'un produit ou d'un service. Il est obligatoire et payable le 10 du mois suivant les opérations concernées pour des startups dont le CA est supérieur à 50 millions CFA. Son taux est de 18% du CA. La TVA à verser = TVA collectée - TVA déductible.

User Story : technique qui permet de formaliser synthétiquement les besoins sans perdre de vue l'essentiel : le besoin concerne QUI, en QUOI il consiste et dans quel BUT.

UX (User Experience) : regroupe les émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l'utilisation d'un produit ou service.

Valeur de la marque : reconnaissance de la marque ou amélioration du point de vue du prix.

Valeur nette ou capital : capitaux propres du propriétaire d'une startup; actif = passif + valeur nette.

Valorisation : processus d'évaluation séparée de chaque bien que possède la startup et des dettes et provisions pour risques et charges

inscrits à son bilan afin d'obtenir un actif net corrigé et réévalué. Elle peut aussi porter sur des actifs isolés, un fonds de commerce, des actions de SAS. Il existe plusieurs méthodes de valorisation (patrimoniale, comparative, etc.).

VC (Venture Capital ou capital-risque) : investissement de fonds en contrepartie de parts sociales, sans demande de garantie, à un stade de développement des startups où il est souvent difficile d'obtenir des prêts bancaires.

VPS (Versement Patronal sur Salaires) : impôt exigible sur la rémunération du salarié. Son taux s'élève à 4% du montant du salaire.

Préface

Pourquoi est-ce que les entrepreneurs du numérique ont du mal à passer d'une phase de développement à une autre de manière fluide et progressive ? L'une des réponses à cette question est le manque de connaissances, de compréhensions, de compétences et de perspectives dans l'écosystème numérique béninois.

Face au constat du faible développement des entrepreneurs numériques au Bénin, étayé par l'étude sur l'« **Etat des lieux de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin** », le Centre de Transformation Digitale (CTD) du Bénin ¹ vise à créer et renforcer les compétences des acteurs béninois de l'entrepreneuriat digital et numérique. C'est de la matérialisation de cette piste que naît le présent Guide. Son élaboration a mobilisé des expertises variées dans des sphères telles que la recherche dans le secteur du numérique, l'économie digitale, les ressources humaines, le marketing digital ou encore le financement et la levée de fonds. Ces expertises ont été mises à profit afin de proposer les définitions de concepts, les bonnes pratiques, les exemples de réussite et les conseils pour réussir un parcours d'entrepreneur du numérique dans le contexte béninois.

L'élaboration du présent guide a également bénéficié d'interactions diverses et d'apports enrichissants de la part d'acteurs de l'écosystème du numérique au Bénin, grâce notamment aux deux ateliers de co-construction de l'architecture et de la validation des contenus.

Le guide a pour vocation d'être un outil de portée intégrale qui couvre l'ensemble des phases qui marquent le parcours de l'entrepreneur du numérique, depuis l'idéation jusqu'à l'expansion. Il s'adresse aussi bien à ceux qui esquissent leurs premiers pas qu'aux entrepreneurs plus expérimentés qui aspirent à faire évoluer des offres et solutions déjà matures.

Il apporte des réponses aux questions fondamentales que se pose l'entrepreneur du numérique au Bénin à chacune des étapes de son parcours, et il renseigne quant aux formalités administratives, réglementaires et légales auxquelles doit se soumettre cet entrepreneur. Il partage les conseils idoines issus de bonnes pratiques qui permettraient à l'entrepreneur d'améliorer son savoir-être et son savoir-faire, de bâtir une réelle entreprise avec une vision, un plan d'action, un budget et une équipe solide, de se projeter dans l'avenir en toute confiance et avec plus de sérénité.

¹ Le CTD du Bénin est conçu avec le Ministère du Numérique et de la Digitalisation (MND). Le Gouvernement allemand souhaite ainsi accompagner la mise en œuvre de l'agenda numérique béninois. Le CTD Bénin appuie le renforcement des capacités organisationnelles et techniques des acteurs clés de l'écosystème numérique béninois en se fondant sur les besoins exprimés par ces derniers et sur le potentiel du secteur.

Après les propos liminaires, le guide se penche sur les premières ressources dont dispose l'entrepreneur du numérique : ses valeurs, son *mindset* (état d'esprit) et son leadership. Il présente également les niveaux successifs de maturité qui marquent la vie d'une entreprise numérique, avant d'aborder les aspects administratifs et juridiques de la création d'une startup en République du Bénin. Les différents métiers qui animent le quotidien de l'entreprise numérique, les modalités de son financement et l'écosystème des structures locales susceptibles de lui fournir un accompagnement, sont autant de clés destinées à éclairer l'entrepreneur quant au fonctionnement de la startup en activité. Les facteurs de succès que constituent le branding, l'innovation ou encore le marketing sont enfin abordés afin de guider l'entrepreneur du numérique vers la croissance et l'expansion.

Le guide intègre par ailleurs de nombreuses ressources destinées à illustrer les réalités présentées, mais aussi à équiper et inspirer l'entrepreneur du numérique afin de renforcer sa capacité à relever les défis qui marquent son parcours. La connaissance qui s'y trouve condensée provient d'expériences vécues, de recherches méthodiques et d'études effectuées sur la multitude de thématiques et d'aspects qui caractérisent l'entrepreneuriat numérique dans le contexte béninois.

Le Centre de Transformation Digitale tient à remercier les nombreux contributeurs dont les apports ont permis d'aboutir à ce guide. Il œuvre pour une vulgarisation élargie du guide à l'échelle du territoire national et auprès de la Diaspora béninoise afin de contribuer à alléger le parcours de l'entrepreneur du numérique, à encourager l'innovation et à renforcer ces jeunes pousses.

Aux entrepreneurs du numérique, le succès de votre entreprise dépend tout d'abord de votre niveau d'engagement personnel, de votre curiosité et de la volonté farouche de réussir, des qualités indispensables pour catalyser les trésors de connaissance fournis par ce guide. Toute l'équipe du Centre de Transformation Digitale souhaite plein succès à votre entreprise numérique.

État des lieux des startups en Afrique et au Bénin

L'écosystème des startups en Afrique est en pleine expansion, avec une croissance significative observée dans divers secteurs tels que l'agriculture, les transports, la fintech et le commerce électronique. En effet, on observe une augmentation constante des investissements sur le continent. Selon un article de TechCrunch datant de janvier 2023 et intitulé « **Comment les startups africaines ont levé des capitaux-risque en 2022** »², l'année 2022 a été une année record pour les startups africaines :

- ✓ Les startups africaines ont levé légèrement plus de capital-risque en 2022 qu'en 2021. Un des principaux moteurs de cette croissance est l'adoption de la dette d'entreprise ;
- ✓ Au premier semestre 2022, l'Afrique semblait défier le déclin mondial du financement par capital-risque après que ses startups aient levé 3 milliards de dollars, soit le double du montant sécurisé sur une période similaire l'année précédente ;
- ✓ Cependant, les transactions en actions sur le continent à la fin de l'année se situaient entre 4,8 et 5,4 milliards de dollars, selon les données de Briter Bridges, Partech et The Big Deal, avec de légères différences de pourcentage par rapport à leurs chiffres de 2021 ;
- ✓ Malgré les défis qui ont émergé au second semestre de l'année, 2022 a été une autre année de croissance pour l'Afrique en termes de financement total levé, de nombre de transactions et de nombre d'investisseurs impliqués ;
- ✓ La fintech reste le secteur le plus financé en Afrique, bien qu'elle ait été durement touchée par le ralentissement mondial du capital-risque. En 2021, les fintechs représentaient 62% du financement total par capital-risque levé par les startups sur le continent ; ce chiffre est tombé à 38% en 2022 ;
- ✓ Les entreprises du Big Four (Nigéria, Kenya, Égypte et Afrique du Sud) ont capté 75% de toute la valeur des investissements et du nombre de transactions ;
- ✓ Les équipes fondées uniquement par des femmes étaient responsables de 4,9% du financement total levé par les startups africaines en 2022. Lorsque ces entreprises ont au moins un co-fondateur masculin, ce chiffre passe à 9,7%.

² Tage, K-O (2023, 27 janvier). How African startups raised venture capital in 2022. Techcrunch

En février 2023, pas moins de 22 investissements ont été réalisés dans la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord). Les pays qui ont reçu le plus d'investissements comprennent l'Arabie saoudite, l'Égypte, les Émirats arabes unis, le Maroc, Bahreïn, le Yémen, Oman et l'Irak. Les secteurs qui ont bénéficié de ces investissements comprennent la fintech, l'e-commerce, la santé, la technologie, l'agritech, la logistique et le commerce social.

Malgré le dynamisme de l'écosystème des startups, l'Afrique fait face à des défis majeurs. Le continent ne compte que quelques licornes (entreprises valorisées à plus d'un milliard USD), ce qui est très faible par rapport aux États-Unis et à la Chine. De plus, le nombre d'investisseurs est limité, ce qui freine le développement des startups. Cependant, plusieurs structures d'appui à l'entrepreneuriat ont vu le jour en Afrique, notamment des incubateurs, des accélérateurs et des plateformes de mise en relation avec des investisseurs. Ces structures jouent un rôle crucial dans le soutien aux entrepreneurs, en particulier à ceux qui ont des difficultés à accéder à des investisseurs.

Il faut noter l'accord sur la Zone de Libre-Échange Continentale Africaine (ZLECAF) qui offre de nouvelles perspectives aux startups africaines, en créant le plus grand marché d'Afrique avec 1,2 milliard de consommateurs potentiels. Cependant, cela soulève également des défis en termes de réglementation et de liberté d'établissement.

En ce qui concerne le Bénin, le pays a affiché sa volonté de promouvoir le développement de l'économie numérique et de l'entrepreneuriat digital depuis 2016. Cependant, l'écosystème numérique, entrepreneurial et innovant du Bénin n'en est qu'à ses débuts et les entrepreneurs sont confrontés à d'énormes difficultés en matière de compétences et/ou de ressources humaines. Très peu d'écoles proposent des cursus sur l'entrepreneuriat, notamment digital, que ce soit en parcours initial ou en formation continue. De même, les compétences techniques pointues pour la croissance et le développement des startups sont souvent difficiles à trouver et/ou à retenir par les entrepreneurs. Malgré ces défis, le gouvernement du Bénin bénéficie du soutien des partenaires techniques et financiers dans la mise en place d'initiatives de soutien à l'écosystème entrepreneurial numérique.

Selon une étude menée par le Professeur Abdoukadre Ado de l'Université d'Ottawa au Canada, intitulée « **L'entrepreneuriat numérique durable au Bénin : Opportunités, défis et stratégies** »³, les entrepreneurs

❖ ³ Vers l'entrepreneuriat numérique durable au Bénin et en Afrique francophone de l'ouest et du centre

numériques sont confrontés à des défis tels que le manque de financement, le faible niveau de subventions pour la numérisation de l'agriculture et le besoin de formation. En effet, les principaux défis comprennent le manque de financement adéquat pour les startups et le faible niveau de subventions pour la numérisation de l'agriculture, ce qui rend coûteuse l'importation d'équipements agricoles numériques au Bénin et dans la région. Aussi, il existe un besoin de plus de formation pour les entrepreneurs numériques en herbe et un besoin de changement de mentalité envers l'agriculture parmi les jeunes. Cette étude met également en évidence l'avantage de premier arrivant du Bénin dans le domaine numérique, en particulier dans les secteurs de l'agriculture connectée et de la formation numérique. Cet avantage peut être maintenu à long terme si le pays continue à renforcer sa position en s'appuyant sur ses atouts en termes d'infrastructures numériques, d'expertise et de leadership. Cependant, au Bénin et plus généralement dans les pays francophones de l'Afrique de l'Ouest et Centrale, les opportunités d'entrepreneuriat numérique demeurent largement sous-exploitées, principalement en raison d'un manque de compréhension ou de capacité à en tirer pleinement parti.

Il faut noter que dans le cadre de l'écosystème de l'Afrique de l'Ouest francophone, les startups déploient différentes stratégies pour réussir, notamment la coopération, l'informalité, la compétitivité, le réseautage et la mise à jour. A titre d'exemple, certaines startups choisissent de rester non enregistrées au début de leur parcours, adoptant ainsi une approche informelle en ligne.

Le Bénin est actuellement engagé dans le développement d'infrastructures technologiques, notamment avec la création de la Société Béninoise d'Infrastructures Numériques (SBIN), dont l'objectif est de transformer le pays en une plateforme de services numériques pour l'Afrique de l'Ouest. Bien que cela offre des opportunités aux startups, celles-ci ont besoin d'un soutien accru et de ressources supplémentaires pour en bénéficier pleinement.

En outre, le rapport CEEIS ⁴ souligne que les startups rencontrent des difficultés pour accéder à des opportunités d'innovation à fort potentiel de croissance, car les grandes entreprises préfèrent développer ces opportunités en interne, même si cela prend du temps. Par exemple, des services pouvant révolutionner le secteur des startups, tels qu'un service de paiement de factures par code USSD, sont développés par des grandes entreprises comme la Société Béninoise d'Énergie Électrique (SBEE) en partenariat avec MTN et Moov, plutôt qu'en collaboration avec

⁴ Cartographie de l'Écosystème de l'Entrepreneuriat Innovant et de l'Innovation Sociale au Bénin.

des startups. De plus, le rapport souligne que les connexions entre les grandes entreprises et les startups sont quasiment inexistantes.

L'écosystème numérique et entrepreneurial du Bénin, bien qu'en développement, présente des défis significatifs pour les entrepreneurs, notamment en termes de compétences, de ressources humaines et de financement. On note également des défis en matière de réglementation et de financement. En plus de ces obstacles, il existe un manque notable de guides pratiques et d'outils clairs pour orienter les entrepreneurs dans leur parcours. Ces défis, combinés à l'absence de ressources pratiques, freinent souvent la progression des entrepreneurs numériques, les laissant au stade de l'idée ou du prototype.

Ressources à l'endroit des startups en Afrique et au Bénin

L'éventail de ressources disponibles pour les entrepreneurs en Afrique et au Bénin s'élargit constamment, avec de nombreuses organisations et programmes dédiés à l'appui des startups et à la promotion de l'innovation. Cependant, ces ressources, bien qu'essentielles, sont souvent insuffisantes ou trop générales, et ne reflètent pas toujours les défis spécifiques rencontrés par les startups. De plus, l'aspect pratique attendu des guides disponibles n'est pas toujours à la hauteur des attentes, soulignant un besoin d'amélioration dans la pertinence et l'applicabilité de ces ressources. Parmi les différentes ressources disponibles, on dénombre :

Cartographie de l'écosystème de l'entrepreneuriat innovant et de l'innovation sociale au Bénin

ce document fournit une cartographie des acteurs de l'écosystème innovant au Bénin. Il présente les différents acteurs, leurs rôles et les manières dont ils contribuent à soutenir les startups. C'est une ressource précieuse pour toute startup cherchant à comprendre l'écosystème de l'entrepreneuriat innovant au Bénin ;

Investir autrement dans les startups au Bénin - Rapport de l'ESSIC

ce document est le rapport de la conférence Early Stage Startups Investment Conference (ESSIC) qui a eu lieu en avril 2019 à Cotonou, au Bénin. La conférence, qui a rassemblé plus de 120 participants, a permis de réfléchir sur la problématique du financement des startups en phase early-stage et de proposer divers mécanismes pratiques pour accompagner le développement et la croissance des startups au Bénin. Les discussions ont porté sur le rôle de l'État, la coopération entre les différents acteurs de l'écosystème entrepreneurial, le sourcing de startups, l'investissement des Business Angels et de la diaspora, et la création de nouveaux mécanismes de financement. La conférence a abouti à la création du Bénin Business Angel Network (BBAN) et du Fonds d'Impact Noru Capital ;

L'étude du Professeur Abdoukadre Ado sur « L'entrepreneuriat numérique durable au Bénin : Opportunités, défis et stratégies »

elle présente une analyse approfondie de l'écosystème entrepreneurial numérique au Bénin, y compris des opportunités et défis auxquels sont confrontées les startups ;

Startup Guide Accra

ce guide offre des informations précieuses sur l'écosystème des startups à Accra, qui peut être utile pour les startups béninoises cherchant à s'étendre ou à apprendre de l'écosystème des startups au Ghana ;

Le Guide Marketing de la Startup Panja

il propose divers guides de marketing pour les startups et fournit des conseils et des stratégies pour aider les startups à développer leur présence en ligne et à atteindre leur public cible. Ces guides s'articulent autour du marketing à travers :

- **L'analyse Marketing** : comprendre les besoins, les problèmes et les mécanismes de décision de ses prospects ;
- **La stratégie Marketing** : comment concevoir une stratégie marketing globale cohérente et comment réaliser un bon ciblage ;
- **L'acquisition** : comment construire une marque avec le content marketing et comment apporter de la valeur avec l'inbound marketing ;
- **Les principes d'influence et persuasion sur le web** : comment les professionnels du marketing utilisent les méthodes de persuasion et les principes d'influence pour construire de la confiance et augmenter les ventes.

Akid2030

une plateforme qui offre des ressources et des opportunités pour les jeunes entrepreneurs africains ;

Le « Guide des fondateurs pour la levée de fonds au Bénin » ⁵ de Make-IT in Africa

ressource précieuse pour les startups cherchant à lever des fonds, ce guide offre des conseils sur la préparation à la levée de fonds, la recherche d'investisseurs et la négociation d'accords ;

Le rapport de l'ACED Africa sur l'écosystème de l'agriculture numérique au Bénin

il fournit une analyse approfondie de l'écosystème de l'agriculture numérique au Bénin, y compris des ressources disponibles pour les startups dans ce domaine ;

⁵ Guide des fondateurs pour la levée de fonds au Bénin

Le guide de l'investisseur pour les entrepreneurs au Sénégal

document de référence pour l'investissement dans le secteur du numérique au Sénégal, ce guide a été conçu pour faciliter l'accès au financement des entrepreneurs technologiques et favoriser le développement des entreprises, notamment des startups, dans le secteur de l'économie numérique. Il présente les conditions de recours au financement, les instruments de financement et les procédures de levée de capitaux spécifiques à l'écosystème du pays. Il est également utile pour les autres acteurs économiques qui souhaitent mieux comprendre les sources de financement disponibles et identifier les acteurs et institutions qui mettent des ressources à disposition des entreprises ;

Le « Guide de l'agripreneuriat digital (La voie du succès pour les jeunes entrepreneurs des pays ACP) »

ce document sur l'agripreneuriat digital met en lumière le rôle crucial des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le développement et la promotion des entreprises agricoles. Il souligne les manières dont les TIC peuvent être utilisées pour lutter contre le chômage des jeunes, en particulier dans les pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP), en créant des opportunités d'emploi dans le secteur agricole. Le guide met en lumière l'importance de l'agriculture dans l'évolution des revenus, de la population et de l'urbanisation en Afrique, et les mécanismes à travers lesquels les TIC peuvent contribuer à augmenter la productivité agricole pour répondre aux défis de la sécurité alimentaire. Le guide vise à fournir aux jeunes entrepreneurs aspirants, des informations et des connaissances essentielles pour l'usage efficace des TIC dans l'entrepreneuriat agricole. Il offre une feuille de route pour démarrer une entreprise agricole basée sur les TIC, et met en évidence les perspectives et les défis propres à toute entreprise débutante dans ce domaine. Le guide comprend également des études de cas, des outils de développement de produits et des entretiens avec des entrepreneurs de divers pays pour illustrer les meilleures pratiques. Il est présenté comme une introduction approfondie à l'agripreneuriat digital et encourage les lecteurs à explorer d'autres publications pertinentes pour une compréhension plus détaillée des sujets abordés ;

Dadupa

cette initiative a élaboré un panel de guides digitaux pour aider les entrepreneurs suite à la crise économique liée au COVID-19. Les guides ont été lancés gratuitement et abordent des sujets tels que la stratégie COVID, le Business planner digitalisé pour agriculteurs et le marketing digital au service de l'entrepreneur. Ces guides aident les entrepreneurs à comprendre différents secteurs à travers des exemples et des cas pratiques, ce qui leur permet de préparer une stratégie qui s'inspire de ceux qui ont réussi à faire face à la crise ;

L' « Etat des lieux de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin »

ce rapport inédit a été élaboré de manière participative avec l'écosystème entier – administration publique, gouvernement, secteur privé, startups, SAEI, partenaires techniques et financiers, associations locales, etc. Il présente les besoins des acteurs sur l'état de l'écosystème digital, le développement de l'entrepreneuriat numérique et les compétences digitales existantes. L'étude a été réalisée par le cabinet ACED et Acumen Network avec le financement du Centre de Transformation Digitale de la GIZ Bénin.

En somme, ces ressources offrent un soutien précieux en termes d'information pour la levée de fonds, et sur les structures d'accompagnement, de mentorat, de formation et de networking qui aident les startups à naviguer dans l'écosystème entrepreneurial et à maximiser leur potentiel de croissance. Il faut néanmoins noter que, sur le fond, les informations fournies sont parfois trop générales et n'intègrent pas suffisamment de détails spécifiques pouvant aider les entrepreneurs à comprendre les concepts ou les procédures. De plus, certains guides ne sont pas à jour et ne reflètent pas les dernières tendances ou les meilleures pratiques dans leurs domaines respectifs. En ce qui concerne la forme, le langage utilisé est parfois trop technique ou jargonneux, en plus d'être trop littéraire, ce qui peut rendre le contenu inaccessible aux entrepreneurs.

| TITRE DU GUIDE/RAPPORT | FORMAT | LANGUE | THÉMATIQUE | BIBLIOTHÈQUE / RESSOURCES | ÉTUDE DE CAS |
|--|-----------------------|----------|--|---------------------------|--------------|
| Cartographie de l'Ecosystème de l'Entrepreneuriat Innovant et de l'Innovation Sociale au Bénin | Physique et numérique | Français | Entrepreneuriat Innovant | OUI | OUI |
| Accra startup guide | Physique et numérique | Anglais | Entrepreneuriat | OUI | NON |
| Guide Marketing de la Startup Panja | Numérique | Français | Marketing | OUI | OUI |
| Guide de l'investisseur pour les entrepreneurs au Sénégal https://investmentguide.africa/fr | Physique et numérique | Français | Investissement et Entrepreneuriat | OUI | OUI |
| Investir autrement dans les startups au Bénin | Physique | Français | Investissement et Entrepreneuriat | NON | NON |
| Écosystème de l'agriculture numérique au Bénin | Physique et numérique | Français | Agriculture numérique et Entrepreneuriat | OUI | NON |
| Guide des fondateurs pour la levée de fonds au Bénin | Physique et numérique | Français | Financement et Entrepreneuriat | OUI | OUI |
| Dadupa – Guides digitaux pour les entrepreneurs | Numérique | Français | Stratégie COVID, Business planner et marketing digital | OUI | OUI |
| Guide de l'agripreneuriat digital : La voie du succès pour les jeunes entrepreneurs des pays ACP | Physique et numérique | Français | Agriculture numérique et Entrepreneuriat | OUI | OUI |
| Etat des lieux de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin | Physique et numérique | Français | Entrepreneuriat numérique : acquis et défis | OUI | NON |

En résumé, l'écosystème des startups au Bénin est encore naissant, mais il existe une volonté de promouvoir le développement de l'économie numérique. Ainsi, des initiatives telles que le Centre de Transformation Digitale (CTD) au Bénin montrent un pas dans la bonne direction. Cependant, il existe des défis majeurs tels que le manque de compétences techniques et de ressources humaines qualifiées, le manque de formation en entrepreneuriat, en particulier dans le domaine du numérique, le manque de financement adéquat pour les startups, le manque de guides pratiques et d'outils clairs pour aider les entrepreneurs dans leur parcours et le besoin de changement d'approche en matière d'accompagnement. Ces défis justifient clairement le besoin d'un guide plus complet et plus pratique au profit des entrepreneurs digitaux au Bénin.

Ainsi, un besoin clair pour une ressource dédiée aux entrepreneurs numériques béninois a été identifié. La conception du Guide de l'Entrepreneur Digital, un outil innovant et pratique, a été spécifiquement initiée pour le paysage numérique béninois et entend combler les lacunes existantes, notamment sur les aspects liés à la préparation à l'entrepreneuriat, les niveaux de maturité, la formalisation, le renforcement de l'équipe, le financement, l'accompagnement, ainsi que le branding, le marketing et la vente.

Le Guide est plus qu'une simple ressource : c'est un compagnon de route, initié pour accompagner et soutenir à chaque étape les entrepreneurs de l'écosystème du numérique.

Chapitre 1

Comprendre l'entrepreneuriat numérique



1. Comprendre l'entrepreneuriat numérique

1.1 Introduction à l'entrepreneuriat numérique

L'entrepreneuriat numérique a émergé comme un catalyseur puissant pour le développement économique au Bénin, et ce dans un contexte plus large de l'Afrique de l'Ouest.

Mais qu'entend-on par entrepreneuriat numérique ? Les années 2000 ont marqué le début de l'apparition du terme entrepreneuriat numérique avec diverses expressions telles que « **Internet entrepreneuriat** », « **cyber entrepreneuriat** » et « **e-entrepreneuriat** » utilisées pour le décrire.

Ce concept a gagné en popularité grâce à l'attention accrue des médias, de la sphère académique, des gouvernements et des entreprises, tous cherchant à saisir les implications de cette évolution. Initiée par l'avènement d'Internet, suivi du commerce électronique, cette tendance a vu émerger une nouvelle génération d'entrepreneurs, cherchant à exploiter les opportunités du web et à répondre à la quête d'innovation des consommateurs. Le terme « entrepreneuriat digital » est également apparu, définissant une utilisation stratégique des nouvelles technologies digitales, notamment les médias sociaux, les big data, les solutions mobiles et le cloud computing, pour créer et gérer des entreprises. Selon Bacigalupo et al. (2016), l'entrepreneuriat numérique implique l'utilisation de nouvelles technologies digitales, en particulier les médias sociaux, les big data, les solutions mobiles et le cloud computing, tandis que selon Jelonek (2015), il représente une sous-catégorie de l'entrepreneuriat qui vise à digitaliser des activités et des processus commerciaux sélectionnés ou l'ensemble des activités et processus traditionnellement exécutés physiquement. ⁶

L'entrepreneuriat digital se distingue par son accent sur l'innovation technologique, la création de produits ou services numériques et la recherche d'opportunités dans le monde numérique en constante évolution. Les entrepreneurs digitaux exploitent des solutions numériques pour résoudre des problèmes locaux préalablement identifiés dans des communautés ou au sein d'entreprises ou d'organisations, améliorer l'efficacité opérationnelle des entreprises ou organisations et atteindre de nouveaux marchés où il existe une demande pour ces solutions.

⁶ Source : L'ENTREPRENEURIAT DIGITAL : REVUE DE LITTÉRATURE ET NOUVELLE DÉFINITION, Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°3, Juillet-Septembre 2019

L'entrepreneuriat numérique se caractérise par plusieurs éléments clés

- **L'innovation Technologique** : les entrepreneurs numériques créent des solutions innovantes en utilisant des technologies émergentes telles que l'intelligence artificielle, l'IoT (Internet des objets), la blockchain et bien d'autres ;
- **La disruption des Modèles d'Affaires** : les startups numériques perturbent souvent les industries traditionnelles en introduisant de nouveaux modèles économiques basés sur le numérique ;
- **L'agilité et la flexibilité** : l'environnement numérique évoluant rapidement, les entrepreneurs numériques doivent se montrer agiles pour s'adapter aux changements et aux nouvelles opportunités, mais doivent également pivoter leur solution ou modèle économique afin de se réinventer ou de saisir de nouvelles opportunités ;
- **La Mondialisation** : les frontières virtuelles permettent aux entrepreneurs numériques d'accéder à des marchés mondiaux avec relativement peu d'efforts.

En gros, l'entrepreneuriat numérique explore les nouvelles possibilités offertes par les avancées technologiques pour transformer les modèles d'affaires, améliorer l'efficacité opérationnelle, créer de la valeur ajoutée et stimuler l'innovation.

Le contexte du Bénin

Le secteur digital au Bénin a évolué en trois phases : initiation (1995-2007), amorçage (2007-2015) et accélération (depuis 2016). Ces phases ont vu l'introduction d'Internet, la libéralisation des télécommunications, la mise en place de régulations juridiques et la visée de devenir une plateforme numérique régionale ⁷.

Le Bénin a adopté une approche proactive pour encourager et soutenir l'entrepreneuriat numérique. Cette approche s'est traduite par la mise en place de politiques et d'initiatives visant à favoriser l'innovation technologique et la numérisation. Parmi les initiatives notables, figurent la création du Ministère du Numérique et de la Digitalisation, chargé de coordonner et de promouvoir les mécanismes de la numérisation à travers les différents secteurs de l'économie. De plus, des infrastructures numériques ont été développées, favorisant

⁷ Source : Rapport sur l'état des lieux de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin

l'accès à Internet dans tout le pays. Enfin, la dématérialisation des services publics encourage l'innovation et facilite l'adoption du numérique. Cela a créé un environnement propice à l'émergence d'entreprises numériques et à la croissance de l'écosystème numérique béninois. En effet, l'accès massif à un réseau Internet de qualité est un facteur déterminant du succès de la numérisation. Au cours des dernières années, une tendance positive en termes d'augmentation du nombre d'utilisateurs d'Internet dans les régions d'Afrique francophone est notable. Sur 12,6 millions de personnes vivant au Bénin, on recense 3,8 millions d'internautes en 2021 (+30% de taux de pénétration d'Internet).

| TABLEAU : STATISTIQUES DES UTILISATEURS D'INTERNET EN AFRIQUE CENTRALE ET DE L'OUEST FRANCOPHONE | | | | | |
|--|------------|--|--|--------------------------------|-------------------------------------|
| PAYS | POPULATION | UTILISATEURS D'INTERNET (31. 12. 2000) | UTILISATEURS D'INTERNET (31. 12. 2021) | TAUX DE PÉNÉTRATION D'INTERNET | CROISSANCE D'INTERNET (2000 - 2021) |
| Bénin | 12 653 644 | 15 000 | 3 801 758 | 30,00 % | 25 245 % |
| Burkina Faso | 21 863 344 | 10 000 | 4 594 265 | 21,00 % | 45 842 % |
| Cameroun | 27 646 656 | 20 000 | 9 158 422 | 33,10 % | 39 292 % |
| Centrafrique | 4 967 426 | 1 500 | 557 085 | 11,20 % | 37 039 % |
| Congo | 5 744 245 | 500 | 930 800 | 16,20 % | 166 540 % |
| Côte d'Ivoire | 27 473 629 | 40 000 | 12 253 653 | 44,60 % | 30 534 % |
| Gabon | 2 313 754 | 15 000 | 1 367 641 | 60,00 % | 9 017 % |
| Guinée | 13 734 762 | 8 000 | 2 551 672 | 18,60 % | 31 795 % |
| Mali | 20 855 735 | 18 800 | 12 480 176 | 59,80 % | 66 284 % |
| Mauritanie | 4 775 119 | 5 000 | 969 519 | 20,30 % | 19 290 % |
| Niger | 25 130 817 | 5 000 | 3 363 848 | 13,40 % | 67 177 % |
| RD Congo | 94 152 930 | 500 | 16 355 917 | 17,40 % | 3 271 083 % |
| Sénégal | 17 196 301 | 40 000 | 9 749 527 | 56,70 % | 24 273 % |
| Tchad | 17 217 597 | 1 000 | 2 237 932 | 13,00 % | 223 693 % |
| Togo | 8 478 250 | 100 000 | 1 011 837 | 11,90 % | 912 % |

Source : Internet world stats (2022)

Le Bénin émerge ainsi comme un acteur clé dans la numérisation de l'Afrique de l'Ouest. Il est porté par un environnement favorable, des politiques numériques innovantes et des investissements significatifs dans le secteur, se classant au premier rang en matière d'indice de cyber sécurité nationale dans l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) ⁸

⁸ Source : L'entrepreneuriat Numérique Durable Au Bénin : Opportunités, Défis Et Stratégies, Alexander Von Humboldt Institut Für Internet Und Gesellschaft

1.2 Importance et défis de l'entrepreneuriat numérique au Bénin

L'entrepreneuriat numérique occupe une place de plus en plus cruciale dans l'économie béninoise, bien que les PME et le secteur informel dominent encore le paysage commercial.

Il offre un potentiel considérable pour favoriser l'innovation, créer des emplois et contribuer à la croissance économique. Les opportunités qui se présentent incluent l'accès à un marché jeune et en expansion, la capacité à résoudre des problèmes locaux au moyen de solutions numériques, et la participation à l'économie mondiale grâce aux technologies digitales. Selon un rapport sur l'état actuel de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique, 88% des entreprises numériques au Bénin sont formellement enregistrées au registre du commerce ⁹, ce qui souligne leur potentiel en termes de contribution à la croissance économique. De même, les réformes actuelles témoignent d'une volonté de stimuler ce secteur pour favoriser le développement national.

Les entrepreneurs numériques, principalement jeunes (26-35 ans) et masculins (87%), opèrent majoritairement au sein de micro-entreprises axées sur des solutions numériques dans divers secteurs tels que la fintech, l'agritech, la healthtech, l'edutech, et l'IA pour ne citer que ceux là.

Cependant, ces entrepreneurs sont confrontés à plusieurs défis : le manque de financement pour les startups numériques, le besoin de formations spécialisées dans les métiers de l'entrepreneuriat numérique, la réticence des populations à adopter des solutions numériques compte tenu des risques liés à la cybercriminalité et la nécessité de disposer d'infrastructures technologiques et de connectivité plus robustes dans certaines régions du pays figurent parmi les défis majeurs.

De plus, la faible capacité financière des entreprises numériques locales constitue un obstacle qui les empêche d'explorer des opportunités de collaboration avec les autorités publiques. Ces défis financiers se manifestent par des chiffres d'affaires modestes (inférieurs à 10 000 000 FCFA) et par l'absence d'un système comptable et financier conforme aux exigences fiscales nécessaires pour accéder aux marchés publics ¹⁰.

Bien que la majorité de ces entreprises soient enregistrées, elles restent encore relativement jeunes et requièrent du soutien pour croître de manière significative. L'accès au financement, à l'Internet haut débit et

⁹ - ¹⁰ Source : Rapport sur l'état des lieux de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin

aux marchés, ainsi que la coordination des diverses formes de soutien, demeurent des défis importants. Malgré les efforts du gouvernement béninois à l'égard de ce secteur, des obstacles structurels freinent les interactions entre les entreprises numériques et l'administration publique. Pour renforcer l'écosystème, il est essentiel de développer des compétences clés dans le numérique, les technologies avancées, le design, le *business development* et la gestion de projets numériques. Cependant, il subsiste des lacunes dans ces domaines, que ce soit en termes de quantité, de qualité ou même de reconnaissance de l'importance de certaines compétences par les dirigeants d'entreprises. Cela est particulièrement vrai pour les compétences en *business development* et en gestion de projets numériques, qui ne sont pas encore perçues comme essentielles. Ainsi, pour consolider l'écosystème digital, il sera nécessaire non seulement de renforcer les compétences mentionnées précédemment, mais également de créer un environnement favorable au maintien de ces compétences au sein de l'écosystème digital.

Chapitre 2

Focus sur l'entrepreneur digital : valeurs, mindset et leadership



2. Focus sur l'entrepreneur digital : ... valeurs, mindset et leadership

2.1 Valeurs, mindset et aptitudes clés à adopter en tant qu'entrepreneur

L'entrepreneur lui-même est la première représentation de son produit ou de sa solution. Un investisseur parie sur une personne qui apparaît confiante en elle-même, proactive et créative, mais aussi visionnaire. Le client également oriente son achat selon les émotions ou la sensibilité qu'il ressent en acquérant le produit ou service. Ces émotions sont affectées par le comportement et la réputation du promoteur vis-à-vis du client.

Présentation physique et e-reputation



Habillement professionnel selon les circonstances, développement de branding personnel sur les réseaux sociaux (Linkedin),

2.2 Entrepreneuriat digital et leadership



Selon une étude de la Haute Ecole de Commerce (HEC) Paris, les trois qualités essentielles d'un bon leader sont : **une vision claire, la capacité d'influencer et de motiver ainsi que des compétences en matière d'écoute et de communication.** Ces qualités sont illustrées par l'analyse de William Arruda de Forbes qui fait la distinction entre les leaders et les managers comme suit :

LEADER

- ▶ Le leader crée la vision
- ▶ Le leader prend des risques
- ▶ Le leader a une vision à long terme
- ▶ Le leader investit dans le développement personnel
- ▶ Le leader prend des risques

MANAGER

- ▶ Le manager crée les objectifs
- ▶ Le manager les contrôle
- ▶ Le manager pense à court terme
- ▶ Le manager se concentre sur les compétences existantes
- ▶ Le manager encadre ses équipes

Tandis que

Qualités de leadership essentielles pour les entrepreneurs

Vision

Le leader a une vision claire du produit ou service qu'il veut développer et de l'impact qu'il aimerait avoir à long terme. Il doit anticiper l'évolution de cette vision en fonction du marché, des innovations technologiques et de défis ou opportunités qui se présentent dans le temps. Cette vision doit être communiquée à l'ensemble de l'équipe qui doit l'épouser et travailler afin de réaliser cette vision. L'atteinte de cette vision va nécessiter que chacun croie en sa matérialisation et œuvre pour obtenir des résultats concrets à travers un plan d'action.



Écoute et communication

Le leader doit être en mesure de prendre du temps pour écouter les idées et opinions de ses collaborateurs afin de les fédérer et de donner les orientations nécessaires pour les actions à conduire. Sur le plan personnel, le leader doit se montrer accessible et pouvoir poser les bonnes questions à ses collaborateurs afin de détecter les baisses d'énergie, de motivation ou même l'insatisfaction des clients. L'écoute et la communication sont également nécessaires vis-à-vis de personnes externes lors des réunions, de négociations ou d'échanges entre pairs de sorte à améliorer le produit, obtenir des opportunités ou régler des problèmes.



Adaptabilité

Le leader est un caméléon qui doit s'adapter à tous changements, expérimenter et itérer pour trouver des solutions à ses problèmes. Ces caractéristiques illustrent les attentes et la pression auxquelles fait face le leader mais elles ne doivent pas l'empêcher de s'assurer de ne pas mettre sa vie personnelle et familiale au second plan et à y consacrer du temps de qualité.



Gestion d'équipe

Dénicher les bons profils. Il doit être en mesure de former les membres de son équipe, de les guider, les motiver afin de leur permettre d'atteindre leur plein potentiel. Cela implique de reconnaître les compétences et les talents individuels, d'affecter le bon profil au bon endroit, de déléguer de manière appropriée et de favoriser un environnement de travail positif et collaboratif. Le leader doit partager la vision dès le début, définir clairement les rôles, célébrer les succès, récompenser l'équipe et favoriser le développement personnel et professionnel pour maintenir la motivation et la croissance.



Leadership par l'exemple

Les leaders qui montrent l'exemple en travaillant dur, en faisant preuve d'engagement et en démontrant les comportements attendus inspirent leur équipe à donner le meilleur d'elle-même.



Prise de décision éclairée

Les décisions au sein de l'entreprise sont prises de manière participative, en recueillant l'avis de l'équipe, même si la décision finale revient au manager. Dans le contexte numérique, des outils de communication quotidiens sont utilisés pour partager en temps réel les avis en fonction de l'évolution des situations. Ces décisions reposent sur des données tangibles telles que des analyses, des entretiens et des retours d'expérience, et face aux défis concurrentiels ou aux changements environnementaux, une surveillance attentive prévaut sur les réactions immédiates.



Chapitre 3

De l'idée à la startup : les niveaux de maturité d'une startup digitale



3. De l'idée à la startup : les niveaux de maturité d'une startup digitale

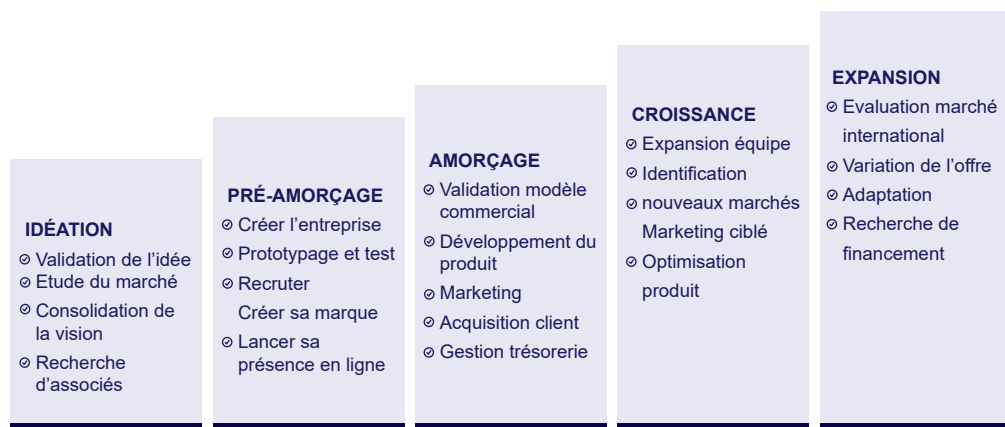


Schéma : Niveaux de maturité d'une startup

Le parcours d'une startup digitale, de la simple idée à une entreprise florissante, est jalonné de différentes phases de maturité. Chaque phase représente un stade clé dans le développement de l'entreprise numérique. Comprendre ces phases et les défis qui y sont associés permet de naviguer avec succès dans un paysage concurrentiel en constante évolution.

Cette section présente en détail les cinq phases de maturité d'une startup digitale, à savoir : idéation et validation de l'idée, pré-amorçage ou création, amorçage, croissance ou scaling, et expansion. Pour chaque phase, les défis essentiels à relever ainsi que les processus et les outils clés seront examinés.

3.1 L'idéation et la validation de l'idée

Au commencement, l'idée de l'entrepreneur est une étincelle qui a le potentiel d'être transformée en une entreprise prospère. Cependant, cette idée nécessite une validation approfondie pour s'assurer qu'elle répond aux besoins du marché et qu'elle dispose d'un potentiel commercial viable.

L'étape de l'idéation marque le moment où l'entrepreneur solidifie son concept. L'idéation requiert de l'empathie pour cerner les besoins de l'utilisateur. L'empathie est suivie de l'énoncé du défi à relever. Cela

requiert des recherches, des entretiens, la consultation d'études et de personnes ressources, la participation à des événements pour échanger avec des experts de l'industrie, etc. A l'idéation, il faut exprimer toutes les idées possibles et imaginables pour résoudre le problème identifié. Le design thinking peut s'avérer utile pour cela.

Le design thinking



Le design thinking est un levier d'innovation car il permet d'allier compétence, intuition et créativité pour résoudre des problèmes et pour créer des produits ou services visant à résoudre ces problèmes. Sa particularité réside dans son approche centrée sur l'humain. Au travers de la co-crédation, de l'observation des besoins des cibles, de l'inspiration et de l'empathie, le procédé du design thinking se décline en sept étapes :

- ▶ **Définir le problème**
- ▶ **Rechercher les causes et contours du problème ;**
- ▶ **Idéater en générant de nouvelles idées de manière objective ;**
- ▶ **Prototyper en créant des maquettes et prototypes et les tester auprès de clients ;**
- ▶ **Sélectionner la meilleure idée ;**
- ▶ **Implémenter à travers un plan d'actions ;**
- ▶ **Recevoir du feedback et identifier les sources d'amélioration.**







Il s'applique à tous les domaines. Les critères de design thinking pour identifier un défi sont : l'environnement complexe, la compréhension de l'utilisateur, l'opacité du challenge à résoudre, le haut niveau d'incertitude quant au résultat, une équipe enthousiasmée par le challenge et l'absence de solutions analytiques.

Il est possible d'en apprendre plus sur le processus de facilitation d'un atelier ou d'une approche axée sur le design thinking à l'adresse suivante : <https://www.dthinking.academy/blog/lapproche-dinnovation-du-design-thinking>.

L'on peut ainsi établir progressivement son positionnement sur le marché et mettre en place son modèle économique. Il est important de souligner que les conclusions qui peuvent être tirées à ce stade ne seront pas forcément représentatives de la trajectoire future de la startup. Ces réflexions sont néanmoins essentielles pour avancer efficacement. C'est d'ailleurs dès cette phase qu'il est possible d'identifier les différents potentiels de croissance pour sa startup.

Un autre point crucial pendant la phase d'idéation consiste en la recherche et la sélection d'un ou plusieurs associés ¹², lorsque l'entrepreneur le désire. Soit l'aventure débute avec des amis ou connaissances qui partagent sa vision ou qui sont intéressés par le secteur, soit la solidité de la vision et les avantages à en tirer permettent de les convaincre. L'élément clé réside dans la constitution d'une équipe dotée de compétences et de personnalités complémentaires, et dans la conclusion d'un accord écrit dès le départ, qui précise le rôle et les apports de chacun.

Les défis clés

| | |
|---|--|
|  <p>Définir l'idée.</p> |  <p>Trouver les bons associés.</p> |
|  <p>Définir le positionnement de son offre.</p> |  <p>Définir son modèle économique.</p> |
|  <p>Définir sa proposition unique de valeur.</p> |  <p>Consolider sa vision.</p> |

¹² Le choix d'associés peut se faire à tout moment, mais la formalisation est une décision stratégique essentielle qui se prend généralement après la phase d'idéation.

Les processus clés



Définition de l'idée

plusieurs techniques peuvent être utilisées et incluent le brainstorming direct (rechercher des idées en prenant en compte les suggestions de plusieurs personnes), le brainstorming inversé (créer un problème ou l'aggraver afin de trouver des solutions au problème original), le brainwriting (prendre une première idée émise par un participant, la transmettre à un autre qui rebondit dessus par écrit, puis l'envoie à une autre personne pour affiner l'idée ainsi de suite jusqu'à épuisement des idées), le mind map (représenter de manière visuelle les idées et informations sous la forme de schémas appelés cartes mentales), le group passing technique (transmission d'idées d'un groupe à un autre afin de commenter sur une idée préliminaire). Une fois les idées énoncées, il est important de procéder à une sélection pour parvenir à l'idée essentielle qui émergera du processus. Cette sélection peut se faire par un vote au sein de l'équipe ou par le diagramme d'affinité. Attention! Déjà à cette étape, l'idée sélectionnée peut s'éloigner de l'idée de base de la startup



Étude du marché

une analyse du marché permet d'une part d'identifier les tendances et les besoins non satisfaits, et d'autre part, d'étudier les concurrents (directs et indirects) et de comprendre leurs propositions de valeur, notamment en testant leurs produits et services.



Définition du problème

cela consiste à identifier le problème spécifique que résout l'idée et à démontrer sa pertinence.



Validation de l'idée

tester le concept auprès d'un groupe restreint.

Les outils recommandés



Le design thinking

[Typeform](#) pour les questionnaires.

[Smaply](#) pour créer un parcours client.

[Figma](#) pour le prototypage.

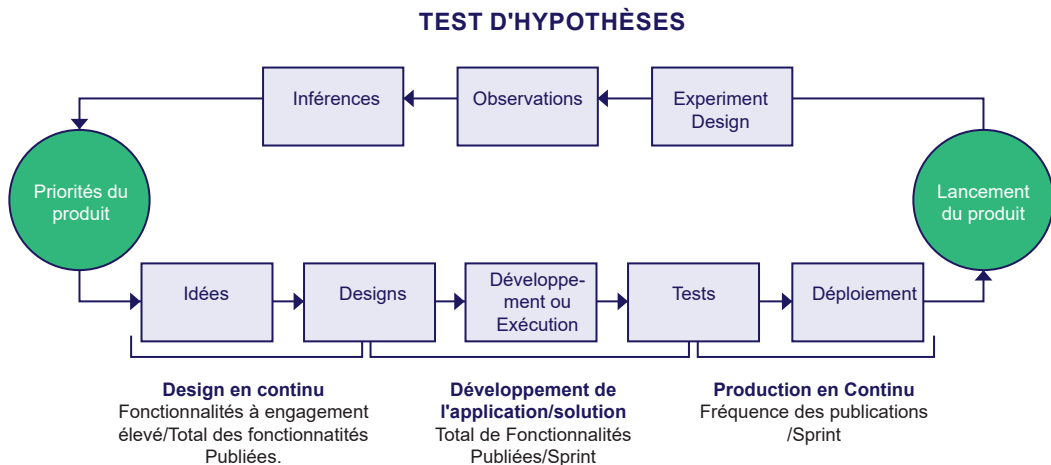
[Hotjar](#) pour une analyse complète.



Le pacte d'actionnaires

la rédaction d'un pacte d'actionnaires soit par le biais d'un notaire soit par acte sous seing privé est utile pour répartir les parts des actionnaires et pour mettre par écrit tout accord conclu entre les parties.

Modèle ¹³ de développement de produit basé sur des hypothèses



Qu'est-ce que c'est?



Ce modèle est un moyen pour les praticiens d'appliquer le développement basé sur des hypothèses, un processus systématique de création de nouveaux produits et fonctionnalités. Il s'appuie sur des dispositifs et des outils de pointe tels que le design thinking, le lean startup, le lean UX et l'Agile.

A qui est-ce adressé ?



Ce modèle s'adresse à toute personne souhaitant organiser des informations sur son adéquation produit/marché (ou adéquation produit/utilisateur s'il s'agit d'un projet informatique interne).

Qui est l'utilisateur et que trouve-t-il sur la liste de ses priorités ?

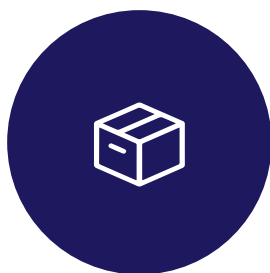


L'on crée ici une vue humanisée de qui sont les clients, qu'ils soient acheteurs et/ou utilisateurs du produit proposé. Il faut également émettre des hypothèses sur ce qui est important pour eux avec des scénarios de problèmes, ce qu'ils font actuellement avec les alternatives disponibles, et ce que l'on compte faire d'important avec des propositions de valeur.

¹³ Source : alexandercowan



PERSONA



PRODUIT

Comprendre son persona

| | |
|--------------------------|---|
| Que pense le persona ? | Dans le domaine d'intérêt particulier, quelles sont les pensées et les idées clés de ce persona ? |
| Que voit le persona ? | Dans le domaine d'intérêt particulier, quelles sont les observations notables que fait ce persona ? |
| Que ressent le persona ? | Concernant le domaine d'intérêt particulier, que ressent réellement ce persona ? Quelles émotions sous-jacentes pourraient motiver son point de vue et son comportement ? |
| Que fait le persona | Les « réels ». Le cas échéant : Qu'est-ce qui déclenche l'activité dans ce domaine d'intérêt ? À quelle fréquence ? Pendant combien de temps ? Combien d'argent ? |

Analyser son persona

| Travaux à effectuer | Alternatives actuelles | La proposition de valeur |
|--|--|--|
| Quels problèmes et besoins le persona a-t-il dans votre région ? | Au lieu d'utiliser le produit proposé, que font-ils actuellement pour résoudre ce problème ou répondre à ce besoin ? | Quelles idées de produits les scénarios de problèmes et les alternatives actuelles donnent-ils ? |
| [ajouter si nécessaire] | [ajouter si nécessaire] | [ajouter si nécessaire] |
| [ajouter si nécessaire] | [ajouter si nécessaire] | [ajouter si nécessaire] |

Comment faire un test avec un MVP pour tester une hypothèse de demande ?

| Test | |
|---|----------|
| Éléments | Réponses |
| Quelle hypothèse à tester ? | |
| Comment la tester ? <i>[Ajouter. Comment se déroulera l'expérience ? Quelle expérience concevez-vous?]</i> | |
| Quelle(s) est (sont) la (les) mesure(s) essentielle(s) ? <i>[Ajouter. Si l'expérience est censée produire un résultat définitif, celui-ci devrait probablement être quantitatif. S'il s'agit d'un exercice de découverte, alors probablement pas. Sinon, ignorez l'élément suivant sur les seuils, mais les éléments restants vous aideront à vous concentrer, planifier et gérer l'engagement de découverte.]</i> | |
| Quel est le seuil/la limite entre vrai (validé) et faux (invalidé)? <i>[Ajouter des seuils. Même si vous n'en êtes pas du tout sûr, il est toujours bon de prendre position à ce sujet.]</i> | |
| Que ferez-vous ensuite si le résultat est vrai ? FAUX? <i>[Si vrai/validé, nous ferons alors... ce qui nous fera avancer vers notre objectif de...] [Si faux/invalidé, nous ferons alors... ce qui nous fera avancer vers notre objectif de...]</i> | |
| Combien de temps et d'argent faudra-t-il pour mettre en place l'expérience ? <i>[Pour mettre en place l'expérience, il faudra :</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>[FCFA] et [y] heures de [type de travail par type de personne]</i> • <i>[\$] et [y] heures de [type de travail par type de personne]</i> | |
| En général, que faudra-t-il pour chaque test individuel ? <i>[Pour chaque test qui vaut [x], il faudra :</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>[FCFA] et [y] heures de [type de travail par type de personne]</i> • <i>[FCFA] et [y] heures de [type de travail par type de personne]</i> | |
| En général, combien de temps faudra-t-il pour que chaque test soit exécuté et produise des résultats définitifs et exploitables ?? <i>[Chaque test prendra environ [x temps] pour produire des résultats...]</i> | |

Résultats du test

| Eléments | Réponses |
|--|----------|
| <p>L'expérience a-t-elle fonctionné ?</p> <p><i>[Indépendamment de vos conclusions, la conception expérimentale a-t-elle fondamentalement fonctionné ? A-t-elle fourni les mesures que vous attendiez ? Pourquoi ou pourquoi pas?]</i></p> | |
| <p>Quelle était la taille de l'échantillon et les résultats ?</p> <p><i>[Combien de personnes, etc. avez-vous testé ? Quels ont été les résultats globaux ?]</i></p> | |
| <p>Conclusion ?</p> <p><i>[Quelle est votre conclusion ?]</i></p> | |

3.2 Le pré-amorçage ou la création

Après la validation de l'idée, la phase de pré-amorçage ou création implique la mise en place des bases de l'entreprise. L'objectif ici est de développer rapidement un prototype ou un MVP (Minimum Viable Product) de son offre pour le tester sur le marché. Cela tient lieu de version bêta.

Les défis clés



Créer son MVP et le tester.



Travailler ses personae marketing (<https://userforge.com> ou <https://www.canva.com/presentations/templates/user-persona/> fournissent des ressources utiles à cet effet).



Définir une stratégie d'acquisition clients.



Identifier, définir et recruter les compétences techniques nécessaires.



Formaliser son entreprise (facultatif).

Les processus clés



Choix de la structure juridique

retenir la forme légale qui convient le mieux à l'entreprise si l'on choisit de la formaliser avant le lancement.



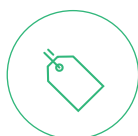
Enregistrement légal

enregistrer son entreprise auprès des autorités compétentes et obtenir tous les permis et licences nécessaires si l'on choisit de formaliser l'entreprise avant le lancement.



Développement de l'équipe

recrutez les membres clés de son équipe, en mettant l'accent sur les compétences nécessaires à cette phase initiale.



Création de la marque

conception de l'identité visuelle et mise en œuvre d'une présence en ligne avec un site web professionnel et des profils professionnels sur les réseaux sociaux. Il importe d'avoir des pages mises à jour et animées régulièrement afin de toucher ses cibles et de les convertir en clients.



Stratégie marketing

Les outils recommandés



Focus group

regroupe des utilisateurs potentiels de la solution pour tester ensemble le produit ou service afin de recueillir leur retour d'expérience.



Conseils juridiques

consulter des experts juristes pour être guidé à travers les aspects juridiques de la création de l'entreprise.



Plateformes de recrutement

se servir de plateformes telles que LinkedIn ou de sites d'emploi locaux afin de trouver les talents recherchés.



Services de conception graphique

recourir à des designers pour créer un logo, des éléments d'identité visuelle et une maquette de site web. Des outils tels que [Canva](#) ou [Photoshop](#) peuvent aussi être utilisés pour créer des visuels sans faire appel à un intervenant extérieur.










Gestion de projets

[Trello](#) et [Asana](#) sont des exemples d'outils permettant d'organiser ses idées et ses plans en équipe pour plus d'efficacité.

3.3 L'amorçage

Une fois que les bases sont en place, il est temps de passer à la phase d'amorçage. Elle consiste pour l'entrepreneur à valider son modèle commercial et à accroître l'effectif de ses clients de manière organique, en dehors du réseau de ses proches. C'est au moment de cette phase d'amorçage qu'il peut s'avérer nécessaire de pivoter. Pour l'entrepreneur qui avait une idée précise de son offre et de sa proposition de valeur, l'épreuve du marché peut balayer certaines de ses certitudes.

Les défis clés

| | |
|--|--|
|  <p>Développer les fonctionnalités de l'offre.</p> |  <p>Pivoter, en fonction des retours clés du terrain.</p> |
|  <p>Accélérer la stratégie d'acquisition clients.</p> |  <p>Définir une stratégie de fidélisation clients.</p> |
|  <p>Lancer les premières campagnes marketing.</p> |  <p>Définir et suivre les bons indicateurs de performances ou KPI.</p> |
|  <p>Recruter des profils de direction.</p> | |

Les processus clés



Développement du produit

transformer son prototype en produit ou service fonctionnel et le tester rigoureusement.



Validation du modèle commercial

analyser les coûts et les revenus afin de déterminer la viabilité financière à court terme.



Acquisition de clients

déployer des stratégies marketing ciblées pour attirer les premiers clients et obtenir leurs retours.



Gestion de la trésorerie

mettre en place un système de suivi financier afin de surveiller ses revenus et ses dépenses.



Reporting

faire un suivi régulier (hebdomadaire et mensuel) des statistiques de l'application et des réseaux sociaux afin de mieux comprendre les interactions des usagers, le temps qu'ils y consacrent, leurs préférences, leurs habitudes d'achat et les retours d'expérience récoltés.

Structure d'analyse des coûts et revenus de l'entreprise

► Structure d'analyse des revenus de l'entreprise

Le tableau suivant permet d'examiner les sources de revenus de son entreprise. Quelles sources contribueront à l'activité envisagée ? Est-il possible d'estimer le montant ou la proportion des revenus qui proviendront de chacune des sources identifiées ?

| Type de revenu | Description | Revenu annuel |
|----------------------------------|---|---------------|
| Recettes des ventes | Produits ou services que vous fournissez | |
| Frais de service | Frais d'adhésion, d'entretien ou de réparation | |
| Recettes publicitaires | Annonces placées sur le site web de l'entreprise | |
| Frais d'abonnement ou de contrat | Frais mensuels ou annuels du produit ou service commercialisé | |
| Autres | | |

► Structure d'analyse des coûts de l'entreprise

Il faut lister et totaliser tous les coûts prévus pour l'entreprise, notamment ceux liés à l'équipement de démarrage, à l'espace de travail et aux autres dépenses. Est-il possible de déterminer à quel moment l'argent nécessaire pour couvrir ces charges sera disponible ? Il faut essayer d'établir des estimations mensuelles successives avant l'estimation annuelle. Le plan peut ensuite être affiné ultérieurement, mais cette estimation générale constitue un excellent point de départ financier.

| | Coût annuel (mensuel x 12) |
|----------------------------------|----------------------------|
| COÛTS DES INSTALLATIONS | |
| Loyers | |
| Communication (appel + internet) | |
| Aménagement et agencement | |
| Autres | |
| IMMOBILISATIONS | |
| Mobilier | |
| Matériel | |
| Ordinateurs | |
| Base de données | |
| Systèmes réseaux | |
| Autres | |
| COMPENSATION | |
| Salaires | |
| Prestations, santé | |
| Prestations d'invalidité | |
| Prestations, vie | |
| COÛT DES VENTES | |
| Création | |
| Production | |
| Expédition | |
| Autres | |
| DÉPENSES ADMINISTRATIVES | |
| Fournitures de bureau | |
| Publicité et marketing | |
| Comptabilité | |
| Juridique | |
| Voyages et divertissements | |
| Frais bancaires | |
| IMPÔTS | |
| AIB | |
| TVA | |
| Etc. | |
| TOTAL | |

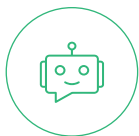
Un conseiller en comptabilité pourra fournir un formulaire de dépenses détaillé, utile pour calculer les frais de démarrage avec plus de précision.

Les outils recommandés



Plateformes publicitaires en ligne

Google Ads et les publicités sur les réseaux sociaux permettent de cibler efficacement l'audience.



Chatbots

l'installation de chatbots sur ses plateformes aide à répondre aux préoccupations des clients en temps réel.



Whatsapp Business

la liaison du numéro Whatsapp Business aux réseaux sociaux simplifie la prise de contact directe pour les prospects et les clients.

3.4 La croissance ou Scaling

Une fois que la startup a prouvé sa viabilité, la phase de croissance ou de Scaling consiste à accroître sa clientèle et à se développer. Cette phase peut se révéler décisive pour la pérennité de la startup. Elle requiert de déployer tous les efforts susceptibles de stimuler la croissance.

Les défis clés



Identifier de nouveaux marchés ou segments à conquérir.



Mettre en œuvre une stratégie marketing pour accélérer la croissance.



Exploiter la data pour améliorer l'expérience utilisateur (UX), acquérir de nouveaux utilisateurs et les fidéliser.



Procéder au bon moment à des recrutements pertinents.



Investir dans des outils SaaS pour gagner en performance et en productivité.



Identifier des sources de financement.

Les processus clés



Développement de l'équipe

identifier les compétences manquantes ou les équipes internes à renforcer, et recruter en conséquence.



Optimisation du produit

améliorer l'UX et développer la solution pour répondre aux besoins croissants des clients et continuer à innover dans son secteur.



Marketing ciblé

élaborer des campagnes de marketing spécifiques pour atteindre de nouveaux segments de marché et identifier des relais et partenaires capables de favoriser la pénétration de nouveaux marchés.



Amélioration des opérations

optimiser les processus internes pour maintenir l'efficacité et automatiser au maximum.

Les outils recommandés



Plateformes de recrutement

le recours à des plateformes comme LinkedIn peut aider à trouver les talents recherchés.



Systèmes de gestion de la relation client (CRM)

des outils complets comme [HubSpot](#) (logiciel facilitant l'inbound marketing, les ventes et le service à la clientèle) ou [Zoho](#) (plateforme complète dédiée au marketing, au support client, à la veille stratégique, à la messagerie, aux ressources humaines et à la gestion de projets) sont utiles pour suivre et gérer les interactions avec les clients.

3.5 L'expansion

Lorsque la startup atteint une certaine échelle et une certaine stabilité, l'étape suivante est celle de l'expansion. Elle implique l'exploration de nouveaux marchés et d'opportunités nouvelles. Avec des bases solides en place, une offre bien accueillie par le marché et une stratégie marketing éprouvée, l'entreprise a atteint un niveau de maturité suffisant pour s'étendre vers de nouveaux marchés, notamment sous régionaux.

Les défis clés



Identifier les marchés au potentiel élevé, notamment ceux dotés d'une masse critique de clients ou ceux sur lesquels l'offre est pertinente pour une clientèle existante.



Ajuster l'offre et la stratégie marketing en fonction des particularités des nouveaux marchés.



Mettre en place une stratégie marketing automatisée.



Renforcer son équipe commerciale.



Créer une filiale, recruter une équipe restreinte et mobiliser un fonds de roulement susceptible d'assurer au moins la première année d'activité.

Les processus clés



Évaluation du marché sous-régional

analyser les marchés étrangers potentiels pour comprendre leurs besoins et leur culture ainsi que les barrières d'entrée applicables au secteur d'activité.



Diversification de l'offre

explorer des produits ou services complémentaires à l'offre existante.



Recherche de financement

identifier des investisseurs ou des partenaires potentiels capables de financer l'expansion.



Gestion du changement

préparer l'entreprise aux changements organisationnels nécessaires pour s'adapter à la nouvelle échelle.



Relations publiques

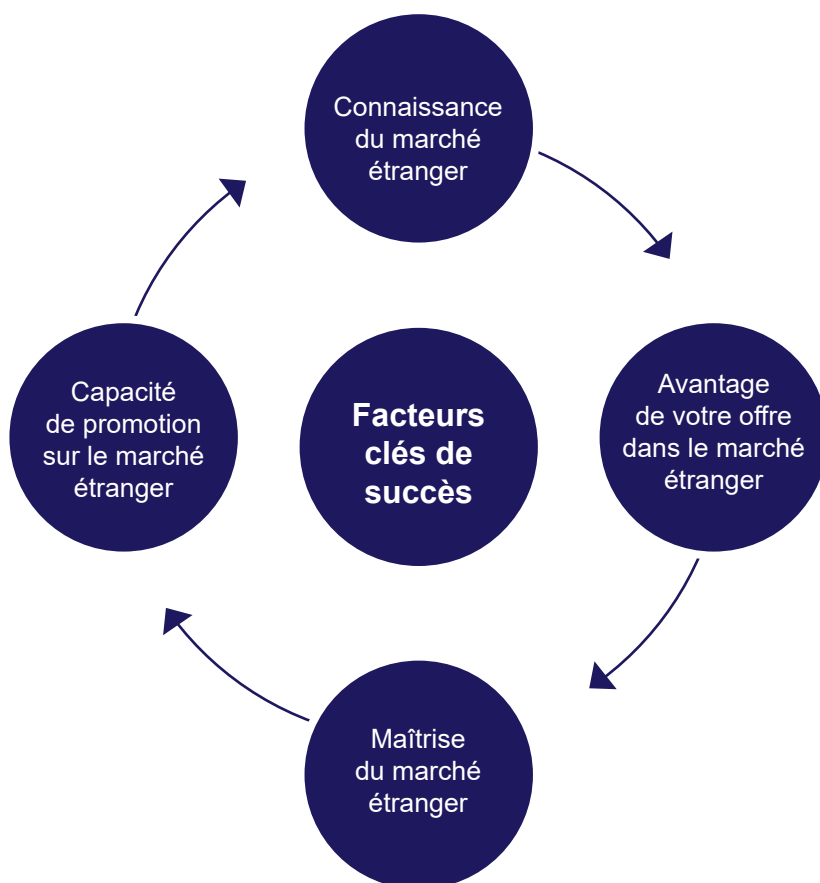
communiquer sur son expansion dans les médias et via les canaux appropriés.

La matrice PESTEL

La matrice PESTEL est un acronyme pour Politique, Economique, Sociologique, Technologique, Environnemental et Légal. C'est un outil d'analyse stratégique qui permet à une entreprise d'analyser les risques d'expansion dans un marché étranger potentiel afin d'identifier les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces liées à son plan d'exportation.



Ces informations sont complétées par une évaluation de l'offre et de la demande pour les produits et services de l'entreprise, ainsi que par ses facteurs clés de succès sur le marché étranger.



Les résultats de ces analyses de ciblage et de capacité servent à formuler une stratégie de développement de l'entreprise à l'export et de pérennisation de ses opérations.

Deux modèles pratiques permettent d'évaluer son marché étranger : le modèle de diagnostic de ciblage de marchés étrangers et le modèle de diagnostic de capacité à aller sur un marché étranger.

► **Modèle de diagnostic de ciblage de marchés étrangers**

Il revient à regrouper et à analyser des informations clés sur chaque marché étranger potentiel.

| | | Marché A | Marché B |
|---|---|---|----------|
| Informations ou indicateurs clés | | Rechercher les informations et remplir chaque colonne | |
| Macro (Pays) - Risques | | | |
| Politique | <ul style="list-style-type: none"> • Régime politique (démocratie, dictature, etc.) • Stabilité politique (à court terme et à moyen/long terme) • Facilitations à la création d'entreprise | | |
| Economique | <ul style="list-style-type: none"> • Taux de croissance annuelle, taux d'inflation • Taux débiteurs des banques • PIB/habitant | | |
| Social | <ul style="list-style-type: none"> • Tendances socio-culturelles dans le marché | | |
| Technologique | <ul style="list-style-type: none"> • Exigences technologiques (brevets, recherches, licences, etc.) • Avancée technologique sur le marché | | |
| Ecologique | <ul style="list-style-type: none"> • Politiques et engagements pour le développement durable • Sensibilité de la population aux valeurs écologiques | | |
| Législatif | <ul style="list-style-type: none"> • Code du travail • Lois liées aux produits et services technologiques | | |
| Micro (secteur) - Attractivité | | | |
| Demande | | | |
| Quantitative | <ul style="list-style-type: none"> • Tendance (hausse/baisse) et volume ou valeur de la demande | | |
| Qualitative | <ul style="list-style-type: none"> • Tendance (hausse/baisse), spécificités liées au besoin, profils des clients/consommateurs et exigences de la demande en matière de normes et de qualité | | |
| Offre | | | |
| Concurrence | <ul style="list-style-type: none"> • Etat de la concurrence sur le marché étranger (intensité concurrentielle, barrières, etc.) | | |
| Distribution | <ul style="list-style-type: none"> • Organisation de la distribution des produits et services similaires sur le marché (marges des intermédiaires, etc.) | | |

► Modèle de diagnostic de capacité à aller sur un marché étranger

Le diagnostic de capacité se fait en évaluant sa maîtrise des facteurs clés de succès sur les marchés étrangers visés.

Tableau N : Evaluation des facteurs clés de succès sur les marchés étrangers

| | | Marché A | Marché B |
|---|--|-------------------------|-------------------------|
| Domaine de FCS | Indicateurs | Mettre la note (1- 2-3) | Mettre la note (1- 2-3) |
| Connaissance du marché étranger | Compréhension des spécificités et du fonctionnement du marché | | |
| | Expérience sur le marché | | |
| | Évaluation de la concurrence active (locale et étrangère) sur le marché | | |
| | Autres | | |
| Score 1 (Mettre le total) | | | |
| Avantage de l'offre sur le marché étranger | Adaptation de l'offre aux exigences du marché | | |
| | Capacité technique de l'entreprise à s'adapter au dynamisme du marché | | |
| | Services que propose l'entreprise | | |
| | Disponibilité de l'entreprise pour une collaboration avec un partenaire technique local sur le marché | | |
| | Segment cible compétitif | | |
| | Intégration des risques et mesures d'atténuation dans la politique commerciale | | |
| | Information sur les aspects réglementaire et logistique du marché | | |
| | Autres | | |
| Score 2 (Mettre le total) | | | |
| Maîtrise du marché étranger | Atouts commerciaux qui s'alignent aux exigences du marché (techniques export, linguistiques) | | |
| | Connaissance des circuits de commercialisation existants et du mode d'entrée de l'entreprise sur le marché | | |
| | Capacité à pénétrer les réseaux d'affaires les plus influents | | |
| | Politique de partenariat | | |
| | Autres | | |
| Score 3 (Mettre le total) | | | |

| | | Marché A | Marché B |
|---|---|-------------------------|-------------------------|
| Domaine de FCS | Indicateurs | Mettre la note (1- 2-3) | Mettre la note (1- 2-3) |
| Capacité de promotion sur le marché étranger | Veille sur des événements majeurs du secteur d'activité sur le marché (salons, foire, etc.) | | |
| | Lois et réglementation sur le marché en matière de promotion | | |
| | Élaboration, financement et déploiement d'un plan de promotion pertinent | | |
| | Autres | | |
| Score 1 (Mettre le total) | | | |
| Note globale de maîtrise des facteurs-clés de succès par marché cible | | | |

Légende

| Maîtrise faible | Maîtrise moyenne | Maîtrise forte |
|-----------------|------------------|----------------|
| Note = 1 | Note = 2 | Note = 3 |

► Les changements les plus fréquents qui bouleversent les équipes/ équilibres et basic de la préparation au changement

| | Prévention | Guérison |
|---|--|---|
| Dirigeant qui communique mal | <ul style="list-style-type: none"> • Le CEO doit être de préférence le plus communiquant des fondateurs, à défaut, identifier et nommer un porte-parole de qualité • Formation media training | <ul style="list-style-type: none"> • Formation <i>media training</i> du ou des dirigeants |
| Baisse de motivation des équipes salariées et Leadership ou autorité difficiles à maintenir | <ul style="list-style-type: none"> • S'assurer que chacun a des objectifs clairs et ambitieux, et de l'autonomie pour résoudre les problèmes • Tracer des limites claires et des règles explicites pour tous • S'assurer d'un bon travail d'équipe et du partage de l'information • Apprendre à communiquer à son équipe et en externe, surtout en situation difficile • Préserver la confidentialité tout en donnant assez d'informations • Tenir sa parole et tenir sa langue • Expliquer mais ne pas se justifier. Accepter ses erreurs, accepter ses détracteurs jusqu'à une certaine limite. Travailler sa confiance en soi. Rester loin de l'équipe quand votre moral est mauvais • Accepter d'être respecté sans chercher à être aimé ou admiré. Ne pas avoir peur de déplaire • Bien répartir les rôles entre les cofondateurs. | <ul style="list-style-type: none"> • Traiter les points de la colonne de gauche encore en attente • Se séparer promptement des personnes les moins motivées, performantes et évolutives • Mieux répartir les objectifs et responsabilités au sein des équipes |
| Conflits dans l'équipe fondatrice | <ul style="list-style-type: none"> • Avoir déjà travaillé sur des projets auparavant avec l'équipe. Si possible, sous condition de stress. Le mieux est que les fondateurs se connaissent depuis plusieurs années • Avoir partagé les mêmes références, notamment par la lecture d'ouvrages de référence comme « Crossing the Chasm » • Aligner les objectifs et les motivations de chacun avant la création effective. Mieux vaut se disputer avant qu'après • Pacte d'actionnaires qui prévoit les cas de conflits entre fondateurs • Avoir un manager principal clair dans l'équipe aussi bien du point de vue de la représentation à l'extérieur, dans le fonctionnement de la startup, que dans l'actionariat. | <ul style="list-style-type: none"> • Trouver un médiateur qui fera la pédagogie a posteriori, s'il n'est pas trop tard. Les autres associés ne sont plus en bonne posture pour le faire • Se mettre d'accord ou se séparer rapidement à l'amiable. Il faut éviter de laisser pourrir une situation qui détériore l'ambiance de travail dans la startup • Revenir aux fondamentaux : la startup est-elle la recherche d'une réussite purement personnelle ou cherche-t-elle à accomplir un grand projet en équipe ? |

| | Prévention | Guérison |
|--|---|---|
| Parachutage d'un nouveau dirigeant par les investisseurs | <ul style="list-style-type: none"> • Création d'une équipe solide dès le départ avec les compétences clés de la startup (techniques, business) • Limiter la dilution du capital des fondateurs et des droits de vote dans chaque tour de financement • Anticiper cette situation en la demandant plutôt qu'en la subissant. Les signes déclencheurs sont généralement bien connus des personnes expérimentées car la situation est fréquente • Savoir que cette situation est possible, l'intégrer dans sa logique et surtout ne pas communiquer à des tiers (familles ou amis) comme si la situation de CEO était éternelle • Accepter d'endosser un rôle non exécutif, comme la définition de la stratégie | <ul style="list-style-type: none"> • Les fondateurs acceptent de spécialiser leur rôle (CTO, etc.) dans la nouvelle équipe de management • Mettre son ego au placard • Basculer son rôle en Président du Conseil d'administration ou du Directoire pour ménager l'ego et compléter éventuellement par un poste opérationnel (CFO, CTO) |

Source : Olivier Ezratty, Guide des Startups en France, mai 2019.

Les outils recommandés



Analyse de marché international

Utilisez des données de marché et des rapports sectoriels pour évaluer le potentiel de nouveaux marchés.



Pitch deck

Préparez votre pitch deck pour attirer les investisseurs ainsi que tous les documents supports.



Réseaux d'investisseurs

Rejoignez des réseaux locaux ou internationaux d'investisseurs pour accéder à des opportunités de financement.



Chaque phase de maturité apporte son lot de défis. Mais en suivant ces processus clés et en utilisant les outils recommandés, l'entrepreneur peut naviguer avec succès à travers les différentes étapes de développement de sa startup digitale.

3.6 Étude de cas : Focus sur deux entrepreneurs en croissance !

Étude de cas 1 : L'entrepreneur en croissance dans le domaine de la fintech



Entrepreneur : Sarah Coulibaly

Secteur : Fintech

Idée initiale : Développement d'une application de gestion financière personnalisée pour les jeunes adultes.

Sarah COULIBALY, une passionnée de technologie et de finances, a démarré en 2015 son parcours entrepreneurial avec une idée simple mais puissante : aider les jeunes adultes ivoiriens à mieux gérer leurs finances et à épargner intelligemment. Avec une équipe restreinte, elle a créé en Côte d'Ivoire une application conviviale qui permet aux utilisateurs de suivre leurs dépenses, d'établir des budgets et de recevoir des conseils financiers personnalisés. Le démarrage n'a pas été facile, mais grâce à une approche de conception centrée sur l'utilisateur et à des itérations constantes, l'application EducFin a gagné en popularité.

Etapes franchies



Validation de l'idée

Sarah a mené des enquêtes et des entretiens auprès d'un échantillon de 1 500 personnes à Abidjan pour confirmer que les jeunes adultes étaient intéressés par une telle application.



Incubation

Elle a rejoint Incub'Ivoire, un incubateur local qui lui a fourni un espace de travail, des ressources et des conseils pour affiner son modèle économique.



Lancement et accélération

Après le développement initial, l'application EducFin a été lancée avec succès sur les plateformes mobiles. Sarah a également participé à une accélération chez Orange Fablab qui lui a offert un réseau d'experts et d'investisseurs.



Levée de fonds

Grâce à la croissance constante des utilisateurs, Sarah a réussi à sécuriser 5 milliards de francs CFA d'investissements de capital-risque auprès d'AfricInvest pour développer davantage l'application.



Conseillers stratégiques

En cours de route, elle a établi des relations avec des conseillers financiers chevronnés qui l'ont aidée à prendre des décisions éclairées et à établir des partenariats stratégiques.

Succès et échecs



Succès

L'application a attiré 50 000 utilisateurs en quelques mois, créant une communauté engagée. Les investissements ont permis d'ajouter de nouvelles fonctionnalités et d'étendre la portée.



Échecs

Sarah a sous-estimé les coûts de développement initiaux, ce qui a mis en péril la trésorerie de l'entreprise. Certaines fonctionnalités ont également été mal reçues par les utilisateurs lors de leur première mise en œuvre.

Leçons apprises



Sarah a appris l'importance de rester adaptable et de réagir rapidement aux commentaires des utilisateurs. Elle a également réalisé que la construction d'une équipe diversifiée et solide était essentielle pour faire face aux défis en cours de route.

Étude de cas 2 : L'entrepreneur en croissance dans le domaine de l'agritech



Entrepreneur : David Ayevi

Secteur : Agritech

Idée initiale : Mise en place d'une plateforme en ligne pour connecter les agriculteurs locaux aux acheteurs et aux marchés.

David Ayevi, un ancien agriculteur de Glazoué dans le centre du Bénin, a reconnu les défis auxquels les agriculteurs locaux étaient confrontés pour vendre leurs produits. Il a eu l'idée de créer en 2014 une plateforme en ligne qui met en relation les agriculteurs avec les acheteurs et les marchés, éliminant ainsi les intermédiaires coûteux. Avec une petite équipe technique, il a lancé la plateforme et a commencé à nouer des partenariats avec des coopératives agricoles dont l'Union Départementale des Riziculteurs des Collines (UDR).

NB : Les faits sont réels mais les noms des personnages et de l'application sont fictifs. Des exemples de plate-forme similaires sont AppCereal et UDR.

Etapes franchies



Validation de l'idée

David a organisé à l'occasion d'un atelier de la GIZ, des sessions de discussions avec des agriculteurs locaux et des acheteurs potentiels pour valider l'intérêt pour sa plateforme.



Incubation

Il a rejoint un programme d'incubation agricole chez Agrolabs qui lui a fourni des mentors, des ressources et des ateliers pour développer son modèle d'affaires.



Lancement et accélération

La plateforme a été lancée et a gagné en traction, attirant un nombre croissant d'agriculteurs et d'acheteurs. David a également été sélectionné pour un accélérateur spécialisé dans l'agritech à l'occasion de la compétition de pitch organisée par la Banque Africaine de Développement (BAD) où sa startup a fini en deuxième position.



Levée de fonds

Grâce à la démonstration de la demande sur le marché, David a réussi à lever 6 milliards de francs CFA auprès de Noru Capital pour étendre la plateforme et lancer des campagnes marketing.



Conseillers stratégiques

Il a établi des partenariats avec des experts en logistique et en chaîne d'approvisionnement agricole pour optimiser les opérations.

Succès et échecs



Succès

La plateforme nommée AgriContacts enregistre 30 000 utilisateurs actifs et a permis à 10 000 agriculteurs de trouver des acheteurs directs, augmentant ainsi leurs profits. David a réussi à établir des partenariats avec des supermarchés et des restaurants locaux.



Échecs

Au début, la plateforme a connu des problèmes techniques qui ont affecté l'expérience des utilisateurs. Certaines coopératives agricoles étaient méfiantes à l'idée de rejoindre une plateforme en ligne.

Leçons apprises



David a compris que la confiance des utilisateurs était primordiale dans le secteur agricole. Il a également appris l'importance de la formation continue de son équipe technique pour maintenir la plateforme à jour et fonctionnelle.

Ces deux études de cas illustrent comment des entrepreneurs passionnés ont navigué à travers les défis et les succès pour faire croître leurs startups respectives dans des domaines variés. Les étapes clés, de l'idée à la croissance en passant par les incubateurs, accélérateurs, levées de fonds et conseils stratégiques, soulignent l'importance d'une vision solide, de l'adaptabilité et de la persévérance.

Chapitre 4

Formalisation et volet juridique



4. Formalisation et volet juridique

Le bon fonctionnement d'une entreprise digitale repose en grande partie sur la solidité de sa structure juridique, et sa crédibilité repose sur sa conformité légale. Ce chapitre examine les aspects clés de la formalisation et du volet juridique pour les entreprises numériques au Bénin. Il y sera question du choix de la structure juridique, du processus de formalisation, des obligations légales et réglementaires, ainsi que des facilités et incitations disponibles pour les entreprises digitales. Une lumière sera également jetée sur le Décret portant modalités d'octroi du label startup aux micro, petites et moyennes entreprises.

4.1 Choisir la bonne structure juridique ¹⁵

En tant qu'entrepreneur numérique, le choix de la structure juridique est une décision stratégique essentielle et se fait généralement après la phase d'idéation. Ce choix aura des implications importantes sur la gestion de l'entreprise, la répartition du capital, les modalités de prise de décisions, les responsabilités des associés et bien d'autres aspects.

En dehors de l'entreprise individuelle, les entrepreneurs numériques au Bénin ont le choix entre plusieurs formes juridiques dont : la société à responsabilité limitée (SARL), la société anonyme (SA), la société par actions simplifiées (SAS), la société en nom collectif (SNC) et la société en commandite simple (SCS). La SARL est notamment la forme sociale la plus fréquente au Bénin.

¹⁵ apiex.bj-Les formes d'entreprises et formalités de création

4.1.1 Le statut de l'entrepreneur



Le régime de l'entrepreneur, introduit en 2010 par l'OHADA (Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires), permet à une personne physique d'exercer une activité professionnelle relativement peu importante au regard du chiffre d'affaires. Ce statut offre des avantages similaires à celui de commerçant, tout en allégeant certaines contraintes.

Les formalités à accomplir pour un entrepreneur sont :

- L'enregistrement au statut de l'entrepreneur.
- L'immatriculation à l'Identifiant Fiscal Unique
- L'établissement de la carte d'entrepreneur.

4.1.2 Le commerçant personne physique, entreprise individuelle ou établissement



Le statut de commerçant personne physique est applicable aux personnes qui font de l'accomplissement d'actes de commerce leur profession. Les actes de commerce par nature incluent notamment l'achat de biens en vue de leur revente, les opérations bancaires, les contrats entre commerçants, l'exploitation industrielle, etc.

L'entreprise individuelle, également appelée entreprise en nom propre, est une forme simple de constitution. Elle implique l'immatriculation auprès de l'APIEx et les inscriptions nécessaires pour opérer légalement.

Les avantages

- Une constitution simple (pas besoin de statuts notariés)
- Aucun capital minimal requis
- Une totale liberté d'action pour l'entrepreneur



Les inconvénients

- La responsabilité illimitée de l'entrepreneur
- L'absence de distinction entre patrimoine privé et patrimoine professionnel



L'entreprise individuelle est adaptée aux entrepreneurs numériques qui opèrent seuls. Pour une startup digitale promise à une croissance rapide et aux besoins de financement élevés, cette option est limitée et peu recommandée.

Les formalités à accomplir pour acquérir le statut de commerçant personne physique, entreprise individuelle ou établissement sont :

- L'immatriculation au Registre du Commerce et du Crédit Mobilier (RCCM)
- La publication d'une annonce au journal d'annonces légales
- L'immatriculation à l'Identifiant Fiscal Unique (IFU)
- L'attribution du numéro employeur CNSS
- L'établissement de la carte professionnelle

4.1.3 La société



La création d'une société commerciale implique généralement que deux personnes ou plus, affectent des biens en numéraires ou en nature à une activité dans le but de partager le bénéfice ou d'en profiter. La société commerciale peut être créée dans l'intérêt commun des associés, et dans certains cas, par une seule personne qui est alors associée unique.

Les formalités à accomplir pour la création d'une entreprise sociétaire sont :

- L'enregistrement des statuts
- L'immatriculation au Registre du Commerce et du Crédit Mobilier (RCCM)
- La publication de l'immatriculation sur le site de l'APIEx
- L'immatriculation à l'Identifiant Fiscal Unique
- L'attribution du numéro employeur CNSS
- L'établissement de la carte d'importateur ou carte professionnelle

Lorsque le choix fait est celui de la société, différentes formes juridiques s'offrent à l'entrepreneur, avec chacune ses avantages et ses implications en termes de responsabilité, de fiscalité et de flexibilité.

La SARL ou SURL (Société à Responsabilité Limitée ou Société Unipersonnelle à Responsabilité Limitée)

il s'agit d'un choix populaire pour les petites entreprises numériques. Les associés (ou l'associé unique) ont une responsabilité limitée à leurs apports et la gestion de la société est relativement flexible

La SAS (Société par Actions Simplifiée)

elle offre une grande flexibilité dans la rédaction des statuts et dans la gestion de l'entreprise. Elle est adaptée aux entrepreneurs qui souhaitent personnaliser les règles de fonctionnement

La SA (Société Anonyme)

relativement complexe, elle est adaptée aux projets digitaux ambitieux. Elle permet la levée de capitaux publics, mais elle est soumise à des exigences réglementaires strictes.

La Société en Nom Collectif (SNC)

dans cette forme de société, les associés ont une responsabilité solidaire et illimitée quant aux dettes sociales. Contrairement à la SARL où la responsabilité des associés est limitée à leurs apports, dans une SNC, chaque associé est personnellement et indéfiniment responsable des dettes de la société. La SNC est une option pour les entrepreneurs numériques qui souhaitent s'associer étroitement dans un projet digital

La Société en Commandite Simple (SCS)

il s'agit d'une forme intermédiaire entre la SNC et la SAS. Elle implique deux types d'associés : les commandités, qui ont une responsabilité solidaire et illimitée pour les dettes sociales, et les commanditaires, dont la responsabilité est limitée aux apports qu'ils ont effectués. La SCS peut être un choix approprié pour les entrepreneurs numériques qui recherchent un équilibre entre la responsabilité illimitée des commandités et la limitation de la responsabilité des commanditaires

Le Groupement d'Intérêt Économique (GIE)

il a pour but exclusif de mettre en œuvre pour une durée déterminée, tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou à accroître les résultats de cette activité. Son activité doit se rattacher à l'activité économique de ses membres et ne peut avoir qu'un caractère auxiliaire par rapport à celle-ci.

Lors du choix de la forme juridique d'une startup, il est essentiel de considérer plusieurs facteurs clés : la participation de multiples fondateurs et investisseurs nécessite généralement une structure pluripersonnelle. Étant donné le risque élevé encouru, une limitation de la responsabilité des fondateurs est importante. La flexibilité juridique pour gérer les actionnaires et les implications fiscales significatives sont également des considérations primordiales.

Le choix de la forme juridique (entreprise individuelle, SARL, SAS, SA) implique également des conséquences fiscales significatives. Chaque option présente des avantages et des inconvénients en matière d'imposition ; il est donc crucial de choisir celle qui correspond le mieux aux attentes définies. Les petites entreprises ont souvent le choix entre le régime fiscal simplifié et le régime réel. Le régime simplifié se caractérise par sa facilité de gestion, tandis que le régime réel permet une déduction plus précise des dépenses.

Le choix de la forme juridique dépend des objectifs et des préférences des entrepreneurs numériques au Bénin. La SARL combine une souplesse administrative avec la limitation de la responsabilité ; la SNC implique une responsabilité solidaire entre associés et la SCS permet un équilibre entre responsabilité illimitée et limitation de la responsabilité. La Société par Actions Simplifiées (SAS) pourrait être considérée comme un choix judicieux car elle combine de la flexibilité, une capacité à attirer des investisseurs ainsi qu'une structure adaptée à la croissance rapide. Cependant, il est toujours conseillé de consulter un expert juridique pour prendre une décision éclairée en fonction des besoins spécifiques du projet nourri. Chacune des formes juridiques a ses avantages et ses inconvénients ; il est donc important de choisir celle qui correspond le mieux aux besoins spécifiques de chaque projet digital.

4.2 Le processus de formalisation

Au Bénin, il est désormais possible de créer son entreprise et d'effectuer toutes les formalités en ligne. La formalisation d'une entreprise numérique a été largement simplifiée grâce à la plateforme en ligne monentreprise.bj, développée par l'Agence de Promotion des Investissements et des Exportations (APIEx). Cette plateforme offre une solution rapide et accessible pour la création, la formalisation ou la régularisation d'une entreprise.

4.2.1 La création en ligne facilitée



La création nécessite une connexion internet et un terminal adapté (smartphone, tablette ou ordinateur), et l'accès au lien monentreprise.bj. Ce lien fournit une méthode rapide et conviviale pour créer son entreprise numérique. La plateforme simplifie les démarches administratives, accélérant ainsi le processus de formalisation.

4.2.2 Le choix de la structure juridique et les statuts-types



Lors de la formalisation d'une Société à Responsabilité Limitée (SARL), la plateforme propose des statuts-types préétablis. Ces statuts sont conçus pour être remplis de manière intuitive par les fondateurs de l'entreprise, ce qui permet de réduire les formalités et d'accélérer le processus.

Le concours d'un notaire peut s'avérer indispensable durant le processus de formalisation. En effet, la création d'une Société par Actions Simplifiée (SAS) ou d'une Société Anonyme (SA) nécessite l'intervention d'un notaire pour la rédaction des statuts notariés. Cette intervention implique des coûts supplémentaires, mais elle garantit une rédaction précise et conforme à la réglementation en vigueur. Le notaire intervient également dans les cas de pacte d'actionnaires, de recapitalisation, d'ouverture du capital, de sortie d'un actionnaire ou encore de changement de statuts par exemple.

4.2.3 Les pièces requises pour la formalisation



Le processus de formalisation implique de fournir diverses pièces justificatives, notamment :

Une pièce d'identité en cours de validité



une copie de la carte nationale d'identité ou du passeport du fondateur

Un acte de naissance



un acte de naissance officiel sécurisé ¹⁶

Une photo d'identité



une photo récente aux normes d'identité

Un extrait de casier judiciaire



un extrait de casier judiciaire vierge pour démontrer l'absence de condamnations ¹⁷. A défaut de cette pièce, le fondateur peut fournir une déclaration sur l'honneur signée et attestant de l'exactitude des informations fournies. Le formulaire de cette déclaration est fourni par l'APIEx.

¹⁶ Délivrance d'acte de naissance sécurisé

¹⁷ Délivrance du casier judiciaire (Extrait B3 du casier judiciaire)

4.2.4 Les coûts de la procédure



Les frais de la procédure de formalisation s'élèvent généralement à environ 10 000 Francs CFA. Ce montant peut cependant varier en fonction des spécificités de l'entreprise à formaliser.

Tous les frais peuvent être payés à l'aide des moyens modernes de paiement que constituent les banques en ligne, les cartes de crédit ou le mobile money.

4.2.5 L'obtention des documents et actes



À l'issue de l'inscription en ligne sur la plateforme de l'APIEx, l'utilisateur se voit transmettre un code QR généré par la plateforme et qui lui permet d'obtenir et d'imprimer à sa guise tous les documents et actes liés à sa structure :

| | | | |
|---|--|--|--|
| L'extrait du Registre de Commerce (RCCM) | | L'attestation d'immatriculation à l'Identifiant Fiscal Unique (IFU) | |
| L'annonce légale parue au journal d'annonces légales | | La déclaration d'établissement de l'entreprise à la Direction Générale du Travail (DGT) | |
| La carte d'importateur ou carte professionnelle dont la durée de validité est de deux (02) ans | | | |

4.3 Les obligations légales et réglementaires

Une fois la startup créée, elle doit respecter un certain nombre d'obligations professionnelles. Celles-ci varient en fonction du statut juridique choisi. Si elles peuvent sembler contraignantes, elles sont néanmoins essentielles au fonctionnement normal de l'entreprise et pour assurer sa conformité avec la loi. Pour garantir la sécurité et la régularité des transactions, les tiers et les pouvoirs publics ont intérêt à être renseignés sur les affaires de l'entrepreneur numérique. Le respect des obligations professionnelles permet à l'entreprise d'exercer son activité dans les limites définies par la loi, d'assurer sa protection et celle de ses investisseurs, et de réduire au minimum son exposition à des poursuites judiciaires.

4.3.1 Les obligations comptables



Toute entreprise est astreinte à la tenue de livres de commerce. Les livres de commerce sont requis par la réglementation comptable pour les entreprises commerciales et leur contenu rassemble les informations liées à la gestion de l'entreprise. Au Bénin, les livres de commerce obligatoires incluent :

Le livre journal
qui retrace
chronologiquement
les mouvements et
opérations comptables
de l'exercice



Le grand livre qui
présente l'ensemble
des comptes de
l'entreprise



**La balance générale
des comptes**



Le livre inventaire qui
retranscrit le bilan et
le compte de résultat
de chaque exercice,
ainsi que le résumé de
l'opération d'inventaire



Le livre de paie qui
présente les différents
paiements effectués



Ces documents doivent être tenus chronologiquement, sans blanc ni altération d'aucune sorte. Ils doivent être cotés et paraphés par le tribunal commercial et doivent être conservés pendant dix ans. Ce délai de conservation commence à courir à compter de la date de clôture des livres.

Les correspondances reçues et les copies des courriers envoyés doivent être conservées pendant la même durée. L'inobservation de ces obligations expose à des sanctions pénales. L'entreprise a en outre l'obligation d'ouvrir un compte en banque ou dans une institution autorisée.

4.3.2 Les obligations fiscales



A compter du commencement de ses activités, l'entrepreneur doit, dans un délai raisonnable, faire une déclaration auprès du fisc. Il doit opter pour un régime d'imposition et s'acquitter des impôts et taxes prévus par la loi : impôts sur les bénéfices des sociétés, patentes, taxe sur la valeur ajoutée (TVA), taxes patronales et d'apprentissage, droits d'enregistrement et de timbre, droits et taxes de douane, etc.

Si pour une raison quelconque, l'entreprise n'exerce pas d'activités après son enregistrement légal ou qu'elle a entièrement cessé toute activité, son dirigeant est tenu d'adresser un courrier à l'administration fiscale, l'informant de son inactivité et de la durée potentielle de cette inactivité. Cette formalité protège l'entreprise des mesures coercitives liées au non-paiement des charges fiscales.

4.3.3 Les obligations sociales



L'entreprise numérique qui s'apprête à recruter du personnel doit préalablement faire une déclaration à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS) et obtenir une autorisation antérieure à l'embauche. L'employeur est également tenu de déclarer ses travailleurs à la CNSS et de payer toutes les cotisations prévues par la loi.

Outre les obligations mentionnées ci-dessus, l'entreprise est également tenue au respect de prescriptions telles que :

La déclaration des revenus

elle doit soumettre chaque année une déclaration fiscale et comptable conforme à la législation en vigueur

La facturation électronique

elle est tenue d'émettre des factures normalisées conformément aux règles établies

La protection des données

pour une entreprise qui traite des données personnelles, il est impératif de respecter les lois en matière de protection des données ¹⁸ afin de garantir la confidentialité et la sécurité des informations des clients. A cet effet, après le dépôt d'un dossier auprès de l'Autorité de Protection des Données Personnelles, l'entreprise peut se voir soumise à l'un des trois régimes prévus

- **Le régime de déclaration** : il s'applique aux traitements contenant des informations sur des personnes physiques et réalisés à partir de systèmes d'information tels que la vidéo surveillance, les mécanismes de reconnaissance d'empreinte digitale, les badges d'identification, les systèmes d'écoute téléphonique, les cartes magnétiques, les systèmes de géolocalisation, les bases de données de personnel, de clients, de fournisseurs, les sites d'e-commerce, les applications mobiles ou autres solutions numériques.

18 Protection des Données à caractère Personnel

- **Le régime de demande d'autorisation** : il concerne les traitements de données susceptibles de porter atteinte à la vie privée. Le plus souvent, les traitements soumis à autorisation préalable portent sur les données génétiques et les données sur la recherche dans le domaine de la santé, les données destinées à interconnecter des systèmes, les données sur un numéro national d'identification ou tout autre identifiant de portée générale, les données biométriques, les données faisant l'objet d'un transfert vers d'autres Etats, etc.
- **Le régime d'avis** : l'Autorité de Protection répond aux demandes d'avis des pouvoirs publics, notamment des juridictions et, le cas échéant, des particuliers. Elle peut ainsi être consultée sur tout projet de loi ou décret relatif à la protection des personnes à l'égard des traitements automatisés.

Les déclarations et les demandes d'autorisation ou d'avis sont présentées devant l'Autorité de Protection par le responsable de traitement, par l'entremise de son avocat ou par toute autre personne physique ou morale dûment mandatée.

4.4 Les facilités et incitations disponibles pour les entreprises digitales

4.4.1 La loi n° 2020-03 du 20 mars 2020 portant promotion et développement des micro, petites et moyennes entreprises (MPME)



Les entreprises digitales sont d'abord considérées comme des micro, petites et moyennes entreprises, et bénéficient à ce titre des avantages et incitations destinées aux MPME. La Loi n° 2020-03 du 20 mars 2020¹⁹ portant promotion et développement des micro, petites et moyennes entreprises (MPME), dote le Bénin d'un cadre juridique, institutionnel

¹⁹ loi n° 2020-03 du 20 mars 2020

et financier pour les entreprises. Cette loi permet de formaliser le dispositif de reconnaissance et de catégorisation des MPME afin que ces dernières puissent bénéficier de mesures spécifiques et d'aides de l'Etat.

► Les mesures spécifiques et aides de l'Etat

Cette loi met au bénéfice des MPME :

- Des facilités et incitations fiscales pour l'achat des équipements professionnels nécessaires aux activités des MPME (exonérations de droits et taxes d'entrée), pour la création et le maintien des MPME, pour les entreprises qui transforment la matière première locale, pour les pépinières et incubateurs d'entreprises, et pour la compensation des acomptes d'impôt sur les sociétés au cordon douanier, etc.
- Des mesures de promotion et de financement des MPME : assistance technique, facilités d'accès au foncier et aux sites aménagés, mécanismes ou institutions spécifiques de financement et de garantie
- Diverses mesures de soutien aux MPME en difficulté

4.4.2 L'Agence pour le Développement des Petites et Moyennes Entreprises (ADPME)



L'Agence pour le Développement des Petites et Moyennes Entreprises (ADPME) est créée pour opérer en qualité de guichet unique d'accompagnement des entreprises sur des services financiers et non financiers. Les missions de l'ANPME consistent à :

- Orienter et suivre ces entreprises vers les meilleures opportunités d'assistance et de financement aux plans local, sous régional et international
- Servir d'interface entre les PME existantes ou celles nouvellement créées, et l'Etat
- Recenser et accompagner les entreprises à fort potentiel de croissance
- Identifier et mettre en œuvre des mesures de soutien ou d'aide à la restructuration et au développement des entreprises, notamment celles en difficulté
- Promouvoir des outils et produits financiers adaptés aux besoins des PME
- Analyser les performances de structures et programmes d'appui
- Mettre à la disposition des entreprises, des ressources humaines qualifiées
- Permettre aux startups d'entrer en relation avec d'autres écosystèmes d'incubation et d'accélération

4.4.3 Le Code Général des Impôts (CGI) du Bénin



Les impôts sont sans doute l'une des bêtes noires des entreprises qui se lancent. Elles n'ont pourtant plus à s'en faire, en tout cas, pas dès leur lancement. La raison en est que l'article 147 du Code Général des Impôts (CGI) ²⁰ du Bénin octroie trois avantages fiscaux que sont :

- Une exonération de l'impôt sur les sociétés (IS) pendant les 2 premières années d'activité
- Une exonération du Versement Patronal sur les Salaires (VPS) pendant les 2 premières années d'activité
- Une réduction de 50 % de l'IS et du VPS au titre de la troisième année d'activité.

Pour prétendre à ces avantages, la startup numérique doit réaliser un chiffre d'affaires annuel hors taxe inférieur à 100.000.000 FCFA, et être titulaire du label startup.

4.5 Lumière sur le décret portant modalités d'octroi du label startup aux micro, petites et moyennes entreprises

Le label startup, un catalyseur pour l'écosystème entrepreneurial, a été introduit par le décret adopté en Conseil des Ministres au Bénin le 22 mars 2023. Ce décret, intitulé « Modalités d'octroi du label startup aux micro, petites et moyennes entreprises et les droits et obligations y relatifs », a été conçu pour créer un environnement réglementaire favorable à l'identification et à la labellisation des startups. L'objectif principal est de permettre aux startups de bénéficier de diverses facilités et avantages en relation avec leur statut, favorisant ainsi leur croissance et leur contribution à l'innovation économique.

²⁰ Code Général des Impôts

4.5.1 La mise en place du cadre réglementaire



Le décret instaure un cadre réglementaire clair et structuré pour le processus d'identification et de labellisation des startups. Cette étape est cruciale pour que les startups puissent prétendre aux avantages prévus par le décret et le statut de startup labellisée sera le sésame pour accéder à ces avantages.

4.5.2 Le rôle du comité technique



Un comité technique a été créé en vertu du décret relatif au label startup. Il est chargé de gérer l'octroi de ce label aux MPME. Les principales responsabilités du comité technique incluent :

- **L'étude des dossiers de candidature** : le comité reçoit et évalue les dossiers de candidature soumis par les startups désireuses de bénéficier du label. Cette étape vise à garantir que les entreprises répondent aux critères d'éligibilité ;
- **La publication de la liste des startups labellisées** : le comité publie périodiquement la liste des startups auxquelles le label a été délivré. Cela permet de mettre en avant les entreprises innovantes et de favoriser la transparence du processus ;
- **La notification des décisions** : le comité communique aux startups lauréates les décisions prises concernant leurs dossiers. Cela garantit une communication fluide et rapide avec les startups ;
- **La révocation du label** : le comité peut décider de révoquer le label octroyé à une startup en cas de non-respect des critères ou de changement du statut de cette dernière.

4.5.3 Les avantages et facilités offerts par le label



Le décret énonce les avantages prévus pour les startups labellisées. Ces avantages concernent divers domaines et intègrent :

- **Des facilités fiscales** : le décret instaure des dispositions fiscales favorables pour les startups, allégeant ainsi leurs charges fiscales afin d'encourager leur développement
- **La propriété intellectuelle** : des facilités sont prévues pour aider les startups à protéger leurs droits de propriété intellectuelle, favorisant ainsi l'innovation et la créativité
- **Des formalités douanières pour les entreprises numériques** : les opérations douanières sont simplifiées pour ces startups qui bénéficieront de facilités dans les procédures douanières
- **L'exportation de matières premières** : des dispositions sont prévues pour faciliter l'exportation de certaines matières premières, favorisant les opportunités commerciales à l'international

Le décret sur le label startup au Bénin démontre l'engagement du gouvernement pour le développement de l'écosystème entrepreneurial et digital. Cette initiative vise à encourager l'innovation, la croissance et l'expansion des startups en offrant des avantages et des facilités qui renforcent leur compétitivité sur la scène nationale et internationale. Les entrepreneurs numériques doivent donc considérer le label startup comme une opportunité pour stimuler leur entreprise et maximiser leurs chances de succès.

En somme, la dimension juridique ne doit pas être négligée lors de la création d'une startup. Si elle n'est pas aussi passionnante que le développement d'un nouveau produit ou service, elle reste néanmoins cruciale pour la réussite de l'entreprise. Les startups qui réussissent sont celles qui savent allier innovation technologique et rigueur juridique. Il est donc essentiel de bien s'informer et de se faire accompagner au besoin par un expert juridique.

4.6 Le Code du Numérique : comprendre le cadre légal et réglementaire



Le cadre juridique de la transformation digitale

L'existence d'un cadre légal et réglementaire adéquat détermine largement la réussite de toute transformation digitale. Les règles relatives au secteur du numérique au Bénin sont définies par la loi n° 2017-20 du 20 avril 2018 portant Code du numérique en République du Bénin ²¹. Le Code du numérique a pour ambition :

- » De garantir une forte sécurité juridique aux entreprises et aux investisseurs
- » D'assurer aux citoyens un niveau élevé de protection afin de renforcer leur confiance dans les services numériques
- » D'arrimer le droit aux mutations technologiques en proposant des solutions renouvelées et adaptées en matières civile, commerciale, pénale et administrative

Le contenu du Code du numérique

Entre la modernisation de l'existant et l'adoption de dispositions complémentaires, le Code du numérique contient 647 articles répartis dans les 07 livres suivants :

- » **Le livre préliminaire** intitulé « *Définitions et objet* », présente des notions nécessaires à la compréhension du texte ainsi que les thèmes abordés par le Code (articles 1er à 02)
- » **Le livre premier** intitulé « *Réseaux et services de communications électroniques* », aborde les activités de communications électroniques et le statut juridique des personnes qui les exploitent (articles 03 à 265)
- » **Le livre deuxième** intitulé « *Outils et écrits électroniques* », traite de la valeur juridique des actes électroniques tels que les écrits, signatures, cachets, horodatages et archivages électroniques, et de l'authentification de sites Internet (articles 266 à 304)

²¹ Code du numérique

- » **Le livre troisième** intitulé « *Prestataires de services de confiance* », définit le statut, les obligations, le contrôle et les sanctions applicables aux prestataires de services de confiance (articles 305 à 325)
- » **Le livre quatrième** intitulé « *Commerce électronique* », s'applique à toute commande, contrat ou transaction, conclu en ligne ou par voie électronique en vue de la fourniture de biens ou services, ainsi qu'à toute activité de commerce électronique (articles 326 à 378)
- » **Le livre cinquième** intitulé « *Protection des données à caractère personnel* », définit le cadre légal de protection de la vie privée et professionnelle consécutif à la collecte, au traitement, à la transmission, au stockage et à l'usage des données à caractère personnel (articles 379 à 490)
- » **Le livre sixième** intitulé « *Cybercriminalité et cybersécurité* », fixe les règles et les modalités de lutte contre la cybercriminalité en République du Bénin, mais également le cadre institutionnel, les règles ainsi que les modalités d'utilisation de la cryptologie (articles 491 à 639) ;
- » **Le livre septième** intitulé « *Dispositions transitoires et finales* » conclut le Code (articles 640 à 647)

La loi de révision n° 2020-35 du 06 janvier 2021 a permis au législateur béninois de procéder à des ajustements dans le Code du numérique sans en faire bouger le fond.

L'aspect réglementaire

Plusieurs décrets d'application du Code du numérique ²² ont été pris par le gouvernement béninois pour accompagner la législation dans le secteur du numérique et encadrer la transformation digitale.

²² Les décrets d'application du Code du numérique

Pourquoi le Code du numérique est-il essentiel pour les entreprises et les professionnels du numérique ?

Le Code du numérique est aujourd'hui un outil essentiel pour naviguer dans l'univers numérique. Diverses raisons justifient de se le procurer :

- » Il offre une meilleure compréhension des enjeux du monde numérique et permet de se protéger contre les risques liés à l'utilisation d'Internet, des réseaux sociaux et des technologies numériques dans leur ensemble ;
- » Il éclaire quant au respect de la réglementation en vigueur en matière de protection des données personnelles, de propriété intellectuelle et de sécurité en ligne ;
- » Il édifie quant au respect des droits d'auteur et à la protection de ses données personnelles, et aide à éviter les arnaques en ligne et les menaces numériques ;
- » Il fournit une claire compréhension des enjeux de la transformation numérique et de l'adaptation aux changements qui en découlent ;
- » Il est essentiel pour la gestion de la sécurité informatique et pour la sécurisation des données et des processus dans le cadre de la transformation numérique des entreprises ;
- » Il est important pour la conception, la réalisation et la mise en œuvre de solutions informatiques répondant aux besoins des entreprises.



Le Code du numérique est un guide complet pour toute personne en quête d'une meilleure compréhension du monde numérique. Pour se protéger contre les risques liés à l'utilisation d'Internet et des technologies numériques, il importe de se le procurer dès maintenant ! Le Code du numérique est disponible à la vente dans les librairies SONAEC et Notre-Dame.

4.7 La protection des données personnelles : comprendre et se conformer à la réglementation sur les données personnelles



Le cadre légal de la protection des données personnelles

L'Autorité de Protection des Données à Caractère Personnel (APDP) impose aux startups mettant en œuvre des traitements automatisés ou manuels de données personnelles, de se conformer au régime de protection des données personnelles au Bénin ²³.

Dès lors que l'on collecte et traite des données personnelles par l'intermédiaire de bases de données de personnel, clients ou fournisseurs, de sites e-commerce, d'applications web ou mobiles, de systèmes de vidéosurveillance, de reconnaissance d'empreintes digitales, de badges d'identification, de cartes magnétiques, de géolocalisation ou de toutes autres solutions numériques, il est nécessaire d'accomplir des formalités préalables auprès de l'APDP.

De même, toute base de données contenant des informations sur les utilisateurs d'un service doit être déclarée à l'APDP. De surcroît, au sein de ces bases de données, les mots de passe des utilisateurs doivent être cryptés et inaccessibles en clair aux équipes de la startup. La prise en compte des exigences de la loi en matière de protection des données personnelles est un enjeu important et le non-respect de ses prescriptions expose les startups à de lourdes sanctions.

²³ Les outils de la conformité au régime de protection des données personnelles au Bénin

Le champ d'application de la réglementation

- » Les données personnelles : elles correspondent à toute information de quelque nature que ce soit et indépendamment de son support, relative à une personne physique identifiée ou identifiable ou susceptible de l'être directement ou indirectement, par référence à un ou plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, culturelle, sociale ou économique. Cela inclut les nom, prénom, photographie, date de naissance, parenté, alliance, empreinte, adresse courriel, adresse postale, numéro de téléphone, matricule interne, immatriculation, numéro de sécurité sociale, adresse IP, identifiant de connexion informatique, empreinte numérique, enregistrement vocal, numéro de carte bancaire, groupe sanguin, code ADN, etc.
- » Un traitement : il désigne toute opération ou tout ensemble d'opérations portant sur des données, quels que soient la finalité, la durée ou le procédé utilisé, notamment la collecte, l'enregistrement, l'organisation, la consécration, l'adaptation ou la modification, l'extraction, la consultation, l'utilisation, la communication par transmission ou diffusion, et toute autre forme de mise à disposition.

Quels sont les régimes applicables aux formalités préalables ?

- » Le régime de déclaration
- » Le régime de demande d'autorisation
- » Le régime de demande d'avis

Quels sont les principes gouvernant le traitement des données personnelles ?

- » Le principe de légitimité
- » Le principe de licéité
- » Le principe de finalité
- » Le principe de proportionnalité
- » Le principe d'exactitude

Quels sont les droits des personnes concernées ?

- » Le droit à l'information
- » Le droit d'accès
- » Le droit d'opposition
- » Le droit de rectification et de suppression

Quelles sont les obligations des responsables de traitement ?

- » L'obligation de confidentialité
- » L'obligation de sécurité
- » L'obligation de conservation
- » L'obligation de pérennité

4.8 La protection de la propriété intellectuelle dans une startup



La propriété intellectuelle est souvent au cœur du business model des startups. Qu'il s'agisse d'un logiciel, d'une nouvelle technologie, d'un design innovant ou d'une méthode de travail originale, il est crucial de protéger les actifs intellectuels de l'entreprise.

La protection de la propriété intellectuelle de l'entreprise peut avoir plusieurs finalités : défensive vis-à-vis de concurrents, monétaire lorsqu'elle est valorisable sous forme de licences, et aussi inspirer confiance à des investisseurs potentiels.

La législation offre plusieurs outils pour assurer la protection : le brevet, le droit d'auteur, le droit des marques, le droit des dessins et modèles, etc. Chacun de ces outils a ses spécificités et convient à un type d'actif particulier. Il est donc important de se renseigner sur les différentes options et de choisir celle qui correspond le mieux à la nature de l'innovation développée par sa startup.

La procédure d'enregistrement auprès de l'OAPI est disponible auprès du Ministère de l'Industrie et Commerce ²⁴.

Quels sont les actifs intellectuels que la startup doit protéger ?

Les marques

| | |
|---------------------------------|---|
| Définition | Signes verbaux, figuratifs et sonores servant à désigner produits et services |
| Marques de produits | Chocolat GOUNOU, T Shirt NAF NAF |
| Marques de services | Assurance ORO, Fintech KKiaPay |
| Le droit de la marque s'obtient | » Par l'usage » Par l'enregistrement « marque déposée » |

²⁴ commerce.gouv.bj

| Le nom commercial | |
|---|--|
| Définition | C'est la dénomination sous laquelle est connue et exploitée une entreprise |
| Marques de produits | Google, Meta, Apple, Microsoft |
| Marques de services | » Par l'usage » Par l'enregistrement |
| Le nom de domaine | |
| <p>c'est l'adresse principale d'un site web. Il est recommandé d'enregistrer ses noms de domaine sous les principales extensions (« .fr », « .com », « .bj »). Le Code du numérique (article 209 et suivants) organise l'enregistrement des noms de domaine à extension «.bj» dont le registraire est Jeny SAS²⁵. Mettre en place une politique de surveillance des noms de domaine s'avérera efficace</p> | |
| Les brevets | |
| <p>ce sont des titres délivrés à un inventeur par les pouvoirs publics. On peut déposer les brevets de procédés techniques mettant en œuvre un logiciel, pour peu que ce logiciel interagisse avec du matériel</p> | |
| Obligations du breveté | Droits du breveté |
| Payer les taxes | Droit exclusif |
| Exploiter le brevet | » Droit de le céder en totalité ou en partie » Droit de poursuivre les contrefacteurs |

Les dessins et modèles

| | |
|--------------------|---|
| Dessins et modèles | Création de forme, de trait et de couleur présentant un caractère d'originalité |
| Le dessin | Dessins sur du tissu ou des étoffes, motifs des papiers d'emballage, des revêtements de sol |
| Le modèle | Formes de meubles ou de bouteilles, modèles de carrosserie ou de sièges |

Le droit d'auteur

les logiciels en relèvent par nature. La protection du logiciel par le droit d'auteur est simple et plus sûre que sa protection par le droit des brevets. De plus, le logiciel créé par le salarié dans l'exercice de ses fonctions appartient à son employeur. Les logiciels bénéficient du statut d'œuvre protégée dans le cadre de la législation sur les droits d'auteurs ²⁶

Il existe d'autres procédés permettant de préserver la preuve de son antériorité sur un logiciel. Il peut être procédé à un dépôt des sources des logiciels auprès d'un notaire. Une autre méthode consiste à s'adresser le logiciel à soi-même par colis recommandé avec accusé de réception, dans un paquet scellé, lequel sera conservé fermé. Cette méthode a cependant une force probante moins importante ;

Le secret d'affaire ou savoir-faire industriel

applicable à tout ce qui ne peut pas être identifié par le concurrent en possession de votre produit ou service, et notamment aux solutions web. Ce secret industriel n'implique pas de procédure spécifique liée à l'OAPI ou à une autre institution, mais nécessite une certaine rigueur pour être bien organisée.

²⁶ Loi N° 2005-30 du 5 avril 2006

Comment protéger le patrimoine immatériel de la startup ?

La protection du savoir-faire contre les usurpations doit être une préoccupation de l'entreprise numérique. Les droits de la propriété intellectuelle confèrent à l'entreprise numérique un monopole d'exploitation, peuvent faire l'objet de transactions commerciales, et sont protégés par la loi contre les contrefaçons et la concurrence déloyale.

Il faut d'abord identifier et transférer à la startup les droits de propriété intellectuelle (site web, nom de domaine, marque, logo, logiciel, brevet, etc.) au moment de la constitution de la société, ou bien les conserver pour les louer à la société et éviter leur perte en cas de faillite de la société.

En ce qui concerne les créations des salariés, les droits sur les logiciels ou les œuvres collectives restent la propriété de la société, mais les autres droits ne peuvent pas faire l'objet de cessions par avance.

Un pacte d'associés peut interdire aux associés d'acquérir ou de revendiquer en propre des droits de propriété intellectuelle sur les outils relatifs à l'activité de la société.

Cependant, la protection de la propriété intellectuelle ne se fait pas uniquement via le droit. Il est aussi important de mettre en place des mesures internes pour protéger les secrets d'affaires et prévenir l'espionnage industriel. Cela passe par des clauses de confidentialité dans les contrats de travail, des formations pour les employés ou des protections techniques pour les données sensibles.

L'accompagnement d'un conseil en propriété industrielle peut devenir nécessaire et peut éventuellement être assuré par le truchement d'une organisation publique d'accompagnement des startups. Au Bénin, le décret Startup du 22 mars 2023 prévoit d'assurer la protection des innovations de la startup auprès des organismes nationaux et internationaux de protection de la propriété intellectuelle.

Lutte contre la contrefaçon : comment gérer la propriété intellectuelle des tiers ?

La contrefaçon consiste à exploiter, contre la volonté du titulaire, un droit de propriété intellectuelle.

Pour éviter de se rendre coupable de contrefaçon, il faut procéder à une validation en amont et à une négociation éventuelle de la propriété intellectuelle des tiers utilisée dans ses propres produits et services. Il faut prévoir le cas échéant, le versement des royalties aux tiers. C'est un sujet particulièrement délicat dans le domaine de l'Internet avec les contenus web indexés, référencés, récupérés sur des sites tiers. Il faut veiller au choix des licences dans le cas du développement d'un logiciel en mode open source.

4.9 Gestion juridique de la startup : ce que vous devez savoir



Une juxtaposition de règles légales disparates constitue le régime juridique actuel de l'entreprise numérique. C'est en fonction des actes qu'elle accomplit que l'entreprise relève tantôt du droit civil, tantôt du droit commercial, du droit des sociétés, ou bien encore du droit du travail ou du droit fiscal, etc. De nombreuses branches du droit régissent ainsi les relations entre l'entreprise numérique et ses partenaires internes et externes.

Les relations de la startup avec ses partenaires internes

Les relations de la startup avec les apporteurs de capitaux

si, dans l'entreprise individuelle, l'entrepreneur est l'unique apporteur de capitaux, l'entreprise sociétaire fait, quant à elle, appel à plusieurs apporteurs de capitaux. Des relations juridiques se nouent alors entre l'entreprise et ceux qui ont apporté les capitaux : elles sont essentiellement régies par l'Acte Uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique. Ainsi, la loi décide que les associés se réunissent annuellement en assemblée générale pour approuver ou désapprouver les actions de la direction de l'entreprise

Les relations de la startup avec ses dirigeants sociaux

la notion de dirigeant peut recouvrir plusieurs réalités. Dans l'entreprise individuelle, l'entrepreneur, personne physique, se confond le plus souvent avec le dirigeant. Dans l'entreprise sociétaire, personne morale, les dirigeants sont soit exclusivement les fondateurs, principaux apporteurs de capitaux, soit des managers qui sont autonomes par rapport aux apporteurs de capitaux. Quel que soit le cas, le dirigeant de la société peut être ou non salarié de la société. S'il est salarié, il est lié à la société par un contrat de travail. Le cumul d'un mandat social avec un

contrat de travail est admis à la condition que ce contrat corresponde à un travail effectif, bien distinct du mandat social, et impliquant un lien de subordination. Ce contrat constitue une convention réglementée qui devra être acceptée par une collectivité d'associés. A défaut, le travail effectif est subordonné et le dirigeant n'est que le mandataire des autres associés. Les administrateurs peuvent alors percevoir les rémunérations suivantes : une indemnité de fonction attribuée par l'assemblée générale, des rémunérations exceptionnelles pour les missions ou mandats particuliers, les remboursements de frais de voyage, déplacements et dépenses engagés dans l'intérêt de la société. Les dirigeants non-administrateurs peuvent également recevoir des rémunérations qui sont soumises à la procédure des conventions réglementées et des conventions interdites pour éviter tout risque de fraude entre les dirigeants sociaux et la société.

Les relations de la startup avec ses salariés

c'est la Loi n° 98-004 du 27 janvier 1998 portant code du travail en République du Bénin (modifiée par la loi n° 2017-05 du 29 août 2017), qui régit les relations entre l'entreprise et ses salariés. Un contrat de travail doit être conclu entre l'entreprise et le salarié. Ce contrat peut avoir une durée déterminée ou indéterminée et peut être écrit ou verbal. Le contrat de travail doit être exécuté par l'employeur et le salarié. En cas de litige, l'une des parties peut mettre fin au contrat en veillant à respecter les règles relatives à la rupture du contrat de travail. L'entreprise est également tenue d'affilier ses travailleurs à une caisse de solidarité sociale conformément à la Loi n°98-19 du 21 mars 2003 portant Code de sécurité sociale en République du Bénin (modifiée par la loi n°2007-02 du 26 mars 2007). L'employeur est débiteur de la Caisse Nationale de Sécurité Sociale de l'ensemble des cotisations dues. Il est responsable de leur versement y compris de la part mise à la charge du travailleur qui est précomptée sur la rémunération de celui-ci lors de chaque paie.

Les relations de la startup avec ses partenaires extérieurs

Les relations de l'entreprise avec ses fournisseurs et clients

c'est le droit civil qui constitue le droit commun en la matière. Il régit les contrats conclus entre l'entreprise, ses fournisseurs et ses clients. L'obligation, rapport juridique entre créancier et débiteur, est à la base de toute relation économique. Créancier et débiteur doivent s'acquitter de leurs obligations respectives. Il faut notamment veiller à bien protéger les intérêts de l'entreprise: définition des obligations des parties, des délais applicables ou encore des pénalités de retard. Il convient de distinguer les contrats B2B des contrats B2C, ces derniers s'inscrivant dans un cadre normatif intégrant des règles protectrices du consommateur. Un professionnel du droit des affaires peut s'avérer utile pour créer des contrats fiables, qui assurent à l'entreprise un niveau de protection suffisant et limitent les risques juridiques. Pour les cas simples, des sites Internet proposent des contrats types, gratuits ou payants. Il faut cependant veiller à ne pas se tromper de contexte à force de vouloir minimiser les coûts, notamment en phase de démarrage du projet.

Les relations de l'entreprise avec les établissements financiers

les partenaires financiers de l'entreprise sont multiples. Les relations que l'entreprise tient avec ses partenaires relèvent du droit cambiaire, du droit bancaire, du droit financier et du droit économique. Pour les besoins spécifiques des entreprises, les banques proposent en effet toute une gamme de services adaptés incluant le compte chèque, les crédits bancaires, les concours de trésorerie ou encore les placements.

Les relations de l'entreprise avec son assureur

les assurances au Bénin sont régies par le traité de la Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurance (CIMA) signé le 10 juillet 1992 à Yaoundé. Toute entreprise sérieuse doit souscrire une assurance de responsabilité professionnelle. Elle peut aussi souscrire une assurance multirisque professionnelle.

Les relations entre l'entreprise et son avocat ²⁷

devant la multitude de textes qui régissent les relations entre les entreprises et leurs partenaires, de nombreuses entreprises rencontrent des difficultés dans la maîtrise et l'application de ces textes. Elles doivent donc avoir recours à un avocat capable de les éclairer et de les guider face aux juridictions, à la police, à l'administration et à toute personne avec qui elles sont en relation contractuelle. L'avocat exerce la plénitude de son ministère sur :

- » Les plaidoiries devant les juridictions et les organismes juridictionnels, disciplinaires et administratifs de quelque nature, sauf exceptions prévues par la loi
- » La consultation juridique, le conseil, l'assistance en matière fiscale, la rédaction des actes juridiques à l'exception des actes authentiques, la poursuite de l'exécution des décisions de justice et ce, sous réserve des droits reconnus par la loi aux autres professions
- » L'assistance judiciaire
- » Les fonctions de membre du conseil de surveillance ou d'administration de société, à condition qu'il justifie de cinq années d'exercice dans la profession

Les relations de l'entreprise avec le notaire ²⁸

le notaire est un officier public et ministériel chargé de conférer l'authenticité aux actes instrumentaires et de conseiller les particuliers. Pour la création d'une société, le conseil du notaire doit être sollicité par les créateurs. L'officier rédige les statuts d'une société et peut aussi les modifier à la demande des associés. C'est lui qui reçoit les actes sous seing privé de constitution d'une société au rang de minute. Il peut aussi garder les fonds dans le cadre de la constitution de la société.

🔗 ²⁷ Pour trouver un avocat, voir le tableau de l'ordre des avocats du Bénin

🔗 ²⁸ Pour trouver un notaire, voir la liste des notaires du Bénin

Chapitre 5

Les métiers de la startup digitale



5. Les métiers de la startup digitale

Selon une étude publiée par Dell et l'Institut pour le futur, 85% des emplois de 2030 n'existent pas encore compte tenu de l'évolution du numérique et de la robotique. Toutefois, certains métiers du digital existent déjà et se déploient de manière significative dans divers secteurs d'activité tels que la santé, l'éducation, la finance, l'industrie, le tourisme et les transports. En constante mutation, ce domaine voit émerger de nouvelles professions pour répondre aux besoins changeants du marché.

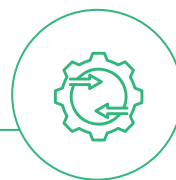
5.1 Introduction aux métiers de la startup digitale

5.1.1 Le paysage évolutif des compétences numériques



À l'échelle du continent, une demande croissante de compétences dans le domaine du numérique se fait ressentir. En effet, selon l'article intitulé « *Améliorer les compétences des jeunes pour développer les économies numériques de l'Afrique* » (Les Afriques, 2021), les industries créatives et culturelles basées sur les médias numériques ouvrent des perspectives d'emploi considérables. Une demande soutenue en compétences STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) et TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) existe déjà dans un large éventail de secteurs.

5.1.2 L'intégration des métiers du numérique dans les startups



Face à la transformation numérique, les startups jouent un rôle clé en adoptant rapidement les nouvelles technologies et en développant des solutions innovantes pour répondre aux besoins du marché. Elles s'appuient sur des équipes multidisciplinaires composées de professionnels du numérique aux compétences variées pour concevoir, développer et promouvoir leurs produits et services.

Les startups ont également l'avantage de pouvoir s'adapter plus rapidement aux changements du marché. Leur structure agile leur permet de pivoter rapidement en fonction des retours des clients et des évolutions technologiques. Les métiers du numérique au sein de ces entreprises sont constamment en train de repousser les limites de l'innovation et visent à répondre aux besoins émergents.

La liste des métiers indispensables au développement des startups numériques se présente comme suit : (liste non exhaustive)

Les métiers tech

► Développeur Web

spécialiste de la création, de la mise à jour et de la maintenance des sites internet, des applications web et des applications mobiles. En fonction de l'organisation, des défis techniques et des contraintes diverses, il peut être nécessaire de solliciter les services d'un développeur Frontend (il développe la partie visible de la solution) et/ ou d'un développeur Backend (il développe la partie cachée, c'est-à-dire les fonctionnalités côté serveur de la solution). Lorsque le développeur est à la charge à la fois du Frontend et du Backend, il est appelé développeur Fullstack.



► Chef de Projet Digital

responsable de la coordination et de la gestion des projets numériques, depuis la conception jusqu'à la réalisation



► Chargé de SEO

expert en référencement naturel en charge de l'amélioration de la visibilité des sites web sur les moteurs de recherche



► Expert en marketing digital

professionnel du marketing en ligne, mettant en œuvre des stratégies digitales pour promouvoir les produits et services



► Data Scientist et Data Analyst

spécialistes de l'analyse des données chargés d'extraire des insights utiles pour la prise de décisions



► Référencement SEM (SEA et SEO)

responsable du référencement payant (SEA) et du référencement naturel (SEO), en charge de l'amélioration de la visibilité en ligne. Le SEM manager, ou responsable SEM, peut englober les métiers de SEA Manager et de SEO manager. Cependant, ces métiers ont chacun leurs spécificités. En général, ils travaillent ensemble à booster le référencement d'un domaine en ligne



► UI/UX Designer

assure la conception de l'interface utilisateur et de l'expérience utilisateur, en charge de l'optimisation de l'ergonomie et de l'esthétique des plateformes numériques



► Webmaster / Développeur

gestionnaires techniques de sites web, assurant leur bon fonctionnement et leur mise à jour



► (Info)Graphistes

Créateurs visuels, façonnant l'identité visuelle des marques et des plateformes



Social media

► Community Managers

responsables de la gestion et de l'animation des communautés en ligne autour d'une marque ou d'un produit



Commercial

► Digital Product Manager / Product Manager

responsable de la gestion des produits numériques



► Business Developer

professionnel en charge du développement commercial et de la recherche de nouvelles opportunités



► Growth Hacker

spécialiste en charge de la croissance rapide d'une entreprise par le biais de stratégies marketing innovantes.



Support

► Data Protection Officer

responsable de la protection des données et de la conformité aux réglementations



► Analyste Sécurité

expert en sécurité informatique



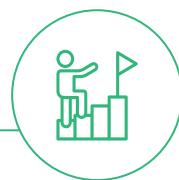
► Consultant CRM (Customer Relationship Management)

spécialiste de la gestion de la relation client.



Liste (presque) exhaustive des métiers : <https://skillcrush.com/blog/41-tech-job-titles/>

5.1.3 Les défis et opportunités du paysage numérique



L'éclosion de ces nouveaux métiers n'est cependant pas synonyme de l'existence d'un corps professionnel local et correspondant aux standards internationaux. Au Bénin, force est de constater que certaines spécialisations professionnelles correspondent à un niveau assez basique. En effet, d'après le rapport sur l'état actuel de l'écosystème numérique et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin, des lacunes persistantes en termes de compétences sont observées dans certaines spécialisations telles que le développement, les technologies avancées, le design, le développement commercial et la gestion de projets numériques. Ces lacunes se manifestent sous la forme du manque d'un nombre critique d'experts locaux de ces métiers, d'expertises de niveaux très variables correspondant à des compétences basiques ou encore de la méconnaissance par les dirigeants d'entreprises de l'importance et du rôle essentiel de ces métiers pour les entreprises numériques.

Ainsi, la problématique de l'accessibilité et de la qualité de la formation se pose avec acuité. Des initiatives comme Talent 4 Startups ²⁹ ou encore « D-CLIC, formez-vous au numérique » de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) ³⁰ ont vu le jour pour soutenir la formation de talents aux métiers de la tech et du numérique sur le continent africain. En prenant en charge les coûts de formation pour des filières en tension puis en facilitant la mise en relation entre les talents et les startups qui recrutent, Talent 4 Startups améliore l'employabilité des jeunes tout en répondant aux besoins en compétences de l'écosystème.

Il faut également noter que les métiers du numérique, en constante évolution, nécessitent une mise à jour permanente des compétences pour rester pertinents. Les avancées technologiques rapides requièrent des professionnels du digital qu'ils demeurent constamment informés et développent leur expertise afin de répondre aux exigences du marché en mutation.

En parallèle, les opportunités offertes par les métiers du numérique sont nombreuses. L'accès à un large éventail de ressources en ligne

²⁹ Talent 4 Startups

³⁰ former les jeunes aux metiers du numerique dclic present dans quatre nouveaux pays

permet aux professionnels de s'auto-former et d'acquérir de nouvelles compétences en dehors du parcours éducatif formel. L'un des attraits majeurs qu'il y a à travailler dans le domaine digital réside également dans la flexibilité professionnelle qu'il offre. De plus, le travail à distance et le freelancing offrent une flexibilité inégalée, permettant aux individus de concilier plus facilement vie professionnelle et vie personnelle.

5.1.4 Les startups comme catalyseurs d'opportunités



Les startups numériques créent de nouvelles opportunités économiques et d'emploi dans les économies locales. En favorisant l'innovation, elles attirent des investissements et génèrent une croissance économique durable. De plus, elles agissent comme des catalyseurs pour le développement de compétences spécialisées, en formant la prochaine génération de professionnels du numérique.

En somme, les métiers du numérique au sein des startups jouent un rôle crucial dans la transformation numérique des entreprises et des économies. Ils reflètent la diversité des compétences requises dans ce domaine en constante évolution, tout en offrant des opportunités passionnantes et flexibles pour les individus. Les startups, en tant qu'acteurs clés de l'innovation, contribuent ainsi à façonner l'avenir numérique et à créer de nouvelles voies professionnelles. Pour réussir dans ce paysage numérique dynamique, il est essentiel de développer une expertise constante, de favoriser la collaboration interdisciplinaire et de saisir les opportunités offertes par cette ère numérique en pleine expansion.

³¹ Sources :

- [Introduction aux métiers du numérique, mars 2018](#)
- [Fidélisation des salariés : 8 stratégies à mettre en place, Novembre 2021](#)
- [Quels sont les enjeux de la fidélisation des collaborateurs en entreprise ?](#)
- [Optimisation du recrutement : attirer et fidéliser des talents au sein de votre entreprise, Aout 2023](#)
- [Culture RH : Difficultés de recrutement : comment attirer et fidéliser les nouveaux talents ? Mars 2023](#)

5.2 Stratégies de recrutement et de fidélisation d'une équipe solide ³¹

5.2.1 L'attraction



L'attraction des talents commence par la création d'une marque employeur forte et distinctive. Cela implique de communiquer clairement sur la culture, les valeurs et les avantages uniques de l'entreprise ainsi que sur sa vision. Une marque employeur solide contribue à attirer les candidats qui partagent les valeurs de l'entreprise et qui sont motivés par sa mission. Les journées portes ouvertes, les témoignages d'employés satisfaits, les vidéos d'entreprise et les récits sur les opportunités de croissance peuvent jouer un rôle crucial pour attirer l'attention des candidats potentiels.

Les avantages offerts aux employés jouent également un rôle déterminant dans l'attraction des talents. En plus d'une rémunération compétitive, les avantages tels que les opportunités de mobilité au sein de l'entreprise, les horaires flexibles, le télétravail, les opportunités de développement professionnel et les avantages sociaux attractifs peuvent jouer un rôle décisif dans la décision des candidats de rejoindre une entreprise.

L'utilisation des médias sociaux et des plateformes en ligne est un outil puissant pour attirer les talents. Les entreprises doivent être actives sur les réseaux sociaux professionnels tels que LinkedIn, diffuser des offres d'emploi sur des sites de recrutement en ligne et participer à des groupes et des forums pertinents pour leur secteur. Cela permet de créer une visibilité accrue et d'entrer en contact avec un large éventail de candidats potentiels.

En outre, la participation à des événements de recrutement tels que les salons de l'emploi, les foires professionnelles et les conférences sectorielles offrent l'opportunité d'établir des relations directes avec des candidats intéressés. Ces événements permettent aux entreprises de présenter leur culture d'entreprise, leurs opportunités de carrière et d'engager des conversations en personne avec des candidats potentiels.

5.2.2 Le recrutement des talents



Le processus de recrutement est une étape critique pour identifier les candidats les plus qualifiés et les mieux adaptés à l'entreprise. Les étapes clés pour un recrutement réussi consistent à :

- **Analyser les besoins du poste** : avant d'entamer le processus de recrutement, il est essentiel de définir clairement les compétences, les qualifications et les caractéristiques nécessaires pour le poste. Celui-ci doit également être clairement défini en termes de responsabilités, de position dans l'organigramme et d'attente. Cette étape permet de cibler les candidats qui répondent le mieux aux exigences ;
- **Utiliser des canaux de recrutement variés** : les entreprises doivent utiliser une combinaison de canaux de recrutement, tels que les sites d'emploi en ligne, les réseaux sociaux, les agences de recrutement et les recommandations de proches. Cette approche élargit la portée de l'entreprise et augmente les chances de trouver les candidats idéaux ;
- **Évaluer les candidatures** : l'usage consiste à demander aux candidats leurs CV, lettres de motivation et/ou portfolios. Cependant, des innovations en matière de recrutement, notamment dans le digital, sont mises en place pour évaluer la créativité et les compétences des candidats (présentation par vidéo par exemple). Examiner attentivement les dossiers de candidature permet de présélectionner les candidats qui correspondent le mieux au poste. Certains outils automatisés peuvent aider à trier les candidatures en fonction de mots clés et de critères spécifiques. A titre d'exemple, on évaluera un créatif (graphiste, UX designer, etc.) à son portfolio plutôt qu'à son seul CV ou parcours ;

- **Mener des entretiens structurés** : les entretiens doivent être bien préparés et structurés pour évaluer les compétences techniques, les compétences comportementales et la culture d'entreprise des candidats. Il convient d'impliquer différents membres de l'équipe dans les entretiens afin d'obtenir une évaluation plus complète ;
- **Évaluer l'adéquation culturelle** : en addition aux compétences techniques, il est important d'évaluer l'adéquation culturelle du candidat avec l'entreprise. Une personne qui partage les valeurs et la vision de l'entreprise est bien plus susceptible de s'intégrer et de contribuer positivement.

5.2.3 La fidélisation



Dans un environnement concurrentiel, l'attraction, le recrutement et la fidélisation des talents sont des stratégies essentielles pour assurer la réussite et la croissance d'une entreprise. Elles ne consistent pas seulement à pourvoir des postes vacants, mais aussi à construire des équipes compétentes, diversifiées et motivées.

La fidélisation des salariés, également appelée rétention des salariés, occupe une place primordiale dans le monde des startups numériques. Elle consiste à mettre en place des mesures visant à motiver les collaborateurs à rester au sein de l'entreprise et à s'investir pleinement. Dans le contexte spécifique des métiers du numérique, la fidélisation revêt une importance particulière pour plusieurs raisons clés. Elle permet en effet de :

- Renforcer l'engagement et la motivation
- Réduire l'absentéisme et le taux de rotation
- Améliorer le cadre de travail
- Amplifier l'image de marque employeur

- ⦿ Limiter la perte de compétences
- ⦿ Maintenir la compétitivité
- ⦿ Réduire les coûts liés au recrutement et à la formation ainsi qu'à l'intégration de nouveaux employés

Les défis spécifiques du numérique

Les métiers du numérique présentent des défis particuliers en matière de fidélisation :

- ⦿ **Une concurrence intense** : les talents du numérique sont constamment courtisés par des entreprises rivales, rendant la fidélisation encore plus cruciale
- ⦿ **Des opportunités de mobilité** : les réseaux professionnels tels que LinkedIn facilitent la mobilité des professionnels, augmentant ainsi le risque de départ
- ⦿ **Le développement professionnel** : les professionnels du numérique apprécient les opportunités de développement continu et de perfectionnement.

Les stratégies de fidélisation adaptées

Pour fidéliser les employés compétents dans les métiers du numérique, il est essentiel d'adopter des stratégies spécifiques :

- ⦿ **Un processus de recrutement attractif** : une expérience positive dès le recrutement crée une base solide pour la fidélisation future
- ⦿ **Un onboarding efficace** : il est nécessaire de s'assurer que les nouveaux employés se sentent bien accueillis et disposent des informations et du matériel nécessaires dès le début de leur parcours. Ils doivent être initiés à la culture de l'entreprise, à la culture produit et aux autres éléments immatériels, puis intégrés au sein de leur équipe
- ⦿ **Un management axé sur les collaborateurs** : il convient d'adopter un style de management participatif ou déléguatif qui valorise les collaborateurs et favorise leur sentiment d'appartenance et leur estime de soi
- ⦿ **Le développement des compétences** : mettre en œuvre une politique Agile de développement des compétences et de la carrière permet de maintenir à jour les compétences de ses employés

- **Une rémunération attractive** : il faut veiller à proposer une politique de rémunération claire, une rémunération compétitive et des avantages sociaux attractifs afin de refléter la valeur des compétences du numérique
- **Un cadre de travail agréable** : cela passe par un environnement de travail rendu positif par des règles claires qui mettent l'accent sur la prévention des risques pour la santé physique et mentale
- **Offrir des opportunités de développement** : les employés sont plus enclins à rester dans une entreprise qui offre des opportunités de croissance professionnelle. Cela peut passer par la proposition de plans de carrière clairs, de formations continues et de programmes de mentorat pour aider les employés à évoluer au sein de l'organisation

- **Promouvoir un environnement de travail positif** : la création d'un environnement où les employés se sentent valorisés, respectés et soutenus encourage la collaboration, la communication ouverte et l'écoute active. Un environnement positif favorise l'engagement et la rétention
- **Équilibrer vie professionnelle et personnelle** : offrir des politiques de télétravail, des horaires flexibles et des congés payés favorise l'équilibre entre le travail et la vie personnelle. Un équilibre adéquat contribue au bien-être des employés et renforce leur engagement à long terme
- **Communiquer de manière transparente** : une communication transparente sur les objectifs de l'entreprise, les décisions importantes et les changements à venir renforce la confiance des employés. Ils se sentent impliqués et informés, ce qui renforce leur engagement envers l'entreprise
- **Fournir une rémunération compétitive et des avantages attractifs** : une rémunération équitable et des avantages sociaux attractifs sont essentiels pour fidéliser les talents. Il faut donc s'assurer que les salaires et les avantages proposés sont compétitifs par rapport au marché

En somme, la fidélisation des salariés dans les métiers du numérique est cruciale pour garantir la stabilité, la croissance et la compétitivité des startups numériques. Les stratégies de fidélisation doivent être adaptées aux spécificités de ce secteur en constante évolution et répondre aux attentes des professionnels du numérique.

5.2.4 Les nouvelles attentes des employés en 2023 ³²

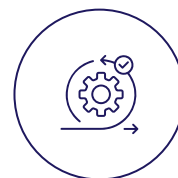


En 2023, les attentes des employés ont évolué pour refléter un souci accru du bien-être, du développement personnel et de l'impact social. Les employés cherchent des environnements de travail propices à l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, offrant des opportunités d'apprentissage continu et s'engageant activement dans des pratiques éthiques et durables. Les entreprises doivent s'adapter à ces nouvelles attentes en proposant des politiques flexibles, en investissant dans la formation et le développement, et en adoptant des initiatives socialement responsables.

En définitive, attirer, recruter et fidéliser les talents sont des processus interconnectés qui nécessitent une attention constante et des stratégies adaptées. En développant une marque employeur forte, en mettant en place des processus de recrutement efficaces et en créant un environnement de travail positif et inclusif, les entreprises peuvent attirer, retenir et maximiser le potentiel des employés talentueux. L'adaptation aux nouvelles attentes des employés en 2023 est essentielle pour construire une force de travail engagée, compétente et résiliente dans un environnement concurrentiel.

³² Optimisation du recrutement : attirer et fidéliser des talents au sein de votre entreprise

5.3 Management Agile d'une équipe digitale



La gestion d'une équipe digitale requiert une approche moderne et Agile pour s'adapter efficacement à un environnement en constante évolution. En adoptant le management Agile, l'entrepreneur peut guider son équipe vers l'excellence dans le monde digital d'aujourd'hui.

Astuces Pratiques

Fixer des objectifs clairs

fixer des objectifs SMART aide à orienter l'équipe vers la réussite et à mesurer les progrès

Développer des compétences

offrir des opportunités de formation continue permet de maintenir les compétences à jour et d'encourager la croissance professionnelle. En fonction des compétences de chaque membre de son équipe, l'entrepreneur peut proposer des cours, MOOC et formations obligatoires sur les plateformes d'e-learning et s'assurer qu'ils sont effectivement suivis par les équipes

Mentorat et encadrement

établir un programme de mentorat favorise l'échange de connaissances et le développement personnel

Équilibrer la charge de travail

répartir équitablement les tâches évite la surcharge et garantit une productivité optimale

Fonctionner par itérations

l'adoption de cycles de développement courts est utile pour livrer des résultats incrémentaux et obtenir des retours plus fréquents

Flexibilité et transparence

l'ouverture aux changements et aux ajustements en cours de route permet à l'équipe de s'adapter rapidement aux besoins changeants

Facilitation

le manager a un rôle de facilitateur. Il doit veiller à résoudre les obstacles et conflits éventuels puis assurer la cohésion de l'équipe

Éviter le micro-management

il importe de favoriser la responsabilisation des membres de l'équipe, promouvoir la cohésion et instaurer un climat de confiance mutuelle. Chacun doit disposer de l'espace nécessaire pour exprimer sa créativité et prendre des décisions, ce qui renforce l'engagement et l'autonomie

Cultiver l'innovation

l'environnement de travail doit encourager les membres de l'équipe à proposer des idées nouvelles et novatrices, en les débarrassant de la peur de l'échec

Méthodologies Agiles avancées

Il est possible d'adopter l'une des méthodologies Agiles (Scrum, Kanban, etc.) pour améliorer la flexibilité du processus de développement de son entreprise, favoriser la collaboration interdisciplinaire au sein de son équipe, et garantir une livraison plus rapide et incrémentielle de produits de haute qualité.

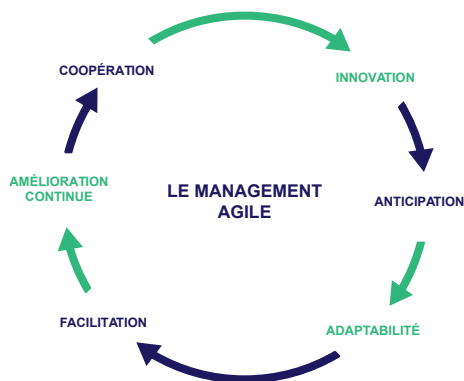
- » **Scrum** : utilisée pour la gestion de projets uniques, la méthodologie Scrum s'appuie sur des itérations (ou sprints) avec des rôles, des rituels et des artefacts définis
- » **Kanban** : mieux adaptée pour la gestion multi-projets, la méthodologie Kanban recourt à des tableaux (boards) et des matrices pour visualiser et gérer les flux de travail

- » **Mapping et brainstorming** : l'usage d'un outil tel que Miro favorise l'innovation et génère de nouvelles idées au sein de l'équipe
- » **Outils collaboratifs** : l'exploitation de plateformes telles que Slack, Microsoft Teams, Confluence (ou Discord) encourage la coopération au sein de l'équipe
- » **Gestion de projet Agile** : des outils tels que Jira, Trello, GitHub ou Notion favorisent une gestion efficace et agile des projets



Il est essentiel de mettre en place des formations internes sur l'utilisation des différents outils et plateformes susmentionnés pour garantir leur exploitation efficace par l'ensemble du personnel.

Ces différents outils se déclinent en versions gratuites qui offrent des fonctionnalités de base tandis que les fonctionnalités les plus avancées sont réservées aux versions payantes.



Ressources utiles :

- 🔗 [Le Management Agile](#)
- 🔗 [Le Manifeste Agile](#)
- 🔗 [Méthode agile : Qu'est ce que c'est ?](#)

³³ Équipes agiles, méthode, management et outils efficaces

5.4 Répertoire des profils de métiers et formations : un guide pratique pour les startups



18 compétences pertinentes pour développer sa startup

Les compétences listées ci-dessous sont nécessaires au succès d'une startup, chacune intervenant à un niveau spécifique de son développement et de sa croissance :

01

Planificateur

chef de projet en charge de la gestion globale des projets de la startup, de leur planification à leur exécution



02

Développeur web / Cybersécurité

crée et entretient le site web et les applications de la startup, veille à la sécurité des données



03

Marketer

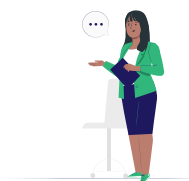
élabore les stratégies marketing pour la promotion des produits et services de la startup



04

Spécialiste en communication

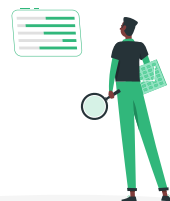
gère la communication interne et externe de la startup, mais également la visibilité de ses solutions



05

Analyste du marché et des données

effectue des recherches sur le marché, analyse les données, les tendances et la concurrence afin de fournir des insights précieux



06

Gestionnaire des finances et des relations avec les partenaires

s'occupe du montage du plan d'affaires, de la gestion financière et fiscale ainsi que de la stratégie de levée de fonds



07

Gestionnaire des ressources humaines

gère le recrutement et la formation du personnel et des équipes qui constituent des ressources précieuses pour la réussite de toute startup



08

Concepteur graphique

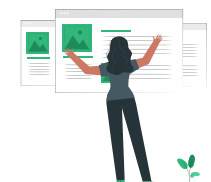
conçoit les éléments graphiques destinés à la marque et aux campagnes marketing de la startup



09

Spécialiste des médias sociaux

gère les plateformes des médias sociaux afin d'y promouvoir la startup auprès des utilisateurs



10

Responsable des ventes / Business developer

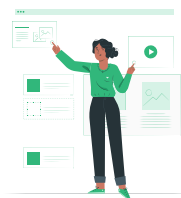
dirige les activités de vente, développe les opportunités commerciales et les relations avec la clientèle



11

Développeur d'applications mobiles

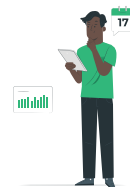
maître à penser des applications mobiles orientées client, crée et améliore les applications mobiles de la startup



12

Stratège d'entreprise

aide à l'élaboration des plans stratégiques destinés à assurer la croissance de la startup



13

Gestionnaire de la chaîne logistique

est en charge des opérations de la chaîne logistique et de la distribution des produits, notamment pour les startups du secteur de la distribution



14

Spécialiste en expérience client

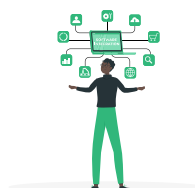
améliore l'UI/UX, gère les retours d'information, veille à la convivialité des offres de la startup et à l'efficacité des processus du parcours client



15

Expert en développement de produits / Gestionnaire des projets digitaux

conçoit et développe de nouveaux produits ou services et veille à l'innovation continue



16

Juriste ou avocat spécialisé en droit des affaires

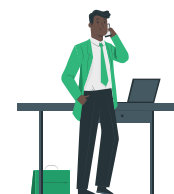
s'assure de la conformité légale de la startup, des collaborations qu'elle établit et des transactions qu'elle effectue



17

Spécialiste en développement des affaires

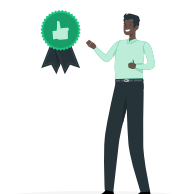
recherche de nouvelles opportunités de partenariat et de croissance pour la startup



18

Responsable de la qualité

s'assure de la qualité des produits et services proposés par la startup.

**Meilleures pratiques**

En général, durant les premières années, les responsables de startups au Bénin endossent plusieurs de ces rôles et développent les compétences qui y sont liées. Cependant, pour une startup qui aspire à une expansion significative, il est recommandé de recruter des profils spécifiques aussitôt que possible.

Les formations pour l'entrepreneuriat éclairé

Les formations pour l'entrepreneuriat éclairé sont nécessaires pour tout entrepreneur passionné qui souhaite devenir un leader inspirant et un véritable moteur pour son équipe. Elles fournissent au manager de startup des outils pratiques de gestion, et aux équipes, les clés pour comprendre leur secteur d'activité ainsi que ses tendances.

Le leadership et la gestion d'équipe

devenir le moteur de son équipe et inspirer le succès. Cette formation est disponible en ligne, mais aussi auprès des SAEI, notamment [Sèmè City](#), [Pigier](#) et [Epitech Bénin](#)

Le marketing digital

dompter la puissance du web afin d'attirer et de fidéliser ses clients. Cette formation est proposée par les SAEI suivantes : [Sèmè City](#), [Etrilabs](#), [Pigier](#), [Epitech Bénin](#), [Centre de Transformation Digitale](#), [Digital Valley](#), [Réseau Women Edtech](#), structures de formation dans le secteur de la startup

La gestion financière

maîtriser les chiffres pour des décisions stratégiques éclairées. La formation est accessible en ligne, mais aussi auprès des SAEI, de [Pigier](#), des écoles et cabinets exerçant dans la finance et la comptabilité, du [Centre pour l'Employabilité et l'Entrepreneuriat des Etudiants de l'Université d'Abomey-Calavi \(UAC\)](#), et du [Centre d'Employabilité Francophone \(CEF\)](#) de l'[Agence Universitaire de la Francophonie \(AUF\)](#).

Les formations pour libérer sa créativité

Ces formations aident à résoudre les problèmes de manière innovante et ainsi, améliorer ses produits et services. Elles permettent en outre de prendre des décisions stratégiques éclairées grâce à une meilleure connaissance du marché. Elles permettent enfin à l'entrepreneur de renforcer la compétitivité de sa startup et d'accélérer sa croissance.

Design Thinking

innover à travers une approche créative et centrée sur l'utilisateur. La formation est disponible dans les [SAEI Sèmè City](#), [Etrilabs](#), [Epitech Bénin](#) et [Africa Design School](#)

Stratégie de croissance

élaborer un plan de croissance cohérent, solide et durable. Cette formation est accessible auprès des [SAEI Pigier](#), [Epitech Bénin](#) et [Digital Valley](#)

Analyse de données

exploiter les données pour optimiser ses performances. Cette formation est proposée par les [SAEI](#), notamment [Sèmè City](#), [Pigier](#), [Epitech Bénin](#), le [Centre d'Excellence d'Afrique en Sciences Mathématiques, Informatique et Applications \(CEA/SMIA\)](#), l'[Institut de Formation et de Recherche en Informatique \(IFRI\)](#), l'[Ecole Supérieure de Gestion, d'Informatique et de Sciences \(ESGIS\)](#), l'[Ecole Internationale de Graphisme du Bénin \(EIGB\)](#), l'[Ecole des Métiers du Numérique](#), l'[Ecole de Génie Electrique et Informatique de l'Université Catholique d'Afrique de l'Ouest \(UCAO\)](#), l'[Institut Universitaire du Bénin](#) et [Africa Design School](#).



L'accès aux formations présentées ci-dessus permet aux startups d'acquérir les compétences nécessaires pour affermir leur lancement, manager leurs équipes, relever les défis imposés par le marché et propulser leur croissance afin d'atteindre le succès.

Les formations pour développer sa startup

Il s'agit de formations qui permettent à la startup de se forger une présence en ligne efficace pour atteindre un large public, et de communiquer utilement pour convaincre des investisseurs, des partenaires et des clients. Elles fournissent également les clés pour une gestion efficiente de la chaîne d'approvisionnement, gage d'efficacité opérationnelle.

Gestion de la chaîne d'approvisionnement

optimiser ses opérations logistiques pour gagner en efficacité. Cette formation est accessible à [Pigier](#), à [l'Ecole Nationale d'Economie Appliquée et de Management \(ENEAM\)](#), ou encore dans les écoles et instituts dispensant des formations en transport et logistique

Pitching et communication

apprendre à présenter son idée avec brio à des investisseurs. Cette formation est proposée en ligne, par les SAEI, par la Fondation MasterCard et par [Pigier](#)

Développement web

créer une présence en ligne percutante grâce à ses compétences en développement. Il est possible de se former en développement web dans certaines SAEI, à [Epitech Bénin](#), à [Digital Valley](#) ou à [l'Ecole des Métiers du Numérique](#).

Les formations pour acquérir des compétences essentielles

Piloter sa startup au sein d'un environnement juridique complexe tout en évitant les litiges, entretenir des relations harmonieuses grâce à une bonne compréhension des besoins et attentes des acteurs clés, ce sont autant de compétences accessibles au moyen d'une formation en droit. En addition, la maîtrise du business model aide à structurer les activités de sa startup et à les optimiser afin de se définir une base solide pour le succès et la croissance.

Analyse des parties prenantes et business model

maîtriser les fondations essentielles pour comprendre les acteurs clés et structurer efficacement ses activités. La formation est accessible dans les SAEI à [Sèmè City](#), [Pigier](#) ou [Epitech Bénin](#)

Innovation et créativité

cultiver l'esprit d'innovation pour se démarquer. Ces compétences peuvent être acquises auprès des SAEI et dans les FabLabs, à [Sèmè City](#) ou encore à [Epitech Bénin](#)

Droit des affaires

comprendre les enjeux juridiques liés à son entreprise. Les formations utiles pour développer cette compétence sont dispensées au sein des facultés et écoles de droit, notamment à [l'Université d'Abomey-Calavi \(UAC\)](#)

5.5 Promouvoir l'égalité des genres dans les startups numériques : défis, conseils pratiques et intégration d'une approche genre



Le rapport « Diversity Dividend Exploring Gender Equality in the African Tech Ecosystem », publié en juin 2023 par Disrupt Africa ³⁴ met en exergue l'écart en matière d'égalité de genre. En effet, moins de 10% des startups technologiques africaines ont une femme à leur tête en tant que PDG, et moins de 15% ont une femme cofondatrice. Au Bénin, seulement 13% de femmes sont représentées dans ce secteur d'activité. Cela met en lumière les défis de diversité de genre au sein des équipes et des financements des startups en Afrique ³⁵.

Malgré les efforts croissants pour renforcer l'inclusion, l'écosystème technologique en Afrique reste largement dominé par les hommes. Cette disparité exige des actions concertées pour parvenir à une parité effective des genres aux postes de direction.

L'impact financier

Près de 70% des fondatrices interrogées ont exprimé ressentir un impact négatif en raison de leur genre lorsqu'elles sollicitent des investisseurs potentiels. Les biais de genre et les stéréotypes peuvent entraver les opportunités de financement pour les femmes entrepreneurs, créant ainsi des obstacles à leur croissance.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : les startups dirigées par des femmes en Afrique ont levé un total cumulé de 119,05 millions USD entre janvier 2022 et avril 2023. Cependant, cette somme ne représente que 2,9% du montant total levé sur le continent au cours de la même période. Cela démontre un déséquilibre alarmant dans l'accès aux financements pour les startups dirigées par des femmes. En Afrique, les entreprises ayant au moins un quart de femmes dans leurs organes dirigeants enregistrent un bénéfice avant intérêts et impôts (EBIT) en moyenne 20% plus élevé que la norme sectorielle, d'après le rapport « Women Matters » de McKinsey.

³⁴ Une enquête auprès des fondatrices de l'écosystème africain des startups révèle des niveaux élevés de discrimination

³⁵ Rapport sur l'État des lieux de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin

La BAD souligne que l'élimination des inégalités entre les genres et l'autonomisation des femmes pourraient avoir un impact significatif sur le potentiel de production et le développement du continent.

Les enjeux et opportunités

Promouvoir l'égalité des genres dans l'écosystème des startups numériques en Afrique ne se limite pas à une quête de justice sociale. C'est également une stratégie cruciale pour enrichir la diversité, l'inclusivité et l'efficacité des entreprises. En encourageant les femmes à occuper des postes de direction, en offrant des opportunités de financement équitables et en éliminant les biais de genre, les startups peuvent exploiter pleinement le potentiel de talents diversifiés et créer des produits et services innovants qui répondent aux besoins de tous.

Les défis

Sous-représentation des femmes

les postes clés et techniques au sein des startups numériques sont souvent occupés par un nombre limité de femmes, restreignant ainsi la diversité des points de vue et des idées, essentielles à l'innovation. Il faut noter également la sous-représentation des femmes parmi les diplômés en STEM. En Afrique subsaharienne, entre 18 et 31% seulement des chercheurs scientifiques sont des femmes ³⁶



Biais inconscients

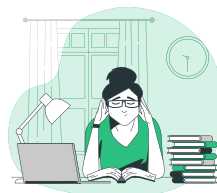
les préjugés inconscients exercent une influence subtile mais puissante sur les décisions liées au recrutement, au financement et au développement, favorisant involontairement les hommes et perpétuant les inégalités de genre



³⁶ Article Sciences technologies et Mathématiques, l'Économiste, Juillet 2022

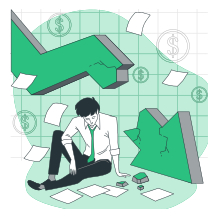
Culture du travail intense

l'accent mis sur une culture de travail qui inclut de longues heures peut dissuader les femmes, notamment celles qui assument des responsabilités familiales, d'intégrer ou de rester au sein de ces entreprises



Accès au financement

les entrepreneures font face à des défis particuliers pour accéder aux financements nécessaires au démarrage et à la croissance de leurs startups, limitant ainsi leur potentiel d'innovation



Inégalités salariales

les disparités salariales entre les genres persistent dans de nombreuses entreprises, affectant la rémunération et la reconnaissance des femmes dans les startups numériques.



Quelques conseils pratiques

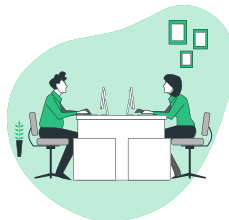
Recrutement inclusif

établir des processus de recrutement centrés sur les compétences, évitant les préjugés de genre. Il est recommandé d'encourager activement les femmes à postuler et de prévoir à leur endroit des plans de carrière qui leur permettent d'occuper des postes techniques, garantissant la diversité des talents au sein de l'entreprise



Mentorat et parrainage

mettre en place des programmes de mentorat et de parrainage spécifiquement conçus pour les femmes au sein de la startup. Ces initiatives favorisent le développement des compétences, renforcent la confiance et facilitent leur progression professionnelle



Flexibilité du travail

proposer des options de travail flexibles, telles que le télétravail et les horaires ajustables, pour permettre aux femmes de concilier plus aisément leurs responsabilités professionnelles et familiales



Crèche d'entreprise

offrir des solutions de garde d'enfants sur le lieu de travail, créant ainsi un environnement propice à la participation des femmes et à leur épanouissement professionnel.



L'intégration d'une approche genre

Formation en sensibilisation au genre

dispenser des formations sensibilisant les employés aux enjeux liés au genre, afin de réduire les biais inconscients et de favoriser une culture inclusive et respectueuse



Leadership inclusif

prévoir des quotas de diversité au sein de son équipe dirigeante. En embrassant différentes perspectives, l'entrepreneur prend des décisions plus équilibrées, qui reflètent les besoins variés de son entreprise et de la société.



Chapitre 6

Financement de la startup digitale



6. Financement de la startup digitale

Ce chapitre traite de l'épineuse question du financement des entrepreneurs. Le principe de base consiste à s'assurer que la proposition de valeur et les structures de base de l'entreprise sont en cours de mise en œuvre avant de se focaliser sur ses besoins financiers. Il faut ensuite s'intéresser aux types de financement qui existent le long du cycle de développement de la startup. Le chapitre se conclut sur les informations et astuces idoines pour se préparer au financement et pour gérer de manière optimale autant les finances de son entreprise que ses finances personnelles.

6.1 Diagnostiquer le besoin réel de financement

L'accès au financement est considéré comme l'une des problématiques phares qui freinent le développement des startups en Afrique. Malgré de belles réussites de levées de fonds ces cinq dernières années à travers le continent, la majorité des investissements est captée par le Big Four continental (Nigeria, Égypte, Kenya, Afrique du Sud), la plupart des pays et des startups restant méconnus, sous-évalués ou peu valorisés. En partant du principe qu'une startup numérique débute son parcours avec un capital minimum qui lui permet de mettre en œuvre son activité, le besoin en financement se fait sentir principalement dans les circonstances suivantes :

- La nécessité de recruter et de rémunérer le ou les profils les plus indispensables pour développer et commercialiser sa solution ;
- Le développement constant de la solution afin d'améliorer l'interface, les fonctionnalités et l'expérience utilisateur d'une part, les licences et autres aspects techniques et réglementaires nécessaires pour être conformes aux normes requises d'autre part ;
- La nécessité d'acquérir du matériel de travail et des équipements ;
- Le besoin de faire connaître sa solution et de générer des ventes au moyen de la communication et du marketing ;

- Les frais récurrents de gestion, notamment ceux liés à la gestion des données (hébergement et sécurité, infrastructure, communication, etc.) ;
- Les frais de prospection commerciale, de représentation,
- etc.

6.1.1 Besoin de financement vs besoins de structuration et de process



En termes de besoins financiers, les principaux axes susmentionnés impliquent de s'interroger sérieusement quant à la pertinence du financement pour une startup dénuée de certains prérequis organisationnels, légaux, opérationnels, et financiers. En effet, la startup doit démarrer ses activités avec un minimum de capital provenant de fonds propres ou d'aides de proches ; elle doit avoir établi un plan prévisionnel de trésorerie et un budget. Elle doit en outre débiter le test de sa solution sur le marché afin de vérifier ses hypothèses sur sa niche et sur la demande, éprouver son modèle économique afin de se positionner au mieux sur le marché, notamment face à ses concurrents, et itérer. Ces process permettent à la startup de déterminer si sa solution a validé son marché et démontré un réel potentiel de croissance rapide. Ils doivent être éprouvés sur fonds propres et générer un minimum de traction avant que l'entrepreneur envisage un financement ultérieur, car l'existence de ces prérequis figure au nombre des critères d'éligibilité à un financement. La capacité de la startup à se structurer au préalable détermine donc à la fois sa crédibilité et ses chances de mobiliser des ressources. La faiblesse des ressources disponibles a l'avantage de pousser à l'ingéniosité et à la créativité, car il faut être capable de faire au mieux et de rationaliser les coûts pour être en mesure de faire un usage judicieux de fonds abondants.

6.1.2 Le timing du besoin de financement



Le besoin de financement naît lorsque la startup estime ne pas disposer d'un fonds de roulement suffisant pour faire face à ses charges à court et à moyen terme (des fonds disponibles et des premières recettes permettant de couvrir les charges sur une période allant de 3 mois à 1 an par exemple). Ce n'est pas lorsqu'il n'y a plus de ressource et que les activités sont à l'arrêt que ce besoin naît. Il y a donc une nécessité d'anticiper et de prévoir. Un suivi hebdomadaire de l'évolution des entrées et sorties d'argent liées à l'activité s'impose afin de garder l'œil sur le niveau de trésorerie disponible.

6.1.3 Lier les objectifs de croissance de la startup à ses besoins de financement



Sur la base du plan d'affaires ou de la feuille de route définie, il faut mettre en priorité les activités et besoins à satisfaire afin de poursuivre son parcours. Cela impose une démarche stratégique car au moment où tout est nécessaire, il importe de valoriser ces besoins et activités qui confèrent de la vitesse et de l'efficacité dans l'accroissement du chiffre d'affaires, notamment grâce aux volumes de vente ou à une refonte de la tarification. La croissance passe en effet soit par l'augmentation du portefeuille clients, soit par un enrichissement de la gamme de services offerts, soit encore par un ajustement de la grille tarifaire.

Ainsi, en déterminant des objectifs de croissance conformes à la vision et aux jalons déclinés dans le plan d'affaires, on s'assure de rester sur la bonne voie en visant continuellement l'efficacité et en suivant ses indicateurs de performance.

6.1.4 Analyser les besoins opérationnels et les coûts prévus



Une fois les activités et besoins à satisfaire déterminés dans le temps, il importe d'estimer le niveau du financement requis pour couvrir les charges fixes et variables et pour assurer les investissements nécessaires pour les prochaines années, tout ceci au moyen des recettes réalisées et d'un complément de financement extérieur.

L'estimation des coûts s'effectue à partir de l'historique existant et des devis reçus pour les nouvelles dépenses à effectuer. A cet égard, il importe de confronter plusieurs devis afin de faire jouer la concurrence et d'obtenir les meilleurs rapports qualité-prix, de négocier âprement pour obtenir des remises, et d'être bien renseigné sur les coûts usuels. En dehors de ces aspects financiers, il est également nécessaire de négocier auprès de ses clients des modalités commerciales assurant des délais de paiement courts et évitant les échéanciers contraignants, ainsi que des conditions de règlement souples et avantageuses auprès de ses fournisseurs.

Préparation à l'investissement

Fastercapital partage les outils suivants pour évaluer les besoins de financement d'une startup :

- Modèle financier aidant à comprendre la situation financière
- Prévision de trésorerie donnant un aperçu des montants dont l'entrepreneur a besoin pour couvrir ses charges fixes et variables à court et à moyen terme
- Etats financiers présentant la santé financière de l'entreprise et mettant en exergue ses besoins en capitaux

6.2 Comment se préparer au financement ?

Le financement étant un facteur déterminant du développement, il importe que la startup numérique le prépare de manière adéquate et stratégique. Réussir à mobiliser des ressources pour sa startup requiert des compétences et un savoir-faire qui seront évoqués ici. La gestion financière sera également l'objet d'intérêt dans les pages à suivre.

6.2.1 Comprendre le fonctionnement des institutions de financement



Pour l'entrepreneur, comprendre le fonctionnement du système de financement constitue la première étape de la préparation à la levée de fonds. Cette compréhension passe par la connaissance des différents types d'institutions qui financent les startups, de leur fonctionnement et des critères d'éligibilité. En effet, toutes les institutions financières n'ont pas vocation à financer les startups : elles ne se positionnent qu'à des niveaux spécifiques du développement des entreprises, ce qui implique des exigences précises sur les plans organisationnel, stratégique et en matière de gestion et de performance financière.

6.2.2 Connaître le jargon financier



Pour être convaincant et capable de s'engager dans des discussions et des négociations avec les institutions de financement, l'entrepreneur doit avoir une bonne compréhension des termes financiers, des indicateurs et des ratios clés qui renseignent sur la santé financière d'une entreprise. Cela lui permet de parler le même langage que ses interlocuteurs et ainsi, de gagner en crédibilité et en confiance. Le glossaire du présent guide ainsi que les pages à venir, renseignent sur certains des termes, indicateurs et ratios à connaître.

6.2.3 Préparer un dossier de financement impeccable



Le dossier de financement à soumettre doit répondre aux exigences de l'institution auprès de laquelle la startup sollicite un financement. Il convient donc soit de se rapprocher de l'institution afin de s'enquérir de l'existence d'un canevas spécifique, soit de chercher au sein de son réseau une personne pouvant fournir une assistance utile pour la constitution d'un dossier conforme aux exigences de ladite institution.

Le dossier de financement doit être impeccable tant sur la forme que sur le fond. Il doit être bien présenté, expurgé de toute faute d'orthographe et refléter la sobriété et le professionnalisme. Il doit en outre faire la preuve de la maîtrise du secteur d'activité concerné ainsi que des perspectives positives de la solution. Il doit par ailleurs être à jour, reflétant la situation actuelle de l'entreprise et les perspectives pour les trois à cinq années suivantes. La startup doit également être préparée à faire l'objet d'un audit par les institutions de financement soucieuses d'être confortées quant à la véracité des informations renseignées, au profil du promoteur et à la crédibilité de la solution.

6.2.4 Devenir un as de la négociation



Un autre aspect crucial de la préparation au financement réside dans les techniques de négociation. Bien que la startup soit en quête de financement, elle n'est pas tenue pour autant d'accepter toutes les propositions qui lui seraient faites, notamment lorsque celles-ci ne cadrent pas avec sa vision et ses objectifs. L'entrepreneur doit donc savoir :

- Demander ce dont il a besoin, avec des chiffres et des arguments convaincants à l'appui de sa requête ;
- Lire une offre dans son entièreté et prendre le temps de la comprendre avant de l'accepter, de la décliner ou d'en négocier des aspects particuliers ;
- Comprendre qu'une offre est négociable sur l'ensemble de ses volets, financiers et non financiers, et que certaines exigences peuvent être discutées.

L'objectif de la négociation est que chacune des parties fasse des concessions sur certains points afin qu'elles parviennent à un accord commun. La réussite de la négociation requiert d'être informé, de connaître son interlocuteur, d'être capable de convaincre de manière rationnelle et non émotionnelle. A défaut d'expérience sur ce dernier aspect, il est recommandé de se faire accompagner afin d'améliorer ses compétences ou de se faire représenter par un expert capable de défendre l'intérêt de la startup.

6.2.5 Être préparé à entendre « Non »



L'accès au financement est un processus long, itératif et ardu. Dans un contexte caractérisé par un faible taux d'alphabétisation numérique, une fracture numérique ou encore une mauvaise connaissance des solutions digitales, le risque perçu à l'égard des startups et de leurs solutions digitales ne facilite pas ce processus. Ainsi, les startups se heurtent à des rejets, quel que soit leur stade de développement, pour diverses raisons :

- L'incapacité à convaincre quant à la rentabilité de la solution ;
- L'incapacité à répondre aux exigences de l'institution ;
- L'indisponibilité de l'institution à financer le type de solution présenté ;
- Aucun motif clairement indiqué.

S'il peut donner lieu à de la douleur, de la tristesse ou de la déception, le rejet n'est pas une fatalité. Il est important de gérer la déception émotionnelle, mais il est encore plus important d'être en mesure de prendre du recul, de surmonter ses émotions et de pivoter pour mieux performer à l'occasion suivante. Pour y parvenir, il faut s'efforcer d'identifier les raisons du rejet et d'y travailler activement, idéalement avec l'assistance d'experts ou de mentors.

6.3 Le cycle de financement d'une startup : guide pratique complet sur les étapes, les obligations fiscales, la documentation requise et les types de financement disponibles

Le cycle de financement d'une startup désigne l'ensemble des étapes que traverse une jeune pousse dans le cadre de la mobilisation de financement, pour son idéation et son développement.

Comme présenté par le tableau ci-dessous sur le cycle de financement, il existe cinq étapes courantes dans le financement d'une startup, chacune étant en lien avec son cycle de vie identifié plus haut. Ce schéma est un repère pour atteindre les différents jalons nécessaires à chaque étape du cycle de financement d'une startup.

Il revient au fondateur d'adapter le schéma à l'évolution et aux besoins spécifiques de financement de sa startup, mais aussi à sa capacité à atteindre les objectifs définis.

Etape 1 : IDÉATION

cette phase courte représente le départ de l'idée d'entreprise. Elle est généralement financée sur fonds propres à travers l'épargne de l'entrepreneur. Celui-ci postule ensuite à des aides et subventions (concours, prix, bourses) et reçoit du financement affectif ou *love money* de ses proches, de sa famille et de ses amis pour son projet. Les incubateurs à travers leurs programmes de pré-incubation l'aident à mieux élaborer sa proposition de valeur;

Acquis pour passer à la prochaine étape : créer un concept, analyse et connaissance des conditions du marché.

Etape 2 : PRÉ-AMORÇAGE

le stade de pré-amorçage est celui auquel la startup a besoin de financements lourds. L'entrepreneur recourt à des investisseurs providentiels (*business angels*) ou à des mécanismes de financement participatif. Des incubateurs peuvent aussi accompagner la startup pour le prototypage, le test du marché et la formalisation.

Acquis pour passer à la prochaine étape : créer un prototype et mettre en place l'entreprise.

Etape 3 : AMORÇAGE

face à l'insuffisance des ressources mobilisées à la phase de pré-amorçage et à un risque élevé, le financement (équipements, installations, fonds de roulement) de la phase d'amorçage repose essentiellement sur le capital-risque à travers les fonds d'amorçage. C'est à cette étape que la startup bénéficie de l'appui des accélérateurs pour finaliser son modèle d'affaires, pour débiter son plan d'affaires et pour avoir une idée claire de son projet. Elle commence à produire les premières versions de sa solution et à la commercialiser ;

Acquis pour passer à la prochaine étape : tester une première version de l'offre sur un marché.

Etape 4 : CROISSANCE

une fois que la startup a passé « la vallée de la mort » de l'échec et de la disparition, qu'elle a fait la preuve de son concept avec une solution convaincante sur son marché, elle peut se pencher sur un financement de série A. À ce stade, la plupart des risques liés à la R&D (recherche et développement) sont identifiés et atténués, la startup a un marché et génère des revenus. Il s'agit alors pour les investisseurs institutionnels tels que les fonds de capital-risque spécialisés dans les startups en phase de croissance, les sociétés de capital-investissement ou même les banques, de financer la mise à l'échelle de la startup pour accélérer sa rentabilité ;

Acquis pour passer à la prochaine étape : obtenir un chiffre d'affaires significatif sur un marché de taille critique.

Etape 5 : EXPANSION

à ce stade, la startup a des solutions et des services bien établis, mais elle peut ne pas avoir atteint son seuil de rentabilité. Elle a donc besoin de financements supplémentaires pour soutenir la forte production et le développement dus à la croissance de la demande sur ses marchés au niveau national et international. Ensuite, le passage aux tours de table de série B et C et à la dette mezzanine est indispensable afin d'atteindre la phase de stabilisation (rentabilité). Enfin, la startup devenue une entreprise à proprement parler peut continuer à lever des fonds additionnels en bourse, à la BRVM par exemple, ou choisir de faire racheter ses actions au moyen d'une fusion ou d'une acquisition par une grande entreprise désireuse d'acquies ses idées, ses actifs ou les technologies qu'elle a développées.

Acquis pour passer à la prochaine étape : étendre l'offre sur plusieurs marchés notamment l'international.



Il convient de souligner qu'en fonction de leurs stratégies de financement et de leurs capacités, toutes les startups ne traversent pas les cinq phases listées. De plus, certaines startups peuvent opter pour des packages de financements supplémentaires, tels qu'un regroupement de fonds de capital-risque, de prêts bancaires et/ou de financement participatif (crowdfunding). Il faut enfin préciser qu'il n'y a pas de durée standard pour chacune des phases ; la startup passe d'une étape à l'autre, en fonction de la demande rencontrée par sa solution et des investissements de toutes sortes qu'elle arrive à mobiliser au fil du temps.

Sur le registre des obligations fiscales, sociales et comptables, de la documentation requise et des types de financement disponibles, tous ces éléments varient en fonction de chaque cycle de financement de la startup.

6.3.1 Les obligations comptables, fiscales et sociales



Ces obligations couvrent l'organisation de la comptabilité, les impôts dus sur les bénéfices réalisés, y compris les dividendes payés aux actionnaires, ainsi que les retenues à la source des impôts ou taxes sur les prestations des employés et partenaires externes, qui doivent être versés au fisc.

6.3.2 La documentation requise



La documentation requise pour obtenir un financement est multiple et varie en fonction du stade de développement de la startup. Toutefois, après l'idéation, une fois l'étude du marché, des clients cibles et de la concurrence effectuée, la startup doit établir un plan d'affaires détaillé et un plan financier prévisionnel ainsi qu'un pitch deck pour lever des fonds auprès d'investisseurs potentiels, dans le but de lancer, développer ou étendre ses produits et services.

► L'entreprise

Décrire son entreprise. Fournir une brève introduction et sa proposition de valeur. Mentionner les points clés de traction et/ou les progrès majeurs réalisés (récompenses, fonds mobilisés, reconnaissance, taux de téléchargements ou d'utilisation de la solution, etc.)

- **Le marché** : présenter la taille de son marché, les principales tendances et perspectives ainsi que l'expérience acquise sur ce marché. Décrire l'environnement concurrentiel et comment l'entreprise se différencie
- **Les stratégies** : mettre en avant ses stratégies clés. Décrire le plan marketing et commercial pour atteindre ses objectifs avec succès
- **Les partenaires stratégiques** : présenter ses partenariats stratégiques, leurs profils, leurs compétences et le rôle qu'ils jouent auprès de l'entreprise

► Le management

Dresser le profil des principaux membres de l'équipe y compris les conseillers ou consultants, leurs rôles, leurs parcours et leurs expériences majeures. Présenter la personne-ressource clé de l'entreprise et ses coordonnées.

- Le coût unitaire du produit ou du service
Calculer le coût de production unitaire afin de faire ressortir la rentabilité
- La projection financière sur 3 ans
La projection permet de mettre en exergue la rentabilité de la solution

► L'investissement

Mettre en évidence son historique d'investissement et présenter ses besoins de financement.

► Feuille de route








Fournir un calendrier des étapes clés pour l'entreprise :

- Idéation / création
- Premier test de marché
- Premier client

6.3.3 Les types de financement disponibles



Divers types de financement sont disponibles pour les startups. Hormis les financements par love money et les aides et subventions, les financements disponibles peuvent être regroupés en deux catégories : le financement par equity (dilutif) et le financement par endettement (non dilutif).

| Mode de financement | Prêt dès l'amorçage | Levée de fonds auprès de VCs dès l'amorçage | Crowdfunding de la création à l'early stage |
|--|---|---|---|
| Investisseurs | Banques / SFD | Professionnels | Particuliers |
| Type d'investissement | Apport en dette Montants faibles à très élevés | Apport en financier peu de tickets, montant élevés | Apport en financier nombreux tickets, montants faibles |
| Contrepartie à l'investissement | Sans contrepartie | Parts au capital | Avec ou sans contrepartie : droit d'usage récompense fixe, parts au capital |
| Projet financé | Start-up en phase d'amorçage avancée | Tout type de Start-up | Tout type de Start-up |
| Systèmes financiers |  United Bank for Africa |  NORU CAPITAL  BBAN BENIN BUSINESS ANGEL NETWORK  TEKEDIA  LAUNCH AFRICA  Ecosystem Accelerator |  |

Le financement par actions ou *equity*

Pour ce type de financement, un investisseur (propriétaire ou partenaire) achète des parts de l'actionnariat d'une startup en échange d'un investissement financier. L'investisseur (investisseur providentiel, fonds de capital-risque ou fonds d'investissement) qui est désormais un actionnaire de l'entreprise, participe à la gestion et a un droit de regard sur les décisions prises. Une étape préalable à l'entrée dans le capital par des investisseurs est de définir la valeur financière de la startup par des experts en la matière.

Les avantages pour la startup

- Mode de financement adapté aux besoins des startups ;
- Augmentation des ressources disponibles pour financer le développement de nouveaux produits ou services, l'expansion vers de nouveaux marchés, les acquisitions ou refinancements des dettes ;
- Acquisition des réseaux et appuis techniques des investisseurs ;
- Réduction du stress lié à la trésorerie.



Les inconvénients pour la startup

- Perte du contrôle absolu de la gestion et de l'actionnariat (dilution) ;
- Rigidité dans le respect de l'orthodoxie financière ;
- Forte pression sur le fondateur pour réaliser des gains élevés (retour sur investissements) avant la phase de sortie des investisseurs de l'actionnariat de la startup.



Financement par endettement

Dans cette forme de financement, une source externe ou interne met des fonds à la disposition de la startup sur la base d'un contrat de prêt. En contrepartie, l'institution ou la personne créancière exige le remboursement de la dette, plus les intérêts, à une échéance spécifiée, avec ou sans différé.

Les avantages pour la startup

- Contrôle de la gestion et de l'actionnariat ;
- Mise à disposition relativement rapide des fonds lorsque toutes les conditions sont réunies ;
- Éventail d'offres de financement opérationnel (découverts) à court terme (besoin en fonds de roulement) et à long terme (moyens fixes).



Les inconvénients pour la startup






- Mode de financement peu adapté pour les startups en phase d'idéation et de pré-amorçage qui ne disposent généralement pas de véritable historique financier ;
- Exigence de garantie et bonne cote de crédit ;
- Taux d'intérêts élevés et durée de remboursement courte.









Il est donc judicieux de bien évaluer les avantages et inconvénients de chaque type de financement avant l'élaboration de sa stratégie de levée de fonds. Outre les deux types de financement présentés, la startup peut s'autofinancer via les moyens suivants :

- Emprunt des actionnaires en compte courant d'associé ;
- Dividendes non distribués ;
- Paiement des employés en actions ;
- Location en lieu et place d'achats ;
- Avances de la part des clients ;
- Allongement des délais de règlement aux fournisseurs.

► La startup peut opter pour une combinaison de ces types de financement.

| |  Idéation > |  Pré-amorçage > |  Amorçage > |  Croissance > |  Expansion |
|---|--|---|---|--|--|
| Cycle de financement | Capital des fondateurs & Love money Concours (Prix, Bourses) Préincubation Incubation Crowdfunding Ange financier | | Accélération Fonds de capital-risque Banques | Fonds d'investissement | |
| Estimation des tickets de financement (en FCFA) | <25M | 25M – 150M | 500M – 1,5G | 2,5 G – 10G | >10G |
| Parcours du produit | Concept ou proposition de valeur | Prototype | Première version commercialisable de la solution numérique | Version finalisée de la solution numérique | Version exportable de la solution numérique |
| Evolution du marché | Marché inexistant | Marché à tester | Tests et premières ventes réalisées | Atteinte de la taille critique du marché | Marchés national et international |
| Estimation de chiffre d'affaires (CA) des startups (en FCFA) | > ou = 0 | > ou = 0 | <100M | 100M – 650M | > 650M |
| Clés de succès commercial | Caractère innovant du concept | Equipe compétente | Forte traction | Solide capacité de mise en marché | ROI élevé et appétence des investisseurs |
| Tâches importantes pour lever des fonds | ☞ Planifier les grandes étapes du développement et de levée de fonds (durée, montant, délai) | ☞ Créer la salle de données ☞ Identifier et financer ses besoins en fonds de roulement | ☞ Travailler en réseau et nouer des relations ☞ Identifier et rencontrer de potentiels investisseurs | ☞ Signer une term sheet avant le processus juridique ☞ Conclure l'opération et recevoir les fonds | ☞ Agir conformément aux accords et rendre compte aux investisseurs ☞ Se préparer pour le prochain cycle de négociations |

| | |  Idéation > |  Pré-amorçage > |  Amorçage > |  Croissance > |  Expansion |
|---|--------------------------|---|--|--|--|---|
| Documentation indicative pour lever des fonds | | La documentation principale est le plan d'affaires. Toutefois, il faudra constituer une salle de données à présenter aux investisseurs lors de la due diligence et des négociations | | | | |
|  | Volet financement | Proposition de valeur | Business model canvas ; Pitch de présentation | Modèle financier ou de revenue ; Etats financiers ; | Plan d'affaires finalisé | Plan de mise à l'échelle Scénarii de sortie des investisseurs |
| | Volet juridique | Brevets et marques déposées ; IFU ; CIP | RCCM, immatriculation CNSS, statuts ; Divers contrats | Table des capitalisations existantes | Term sheet | Contrats de fusion & acquisition ou sortie de capital |
| | Volet commercial | Etude de marché et prospection | Feuille de route d'actions marketing et commerciales | Classeur des gammes de solution et démo ; Portefeuille de client et fournisseurs | Liste des partenaires stratégiques | Accords commerciaux national et international |
| | | | | | | |
| Obligations fiscales | | AIB (1% - 5%) | Calendrier fiscal TPS (5% du CA) ; TVA (18% du CA) Patente | IS (30% du bénéfice) ; TVA ; AIB (1% - 5%) VPS et ITS | IRCM (10% sur le dividende des actionnaires locaux) | Idem |
| Obligations fiscales | | Tenue de comptabilité au norme SYSCOHADA ; Normalisation de facture (Mecef) Documents comptables (10 ans de conservation) Calendrier des échéances sociales | | | | |

Légende

 Préinvestissement
  Autre
  Investissement
  Dette

M = Millions de Francs CFA G = Milliards de Francs CFA

Retrouvez dans le glossaire les définitions des sigles et anglicismes.

6.4 Fondamentaux de la gestion financière pour une startup



Le point de départ de la gestion des finances de l'entreprise consiste à définir son modèle économique (la manière singulière de créer de la valeur et de générer des bénéfices), à établir un budget et à le suivre, à avoir une bonne visibilité sur des indicateurs de performance clés et à établir des bilans. Il est important de recruter une personne ou une entreprise pour tenir la comptabilité dès que les activités commencent à générer des revenus. L'on peut opter pour un recrutement interne ou déléguer la gestion à un cabinet externe. Le choix à faire dépend du volume d'activités et de la compréhension que l'on a de la comptabilité et des finances.

L'ouverture d'un compte courant en banque fait partie de la procédure de création d'entreprise. Le choix d'une banque se fait en fonction de plusieurs critères ³⁷. Il est impératif de commander des chèquiers car les entreprises doivent payer par chèque tout achat et prestation excédant 50 000 FCFA. Il est important également de renseigner le talon du chéquier avec la date, l'identité du bénéficiaire et le montant payé. Cette précaution facilite le rapprochement bancaire, un contrôle permettant de vérifier la concordance entre son compte bancaire et l'extrait du relevé bancaire. Il faut par ailleurs veiller à obtenir un relevé bancaire mensuel de tous ses comptes en banque, actifs ou non, et à vérifier l'exactitude des informations.

Le recours à la plateforme en ligne e-MECeF ³⁸ est obligatoire pour les contribuables, personnes physiques et morales, appelées à délivrer des factures normalisées via le Système dématérialisé des Machines Electroniques Certifiées de Facturation, à l'occasion des transactions avec leurs clients. Outre l'enregistrement et l'édition de factures, cette plateforme permet de générer des états périodiques.

³⁷ Consulter l'annuaire bancaire pour les caractéristiques des comptes courants des 14 banques au Bénin

³⁸ e-meccef.impots.bj

► Documentation requise

| Étapes | Check-list à vérifier avant la recherche de financement |
|---------------|---|
| Equipe | <ul style="list-style-type: none"> • Au moins deux cofondateurs et le principal manager désigné • Equipe expérimentée et complémentaire |
| Idée | <ul style="list-style-type: none"> • Problème clairement identifié et touchant un grand nombre de clients (B2B, B2C, etc.) • Solutions existantes non satisfaisantes |
| Produit | <ul style="list-style-type: none"> • Solution innovante et à forte potentialité qui répond aux besoins de la clientèle insatisfaite par la concurrence • Prototype existant |
| Client | <ul style="list-style-type: none"> • Clientèle cible claire et mesurable • Traction ou adoption de la solution par des clients |
| Business Plan | <ul style="list-style-type: none"> • Rentabilité claire et rapide avec des projections de vente ambitieuses mais réalistes • Avantage concurrentiel, stratégies marketing et vente pertinentes |
| Pitch | <ul style="list-style-type: none"> • Succinct et convaincant (en français et en anglais) • Aptitude à présenter la solution sans lire les slides |
| Finance | <ul style="list-style-type: none"> • Stratégie de financement claire (plan de financement, de cash-flow et de trésorerie) • Capacité d'autofinancement sur 12 mois et choix de bons conseillers (leveurs de fonds, avocat d'affaires, etc.) |

Les supports comptables de l'entreprise doivent être renseignés mensuellement et refléter les transactions en cours ou effectuées. Il s'agit notamment :

- » **Du livre-journal** qui sert à l'enregistrement des mouvements de l'exercice ;
- » **Du grand livre** qui regroupe l'ensemble des comptes de l'entreprise ;
- » **De la balance générale des comptes** qui constitue un état récapitulatif ;
- » **Du livre d'inventaire** qui établit le bilan et le compte de résultat de chaque exercice

En tant qu'entreprise, il est nécessaire d'établir, à chaque début d'année, un budget prévisionnel global comprenant l'estimation des revenus – toute activité et tout produit qui génère de l'argent pour l'entreprise – et celle des dépenses – coûts ³⁹ inhérents au fonctionnement de l'entreprise – ainsi que la marge – différence positive ou négative entre les revenus et les dépenses – à considérer. Un budget prévisionnel de la trésorerie est tout aussi important car il permet de déterminer les flux d'argent effectivement perçus et décaissés des comptes de l'entreprise.

La santé financière d'une entreprise se mesure à travers cinq (05) indicateurs de performance clés que l'entrepreneur doit veiller à calculer et à suivre tout le long de l'année fiscale. Ces indicateurs renseignent quant à la disponibilité de l'argent en espèces, au besoin de recourir à des fonds externes pour couvrir les charges, et enfin à l'atteinte des objectifs financiers que l'on s'est défini. Il s'agit de :

- » **Le besoin en fonds de roulement (BFR)** : l'argent dont l'entreprise a besoin pour payer ses charges courantes en attendant de recevoir les recettes de ses clients ;
- » **L'écart sur chiffre d'affaires** : la différence entre le montant total des ventes actuelles et les prévisions initiales ;

³⁹ **Coûts fixes** : dépenses qui ne varient pas selon le volume d'activités de l'entreprise (loyer).

Coûts variables : dépenses qui varient selon le volume d'activités de l'entreprise (hébergement de l'entreprise).

Coûts directs : dépenses directement liées à la production de vos produits / la commercialisation de vos services.

Coûts indirects : dépenses nécessaires au bon fonctionnement de votre activité.

- » **Les retards de paiement** : les paiements dus aux fournisseurs et les paiements attendus suite à la vente des produits ou services de l'entreprise ;
- » **La marge brute** : la différence entre le prix de vente et le coût de revient ;
- » **Le seuil de rentabilité** : il indique le niveau auquel l'entreprise va générer des recettes suffisantes pour couvrir l'ensemble de ses charges.

Enfin, chaque entreprise doit produire des états financiers. Ces documents comptables fournissent des informations sur sa situation et comprennent :

- » **Le compte de résultat** : l'ensemble des opérations facturées durant la période comptable – charges et produits – afin de déterminer si l'entreprise génère des bénéfices ou des pertes ;
- » **Le bilan comptable** : un tableau qui présente un cliché recensant ce que l'entreprise possède (actif) et ce qu'elle doit (passif) à un moment donné ;
- » **Les annexes comptables.**

Les états financiers doivent respecter le modèle proposé par la Direction Générale des Impôts (DGI). Ils doivent être visés par le comptable de l'entreprise, si celle-ci est au régime de la Taxe Professionnelle Synthétique (TPS), ou par un expert-comptable pour les entreprises assujetties au régime réel, avant d'être déposés en ligne sur la plateforme de la DGI ⁴⁰. Le dépôt des états financiers de l'année N-1 se fait au plus tard le 30 avril de l'année N.

⁴⁰ ebilan.impots.bj

6.5 Gérer ses finances personnelles avec succès



La fortune personnelle ou valeur nette d'une personne fait référence à la différence entre ses actifs – ce qu'elle possède – et son passif – ce qu'elle doit. Pour arriver à cumuler une fortune personnelle, il faut développer une certaine discipline financière, s'organiser et préférer la gratification différée à la satisfaction immédiate :

» **Etablir une séparation claire** entre les caisses de l'entreprise et ses propres poches. Pour l'entrepreneur qui procède à des apports de numéraire à son entreprise à partir d'un salaire, d'un prêt personnel ou de fonds offerts par des proches, il est important d'enregistrer ces apports car ces fonds seront soit comptabilisés comme des apports en capital soit considérés comme une dette à son endroit ;

» **Fixer des objectifs financiers** : en fonction des prévisions établies pour l'entreprise ou de la rémunération perçue actuellement, il faut déterminer quel montant l'on souhaite générer pour soi-même ou quel montant il faut mettre de côté afin de réaliser ses projets de vie. La définition d'objectifs SMART peut être utile à cet égard ;

» **Allouer un salaire mensuel** : une fois que l'entreprise génère des revenus, il est important de se fixer une rémunération afin de couvrir certaines charges, le transport et la communication par exemple. Au fur et à mesure que la santé de l'entreprise s'améliore, cette rémunération peut être améliorée. Son montant doit cependant être intégré aux charges de l'entreprise et ne doit pas servir à leur règlement ;

- » **Etablir un budget personnel** : une fois la rémunération fixée, l'entrepreneur doit répartir son utilisation en fonction de ses besoins, de son épargne et de ses envies. Une formule commune consiste à allouer 50% de son revenu aux besoins – loyer, eau, électricité, transport –, 30% aux envies et 20% à l'épargne. En fonction de la situation familiale, cette répartition peut être ajustée. Deux règles d'or doivent néanmoins être considérées :

- ▶ Toujours épargner en premier, avant de faire ses dépenses ;
- ▶ Vivre en-dessous de ses moyens, se contenter du minimum et rester concentré sur ses objectifs.

- » **Epargner puis investir** : l'épargne est le premier jalon de l'indépendance financière. Epargner dans un compte dédié un montant équivalent à 3 à 6 mois de son budget mensuel permet d'avoir une épargne de précaution pour pallier aux urgences et aux imprévus. Une fois cette épargne de précaution constituée ou en cours de constitution, plusieurs options d'investissement sont à considérer, selon son niveau de revenu. Il est possible d'investir dès 1 000 FCFA en créant un compte titre pour acheter des actions et obligations à la BRVM. Avec des montants plus élevés, on peut envisager d'acquérir des terres, d'investir dans l'immobilier, dans le bétail ou dans la constitution d'un fonds commerce. L'objectif ultime est de faire travailler son argent pour soi ;

- » **Se tenir éloigné du crédit** : un emprunt ne se justifie réellement que lorsqu'il est nécessaire pour effectuer des dépenses ou des investissements permettant d'améliorer son niveau de vie, ses avoirs ou ses activités. Il s'agit alors d'une bonne dette. La mauvaise dette par contre, utilisée pour consommer, est à éviter à tout prix. Dans les deux cas d'espèces, il faut s'assurer d'emprunter à la hauteur de ce que ses revenus permettent de rembourser, et selon un échéancier assez flexible ;

- » **Être financièrement crédible** : cela consiste à respecter ses engagements financiers, rembourser ses dettes dans les délais requis, payer ses employés ou encore verser ses cotisations. Il est également important de se montrer juste dans la rémunération des collaborateurs et prestataires, mais aussi de veiller à nouer des partenariats aux avantages réciproques.

6.6 La due diligence expliquée



La due diligence consiste pour des investisseurs à effectuer l'audit détaillé d'une startup à partir des informations et données communiquées par cette startup, avant de prendre une décision d'investissement. Il s'agit d'un processus rigoureux qui met à l'épreuve le professionnalisme, la crédibilité et la détermination de la startup. Il aboutit à la mise à disposition de fonds lorsque les investisseurs ont été convaincus de la fiabilité des données, de la viabilité financière attendue et des perspectives positives de la startup. La probité, la transparence et l'art de convaincre sont les qualités phares que doit démontrer la startup.

La due diligence comprend cinq étapes dont la durée dépend de la disponibilité des données et informations, de la complexité de l'activité et des lourdeurs administratives des investisseurs :

Définir son objectif de financement

la startup doit définir quel montant elle souhaite mobiliser, sous quelle forme, les types d'investisseurs qu'elle attend ainsi que l'usage auquel le financement est destiné

Préparer la due diligence

la startup doit mettre à jour ses documents officiels, préparer sa *data room* ⁴¹, prévenir ses associés et son personnel, et mettre à contribution les partenaires pertinents (notaire, banquier ou autres)

Identifier les investisseurs potentiels

l'entrée d'investisseurs au capital est une relation d'affaires à ne pas négliger car elle affecte l'évolution de l'entreprise. L'origine de ces investisseurs importe peu, du moment qu'ils partagent la vision de l'entrepreneur et possèdent une connaissance suffisante de son secteur d'activité afin d'être en mesure de lui fournir une expertise adéquate

⁴¹ Voir One Pager « Comprendre et mettre en place une data room ».

Passer l'épreuve de la due diligence

les investisseurs transmettent aux startups la liste des informations et données à communiquer pour être éligibles à un investissement. Ils scrutent absolument tout, de la solution au marché cible en passant par les profils (l'entrepreneur, ses collaborateurs), les états financiers, l'actionnariat et les risques. Dans le cas d'une startup numérique, les questions de sécurité, de propriété intellectuelle et de technologie doivent aussi être abordées. La qualité et la célérité des interactions entre les deux parties affectent également la décision. Enfin, l'appréciation que se font les investisseurs de la moralité, du dynamisme et de la détermination de l'entrepreneur est un facteur majeur de leur décision finale

Obtenir le financement

la décision des investisseurs d'entrer au capital de la startup est notifiée par un courrier précisant le montant à investir, les conditions applicables ainsi que le délai accordé pour accepter l'offre. La startup n'est pas tenue d'accepter l'offre ; elle peut en négocier tous les aspects.

Il faut préciser qu'une irrégularité, une information erronée ou non confirmée suffisent à mettre fin au processus de *due diligence*. Lorsque le processus n'est pas concluant, la startup a l'avantage de disposer désormais de tout ce qu'il faut pour entrer en discussion avec d'autres investisseurs. Elle pourra également se servir de cette expérience pour améliorer ses processus internes et s'élever aux standards internationaux.

Les astuces suivantes sont utiles pour les startups qui désirent mener à bien la *due diligence*

- ▶ Impliquer des experts externes pour garantir l'exactitude des informations fournies
- ▶ Être transparent sur les risques potentiels et les défis rencontrés
- ▶ Répondre promptement aux demandes d'informations des investisseurs
- ▶ Identifier et expliquer les risques spécifiques liés à l'entreprise
- ▶ Présenter des stratégies pour atténuer ces risques ;
- ▶ Désigner des responsables pour coordonner les réponses aux investisseurs
- ▶ Aborder les préoccupations des investisseurs avec des solutions concrètes
- ▶ Étayer sa valorisation avec des données tangibles et des comparaisons de marché.

6.7 Comprendre et mettre en place une *data room*



Dans un monde où les données sont devenues la ressource la plus précieuse ⁴², il est essentiel pour les entreprises de sécuriser et de maximiser l'utilisation des données confidentielles. Dans le contexte dynamique des startups, en Afrique où l'accès au financement et la sécurisation des données sont des défis majeurs, la mise en place d'une *data room* devient une nécessité de premier plan. Les fondements et les avantages d'une *data room* pour les startups africaines sont présentés ici, avec un éclairage sur les éléments clés à considérer.

Qu'est-ce qu'une *data room* ?

Une *data room* est une plateforme en ligne sécurisée utilisée par les entreprises pour partager des informations confidentielles avec des parties prenantes telles que les investisseurs, les partenaires et les conseillers. Elle offre un contrôle strict sur l'accès aux données et sert de hub central pour gérer des transactions sensibles comme les levées de fonds, les partenariats stratégiques et les fusions-acquisitions. La *data room* est pertinente pour diverses transactions et processus, comme les fusions-acquisitions, les introductions en bourse, les transactions immobilières, les levées de fonds, les appels d'offres et les dépôts de brevets.

Elle permet de gérer des documents confidentiels et des informations de propriété intellectuelle, et elle simplifie les processus de vérification en permettant aux partenaires d'analyser des données sensibles. Les données partagées peuvent inclure des informations financières détaillées, des documents comptables et fiscaux, des plans, des rapports techniques et environnementaux ainsi que des détails sur l'entreprise, ses clients, ses fournisseurs, ses produits, son marché et sa concurrence.

Dans le contexte des startups, ces données peuvent inclure des indicateurs clés tels que : le nombre d'utilisateurs actifs, les téléchargements d'application, les transactions quotidiennes,

⁴² La ressource la plus précieuse au monde n'est plus le pétrole, mais les données

Qu'est-ce qu'une *data room* ?

les détails sur les produits inclus dans les paniers d'achat ainsi que des informations démographiques sur les utilisateurs comme l'âge, la localisation, etc.

Il existe deux types principaux de *data rooms* virtuelles : celles basées sur le Cloud, accessibles via un navigateur web sans nécessité de téléchargement, et celles sous forme de logiciels téléchargeables pour une utilisation sur ordinateurs de bureau ou appareils mobiles. Les fonctionnalités comprennent le téléchargement de fichiers, la gestion des autorisations d'accès, le partage de documents, les rapports analytiques sur l'activité des utilisateurs et d'autres fonctionnalités spécifiques aux besoins de l'entreprise.

Pour accéder à une *data room* sur le Cloud, il suffit d'ouvrir son navigateur, de saisir l'adresse du site web de la *data room* et de s'y connecter. L'on accède alors à un tableau de bord affichant ses projets et les notifications d'activité des autres utilisateurs. Les administrateurs peuvent effectuer diverses actions :

- » **Télécharger de nouveaux fichiers ;**
- » **Expurger des informations d'un document ;**
- » **Révoquer l'accès d'un utilisateur ;**
- » **Partager des documents avec de nouveaux utilisateurs ;**
- » **Consulter des rapports analytiques sur l'activité des utilisateurs ;**
- » **Stocker des documents en filigrane, etc.**

Les avantages pour les startups

- **La sécurité des données sensibles** : dans un environnement où la protection des données est cruciale, une *data room* offre des mesures de sécurité avancées, allant au-delà des solutions générales telles que les services de stockage *Cloud*. Les startups peuvent ainsi protéger leurs informations confidentielles contre les menaces internes et externes ;
- **Le contrôle d'accès et la confidentialité** : les startups peuvent contrôler précisément qui peut accéder à quelles données. Ceci est essentiel lors des discussions avec des investisseurs et des partenaires potentiels, et garantit que seules les parties autorisées ont accès aux informations clés ;
- **La gestion efficace des transactions** : une *data room* facilite le processus de *due diligence* pour les transactions commerciales. Les startups peuvent collaborer avec des parties prenantes externes, poser des questions directement sur les documents et gérer les étapes de manière transparente.



Les éléments indispensables pour une *data room*

Pour créer une *data room* efficace, les startups doivent s'assurer de disposer de fonctionnalités clés :

- » **Sécurité avancée** : certifications ISO 27001 et SOC2, chiffrement de haute qualité des données ;
- » **Permissions granulaires** : possibilité de définir des niveaux d'accès en fonction du rôle ;
- » **Sauvegarde des données** : serveurs répartis sur différents sites pour assurer la continuité ;
- » **Catégorisation automatique** : organisation efficace des documents pour une navigation aisée ;
- » **Fonctionnalités de collaboration** : annotations de documents, alertes, etc. ;
- » **Protection contre la copie illicite** : filigranes pour prévenir la divulgation non autorisée ;
- » **Suivi analytique** : suivi de l'activité des utilisateurs pour évaluer l'engagement et la pertinence.

Les étapes de mise en place d'une *data room*

- » **Evaluer les besoins** : identifier les transactions clés nécessitant une *data room*, telles que les levées de fonds, les partenariats ou les transactions commerciales ;
- » **Sélectionner un fournisseur de *data room*** : rechercher un fournisseur de *data room* réputé qui répond aux besoins spécifiques de la startup et offre des mesures de sécurité solides ;
- » **Préparer les documents** : numériser et préparer les documents à partager dans la *data room*, les organiser en dossiers logiques pour une navigation facile ;
- » **Choisir les utilisateurs et les autorisations** : identifier les utilisateurs internes et externes qui doivent avoir accès à la *data room*, définir des autorisations spécifiques pour chaque utilisateur en fonction de son rôle ;

Les étapes de mise en place d'une *data room*

- » **Personnaliser l'interface** : si possible, personnaliser l'interface de la data room au logo et aux couleurs de la startup pour une expérience utilisateur cohérente ;
 - » **Charger les documents** : grâce à la fonction de « glisser-déposer », télécharger les documents dans la data room et les organiser en dossiers et sous-dossiers pour une navigation aisée ;
 - » **Configurer des notifications** : configurez les notifications en temps réel pour être informé des actions effectuées par les utilisateurs dans la data room ;
 - » **Tester et former** : tester la data room avec un groupe restreint d'utilisateurs pour s'assurer que tout fonctionne correctement, former les utilisateurs sur la navigation et l'exploitation de la data room ;
- Inviter les parties prenantes** : inviter les investisseurs, partenaires et autres parties prenantes à rejoindre la data room en leur fournissant des instructions claires ;
- Surveiller l'activité** : surveiller régulièrement l'activité des utilisateurs grâce aux rapports d'audit et aux notifications en temps réel.

Pour les startups numériques, la mise en place d'une data room est un atout stratégique incontournable. Elle permet de sécuriser les informations sensibles, facilite les transactions et assure une collaboration transparente avec les investisseurs et les partenaires. Recommandation de plateformes communes pour mettre en place une data room : Box share-vault, Ansarada.

Chapitre 7

Structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat digital



7. Structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat digital

Ce chapitre traite du rôle des Structures d'Accompagnement à l'Entrepreneuriat Digital (SAEI) dans le développement de startups numériques et présente les considérations qui entrent en ligne de compte dans le choix de la bonne structure d'accompagnement.

7.1 Le rôle des SAEI

Les Structures d'Accompagnement à l'Entrepreneuriat Digital (SAEI) sont des organismes ayant la forme d'incubateurs, d'accélérateurs et d'espaces de coworking, spécialement conçus pour soutenir les startups, y compris celles opérant dans le domaine digital. Leur rôle est multiple et essentiel pour aider les entrepreneurs à transformer leurs idées en entreprises prospères.

L'encadrement et les conseils stratégiques

Les SAEI offrent un encadrement personnalisé en proposant des conseils stratégiques. Les entrepreneurs bénéficient de l'expérience de mentors et d'experts de l'industrie, ce qui les aide à affiner leur vision, à élaborer leur modèle économique et à planifier leurs étapes de croissance.

Le réseautage et la mise en relation

Les SAEI facilitent le réseautage en mettant en relation les startups avec d'autres entrepreneurs, des investisseurs, des partenaires potentiels et des clients à travers divers types d'événements, de voyages ou de rencontres bilatérales. Ces connexions importantes ouvrent des portes pour le financement, les collaborations et les opportunités commerciales.

Les formations et ateliers

Les SAEI proposent des formations et des ateliers sur des thématiques spécifiques, adaptées aux besoins des startups numériques. Ces formations couvrent des domaines tels que la gestion de projet, le marketing digital, la levée de fonds, la cybersécurité ou le développement de produits.

L'accès aux ressources

Les SAEI offrent souvent un accès à des ressources physiques et technologiques, comme des espaces de travail collaboratifs, des laboratoires équipés et des outils de développement. Cela permet aux startups de réduire leurs coûts initiaux et d'accélérer leur processus de création.

L'accès au financement

De nombreuses SAEI ont accès à des investisseurs, des fonds de capital-risque et des institutions financières. Elles peuvent aider les startups à préparer leurs dossiers de financement et à se connecter aux sources de capital nécessaires à leur croissance.

7.2 Comment choisir la bonne structure d'accompagnement

Le choix d'une structure d'accompagnement appropriée est une décision critique pour le succès de la startup numérique. Divers points sont à considérer pour faire son choix.

L'alignement des objectifs

Il convient de choisir une SAEI dont la mission et les valeurs sont alignées avec les objectifs de la startup. Si l'objectif visé est une croissance rapide, il faut rechercher un accélérateur avec un programme visant la croissance rapide et qui a fait ses preuves dans l'écosystème.

L'expertise sectorielle

Il faut opter pour une SAEI possédant une expertise dans le domaine d'activité de la startup. Sa compréhension approfondie de l'industrie peut donner accès à des conseils spécifiques et à un réseau pertinent.

La réputation et les réussites passées

Il est recommandé d'effectuer des recherches sur les antécédents de la structure d'accompagnement. Les succès passés des startups qu'elle a soutenues et les témoignages de leurs entrepreneurs peuvent témoigner de sa valeur.

L'accès aux ressources

Il faut veiller à s'assurer que la SAEI offre les ressources dont la startup a besoin, que ce soit un espace de travail, des équipements ou des services professionnels.

Les modalités d'accompagnement

Les conditions de participation à l'accompagnement, notamment la durée, les obligations ou encore l'équité éventuelle à céder, doivent être bien comprises. L'entrepreneur doit également s'assurer que ces modalités correspondent à ses attentes.

Le réseau et l'accès aux financements

Le réseau de partenaires, d'investisseurs et d'entrepreneurs auquel la SAEI peut connecter l'entrepreneur doit être évalué. L'accès au financement est crucial pour la croissance de la startup.



En somme, les structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat digital sont des catalyseurs pour les startups numériques. Elles offrent un écosystème favorable à la croissance, à l'innovation et à la réussite. Choisir la bonne structure d'accompagnement nécessite une évaluation minutieuse pour assurer un partenariat fructueux tout au long du parcours entrepreneurial.

7.3 Liste de Structures d'Accompagnement de l'Entrepreneuriat Innovant (SAEI) focus sur le digital



BLOLAB

BloLab est un écosystème d'acteurs de l'innovation sociale et numérique installé au Bénin depuis 2015. Avec son FabLab (laboratoire de fabrication numérique) installé dans 2 grandes villes du Bénin, son école du numérique et son pôle d'appui à l'entrepreneuriat innovant, cette structure développe des projets numériques qui répondent aux problématiques locales en animant le territoire et en stimulant l'innovation. Elle dispose d'une forte communauté très diversifiée et son approche est très agile. BloLab s'engage au quotidien à être un vrai laboratoire d'innovations sociales au profit de ses territoires d'intervention.



Ses secteurs d'activité incluent le digital, la santé, la ville durable, l'éducation ou encore l'agrobusiness.



Offre de services : conseil, formation, événement, mise en réseau, prototypage

Programmes : développement continu de solutions dans son Fablab

Conditions d'accès : tout entrepreneur numérique peut s'y rendre pour se former sur les nouvelles technologies, pour prototyper sa solution sous la forme d'un objet tangible ou encore d'une application web ou mobile



Cible : étudiants, diplômés, jeunes et enfants



Adresse : Cotonou, Zogbohoulé, von du collège Félix Houphouët Boigny derrière le stade de l'amitié - Porto-Novo, quartier Houinmey, pharmacie Adjibadé, 3^e étage



+229 62191935



contact@blolab.org



<https://blolab.org>

BTECH SPACE

Btech Space est un environnement optimisé pour la stimulation, la création et la croissance des entreprises. Il s'agit d'un tiers-lieu généraliste, incubateur, FabLab et accélérateur. Il accompagne l'entrepreneuriat de tous les secteurs d'activités et à toutes les étapes de développement. BTECH ACADEMY est composé de 8 centres de formations, spécialisés chacun dans un domaine spécifique.



Ses secteurs d'activité incluent le digital, l'éducation, la santé, l'agrobusiness, le social ou encore l'entrepreneuriat féminin.



Offre de services : location d'espace et de matériel informatique, conseil, formation, événement, mise en réseau, appui au financement, prototypage

Programmes : incubation, accélération et pépinière d'entreprises

Conditions d'accès : tout entrepreneur numérique peut s'y rendre pour bénéficier des services de l'Institut de l'Entrepreneuriat en Technologies Avancées (IETA). L'incubation et l'accélération de startup sont également proposées, de même que le prototypage dans le FabLab et l'accès à un espace de coworking



Cible : étudiants, diplômés, jeunes et femmes



Adresse : Cotonou, rue 308, Guinkomey



+229 94684040
+229 63631717



contact@btechspace.com



btechspace.com

ETRILABS

Créé en 2009, EtriLabs est un écosystème d'innovation et une communauté pour les personnes qui souhaitent co-crée et collaborer sur des projets visant à résoudre des problèmes critiques aux niveaux national et international. Etrilabs a pour vision de promouvoir une culture de l'entrepreneuriat axée sur l'innovation, la créativité et le partage, en instaurant un espace favorable à l'émergence de solutions d'envergure mondiale.



Ses secteurs d'activité incluent le digital (biotech, edutech, e-commerce, agritech), les énergies renouvelables, la santé ou encore les médias.



Offre de services : coworking, accompagnement des entrepreneurs (incubation et accélération de startups), formation, conseil en marketing et communication, organisation d'événements, proposition de solutions sur mesure aux entreprises

Programmes : incubation, accélération, corporate innovation, expertises, espaces, événements. Grâce au programme WHISPA (orienté femmes), bénéficier d'un accompagnement en incubation, devenir le prochain Etristars en participant au programme d'accélération ou encore prendre part au Visiting Startups Program (VSP) pour apprendre à exporter plus facilement sa startup à l'international.

Conditions d'accès : tout entrepreneur numérique peut s'y rendre pour bénéficier des services de formation sur les métiers du numérique. La structure propose aussi un espace de coworking ainsi que la possibilité de solliciter des experts dans divers domaines



Cible : étudiants, diplômés et jeunes



Adresse : Cotonou, 57 rue 12.247, Cocotiers



+229 21354945
+229 52293743



info@etrilabs.com



etrilabs.com

GUERRA TECH HUB

GUERRA TECH HUB est un hub d'innovation consacré à la mise en place d'environnements qui serviront de catalyseurs pour la construction de l'Afrique de demain : disruptive, collaborative et inclusive. Depuis 2018, il apporte les ressources, les financements et le savoir-faire nécessaires pour former et accompagner les entrepreneurs et organisations dans la résolution des défis du Continent.



Ses secteurs d'activité incluent le digital et l'entrepreneuriat féminin.



Offre de services : location d'espace (coworking, bureaux, salles de formation et de réunion) et de matériel informatique, formation, événement

Programmes : conseil en innovation, Internship, Impulse, Hack Her, Keoubougou Pi

Conditions d'accès : tout entrepreneur numérique peut s'y rendre pour améliorer ses compétences sur les nouvelles technologies, apprendre des métiers du numérique et bénéficier d'un programme d'accompagnement dans l'élaboration et le développement de son projet d'entreprise innovant et à fort impact (accompagnement personnalisé et évolutif, financement, mentorat et coaching, mise en relation et partenariats, hébergement et services, workshops et promotion)



Cible : enfants, jeunes et femmes



Adresse : Parakou, Banikanni, 2ème rue après la pharmacie du campus, BP371



+229 90794438



contact@guerrahub.com



guerrahub.com

IROKO FABLAB

À la croisée des arts et du numérique, Iroko FabLab est un tiers-lieu de création et d'innovation qui fédère une communauté de makers, d'artisans et de designers engagés. Créé en 2018, IROKO FabLab est une association dont la mission est de favoriser l'innovation sociale en combinant design, artisanat et numérique pour répondre aux enjeux de nos territoires. Laboratoire urbain ouvert à tous, le FabLab propose des ateliers, des programmes d'accompagnement, des formations et des résidences pour des publics variés : jeunesse, entrepreneurs, artisans, artistes, personnes en reconversion professionnelle.



Ses secteurs d'activité incluent le digital, l'artisanat, l'éducation, les énergies renouvelables ou encore le social.



Offre de services : conseil, formation, mise en réseau, prototypage

Programmes : développement continu de solutions dans le FabLab

Conditions d'accès : tout entrepreneur numérique peut s'y rendre pour bénéficier des formations sur les nouvelles technologies, des services de conception et de fabrication numérique, du design et des métiers de l'artisanat. Il est également possible de devenir résident afin d'obtenir un accès aisé aux outils de prototypage et aux processus d'innovation



Cible : artisans, enfants, étudiants, diplômés et jeunes



Adresse : Cotonou Jéricho, 237 avenue de la Libération



+229 96084713



hello@iroko.com



irokolab.org

TIC AGRO BUSINESS

TIC AGROBUSINESS est une entreprise spécialisée dans l'e-agriculture. Elle vise à faciliter le conseil et la vulgarisation des bonnes pratiques dans le domaine agricole. Elle œuvre aussi pour l'accès des acteurs ruraux au marché et au crédit.



Dans le but de faciliter le conseil agricole et la vulgarisation des bonnes pratiques agricoles respectueuses de l'environnement, elle met à la disposition des producteurs des solutions web et mobile, des outils d'animation (jeux de cartes), des vidéos de vulgarisation ainsi que des messages vocaux, tout cela en langues locales.

Ses secteurs d'activité incluent le digital
l'agrobusiness ou encore l'entrepreneuriat féminin.



Offre de services : location d'espaces, équipements de production, conseil, formation, événement, mise en réseau

Programmes : conseil en innovation, Internship, Impulse, Hack Her, Keoubougou Pi

Conditions d'accès: tout entrepreneur numérique peut s'y rendre pour bénéficier de formations, de conseils et d'un accompagnement en agrobusiness



Cible : femmes, diplômés et jeunes



Adresse : Yimporima, Natitingou



+229 66369053



contact@ticagrobusiness.com



ticagrobusiness.com

WOMEN EDTECH

Women EdTech est à la fois un centre de formation, un incubateur et un accélérateur. La structure fournit des formations professionnelles pour le développement des compétences numériques, un appui à la création d'entreprises ainsi que des prestations d'accélérateur de projets pour les femmes entrepreneurs.



Ses secteurs d'activité incluent le digital, l'éducation et l'entrepreneuriat féminin.



Offre de services : conseil, formation, événement, mise en réseau

Programmes : formations et insertion (Camps Technologiques, Academy EdTech, Capacity Building), incubation (Women Developers Academy, Fempreneurs, DigiPreneurs) et accélération (Business Growth)

Conditions d'accès : tout entrepreneur numérique peut s'y rendre pour se former et participer à un programme d'incubation ou d'accélération



Cible : enfants, femmes



Adresse : Cotonou Védoko, dernière rue avant le carrefour Toyota, plus précisément dans la rue Funai, 2ème étage de l'immeuble carrelé blanc abritant une agence MTN au rez-de-chaussée



+229 97867517
+229 64434856



contact@womentedtech.com



womentedtech.com

7.4 Opportunités et programmes de soutien pour les entrepreneurs du digital



Amazones du Digital

Initié depuis 2019, ce concours vise à offrir aux femmes béninoises, les compétences leur permettant de devenir des entrepreneurs et leaders qui transforment leurs idées en de nouvelles entreprises à valeur ajoutée et qui impactent leurs communautés.

Organisé par le Ministère du Numérique et de la Digitalisation du Bénin et Womenvai, il se tient annuellement avec des inscriptions ouvertes en juillet-août.



numerique.gouv.bj

Concours Tremplin Startup UEMOA

Ce concours se tient simultanément dans les huit (08) États membres de l'UEMOA à savoir : le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la Guinée-Bissau, le Mali, le Niger, le Sénégal et le Togo.

Organisé par la Commission de l'Union Économique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) et la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin, il se tient annuellement avec des inscriptions en septembre-octobre.



uemoa.int

Tony Elumelu Entrepreneurship Program

Ce programme vise à financer au moins 1 000 jeunes africains par an. Depuis 2019, l'Agence de Développement de Sèmè City est en partenariat avec la fondation Tony Elumelu pour financer des jeunes béninois.

Organisé par la Tony Elumelu Foundation et l'Agence de Développement de Sèmè City, il se tient annuellement et les inscriptions sont ouvertes au mois de janvier.



tefconnect.net

Concours entrepreneurial Québec-Bénin

Ce concours entrepreneurial est destiné aux startups béninoises à fort potentiel.

Organisé conjointement par la Délégation Générale du Québec à Dakar et la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin, il se tient annuellement à l'occasion du forum international sur l'entrepreneuriat et ses inscriptions sont ouvertes en octobre-novembre.



cci.bj

Semaine du numérique (SENUM)

Cet événement phare du secteur du numérique mobilise chaque année, pendant cinq (5) jours, différents acteurs de l'industrie des communications électroniques autour des enjeux de ce secteur transversal.

Organisé par le Ministère du Numérique et de la Digitalisation du Bénin, il se tient annuellement au cours du mois de novembre.



semainedunumerique.bj

Salon de l'Entrepreneuriat Numérique et de l'Intelligence Artificielle (SENIA)

Ce salon du numérique vise la promotion de l'entrepreneuriat numérique au Bénin, avec un accent particulier sur l'intelligence artificielle.

Organisé par le Ministère du Numérique et de la Digitalisation du Bénin, il se tient annuellement au cours du mois de mai.



Bénin Investment Forum (BIF)

Il s'agit du plus grand rassemblement de créateurs et de chefs d'entreprises du Bénin, de l'Afrique et du monde dédié à l'investissement au Bénin. Un focus sur les startups y est fait à travers la BIF STARTUP NIGHT, une soirée et d'exhibition qui a donné la possibilité à 20 startups béninoises proposant des solutions innovantes, d'exposer et de pitcher leurs solutions.

Organisé par le Bénin Investment Forum, il se tient annuellement à la période juin-juillet.



Centre de Transformation Digitale (CTD) du Bénin

Ce centre renforce l'écosystème numérique en promouvant l'innovation et en soutenant l'agenda numérique national. En collaboration avec le secteur privé et d'autres initiatives du BMZ, les compétences locales dans le domaine de la transformation numérique se développent de manière durable.

Les activités du centre sont coordonnées conjointement par le Ministère du Numérique et de la Digitalisation du Bénin et la GIZ.



DigiBoost

Financé par l'UE dans le cadre du programme de Compétitivité en Afrique de l'Ouest et mis en œuvre par Enabel, le projet de renforcement de l'écosystème de l'économie numérique au Bénin crée la plateforme Digiboost, pour rassembler tous les acteurs de l'écosystème afin de garantir une meilleure convergence des actions.

Le programme est mené conjointement par l'UE, Enabel et le Ministère du Numérique et de la Digitalisation du Bénin.



digiboost.bj

Programme de formation Learn

Ce programme de formation a pour but d'augmenter l'effectif des ressources qualifiées en informatique au Bénin, notamment en développement web et mobile. Cette formation est faite pour toute personne désireuse d'entamer un programme de professionnalisation ou de reconversion dans les métiers du numérique. Elle est entièrement gratuite, intensive et de qualité.

Organisé par le Ministère du Numérique et de la Digitalisation du Bénin, le programme fonctionne par cohortes successives.



faen.gouv.bj

Programme de renforcement des capacités en leadership et entrepreneuriat des jeunes étudiants au Bénin

Depuis 2017, la Fondation Mastercard a initié ce programme d'appui pour former des jeunes leaders béninois provenant des groupes sociaux les plus démunis et ayant obtenu des résultats académiques satisfaisants dans les filières scientifiques et techniques.

Organisé conjointement par la Fondation MasterCard, l'Université d'Abomey-Calavi et la Startup Valley, le programme se tient par cohortes et les inscriptions sont ouvertes en mai-juin de chaque année.



mcfsp-uac.bj

Programme Netherlands Trust Fund V (NTF V)

Le programme NTFV est une initiative financée par le ministère des Affaires étrangères des Pays-Bas et mis en œuvre par l'International Trade Centre (ITC). Présent dans 7 pays africains (Bénin, Côte d'Ivoire, Mali, Ouganda, Sénégal, Ethiopie, Ghana) il accompagne les PME et startups dans les domaines du numérique et de l'agritech, ainsi que les tech hubs.



<https://www.intracen.org/NTF5/>

Chapitre 8

Innovation et créativité au cœur de la réussite des startups



8. Innovation et créativité au cœur ... de la réussite des startups

La définition commune qui ressort pour l'innovation est « la mise en œuvre – la commercialisation ou l'implantation – par une entreprise et pour la première fois d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé (de production) nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques d'une entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations avec l'extérieur ». L'innovation est ainsi un concept vaste qui requiert de la créativité de la part des entreprises afin de se démarquer, et d'être précurseur sur le marché, de sorte à intervenir au bon moment pour tirer parti d'une opportunité (la demande, la réceptivité des cibles, etc.).

Le présent chapitre met en exergue la manière d'innover et la raison pour laquelle l'innovation est capitale pour les startups du digital dans un contexte d'évolution constante des nouvelles technologies.

8.1 Comment favoriser l'innovation et la créativité dans une startup

L'inspiration pour l'innovation peut être trouvée partout, à travers l'observation de son environnement (de ses problèmes et de ses insuffisances), l'analyse des comportements des populations, la veille stratégique sur les avancées technologiques, l'évolution de secteurs d'intérêt ainsi que de leur cadre réglementaire, etc. L'innovation peut ainsi être favorisée par :

- **La curiosité et l'ouverture d'esprit** : la curiosité se manifeste par l'observation, le questionnement, les échanges au sein de son environnement afin d'apprendre de nouvelles choses ou de mieux comprendre certaines choses. Il faut prendre garde à ne pas observer et interpréter les choses uniquement à travers son propre prisme ou ses convictions, mais en gardant un regard neutre
- **La lecture** : lire sur son secteur d'activités afin de rester informé sur l'actualité, les découvertes, les opinions mais aussi sur d'autres secteurs et même sur des faits divers
- **Les voyages** : sortir de son environnement et de sa zone de confort est un facteur de créativité avéré, grâce notamment à la découverte des pratiques d'autres cultures

- **Le réseautage** : réseauter au sein de son industrie, avec des entrepreneurs provenant de géographies différentes, ayant atteint des niveaux de développement différents et qui cherchent également à innover, est une source de motivation
- **L'expérimentation** : c'est en forgeant qu'on devient forgeron. Il convient de tester certaines idées ou son intérêt pour des produits et services différents afin d'identifier des niches d'innovation et de les repenser en fonction des besoins.

8.2 Importance de l'innovation et de la technologie dans le développement d'une startup



L'innovation et la technologie

Toutes les startups ne sont pas innovantes. Cependant, les startups performantes sont toujours innovantes. L'innovation consiste pour une startup à consacrer ses idées, son activité et ses ressources à l'amélioration des fonctionnalités, de la qualité ou de l'esthétique des biens et services d'une part, et à rationaliser les processus menant à leur production d'autre part. Les nombreuses possibilités offertes par la technologie sont bien souvent au cœur de toute démarche d'innovation.

Des moteurs de développement

Pour la startup, l'innovation et la technologie sont des moteurs de développement qui aident concrètement à :

- » **Assurer un avantage concurrentiel** : créer une offre unique et différenciée, nouvelle, plus efficace ou difficile à reproduire pour la concurrence
- » **Améliorer l'efficacité opérationnelle** : optimiser ou automatiser ses processus pour produire mieux ou plus, sans devoir augmenter les coûts, les intrants ou le temps nécessaire
- » **Attirer les investissements** : se faire remarquer par les milieux d'affaires et faire connaître son potentiel en termes d'impact ou de rentabilité
- » **Multiplier les opportunités commerciales** : proposer des produits, services ou processus disruptifs, qui délivrent plus de valeur et qui adressent des marchés plus larges

- » **Soutenir la pertinence et l'anticipation** : orienter ses offres à la lumière d'une meilleure connaissance des clients et de leurs besoins, du marché et de ses évolutions
- » **Optimiser l'expérience client** : fignoler la relation client, personnaliser ses offres et veiller à la qualité et à l'efficacité de ses plateformes et interfaces commerciales
- » **Obtenir de la notoriété** : se faire remarquer par ses offres et susciter des discussions, de l'enthousiasme et de l'intérêt au sein du public
- » **Renforcer les facteurs de succès** : susciter l'intérêt des profils les plus talentueux qui désirent avoir de l'impact, et les attirer afin de constituer la bonne équipe.

L'innovation et la technologie sont indispensables pour prendre de l'avance, améliorer son rendement et susciter un réel intérêt. Les financements nécessaires à la croissance d'une startup peuvent en outre être assurés par des investisseurs qui décèlent du potentiel et désirent en profiter.

L'innovation et la technologie permettent en outre à une startup de proposer des offres utiles et ajustées, tout en gardant la capacité d'anticiper dans un monde qui bouge. Elles ont été le terreau de toutes les révolutions industrielles, depuis celle de la vapeur jusqu'à celle de la data.

La startup ivoirienne Grainothèque offre une illustration très concrète de l'impact de l'innovation technologique dans le développement d'une entreprise. Sa solution Yiri-Drôtrô est une application mobile renforcée par l'intelligence artificielle, qui permet de reconnaître les ravageurs, les maladies et les anomalies sur une plante.

La solution renseigne également sur le traitement biologique adapté à la situation, ce qui en fait un outil d'aide à la décision utile à protéger les cultures et améliorer les récoltes. Transposable et adaptable à toutes les régions du monde, elle se caractérise par un taux de fiabilité de 95%.

Grâce à la pertinence et l'innovation technologique de sa solution, Grainothèque a remporté diverses offres d'accompagnement, récompenses et distinctions, dont le prix de la Fondation Tony Elumelu en 2017.

Pour une startup numérique, le défaut d'innovation à travers l'utilisation de la technologie entraîne la stagnation. À l'inverse, leur présence soutient la croissance et le développement. Une fois que l'on a réussi à se lancer, il faut encore maintenir sa capacité à innover. Pour cela, la startup numérique doit :

- » **Ecouter** : rester à l'écoute des clients, du marché, de l'ensemble de l'écosystème et de ses évolutions est crucial pour s'adapter, anticiper et déceler les opportunités.
- » **S'inspirer** : des techniques, outils et processus propres à un secteur peuvent être répliqués dans un autre secteur et changer la donne. Il faut donc pouvoir s'inspirer de ce qui se fait par ailleurs.
- » **Engager** : un bon niveau d'engagement de la part des équipes favorise l'identification des pistes d'amélioration, d'optimisation et même de développement d'offres nouvelles ou complémentaires.

La startup Grainothèque évoquée précédemment est un exemple pertinent sur le registre de l'innovation continue également. Après le succès de la solution digitale Yiri-Drôtrô, elle a innové dans le domaine de la santé animale, avec l'application Pharmanimal. Celle-ci permet aux éleveurs d'assurer un suivi médical pour leur cheptel, qu'il s'agisse de bovins, de caprins, d'ovins ou de porcins.

L'application propose des téléconsultations avec des vétérinaires, simplifiant ainsi la gestion quotidienne de l'élevage. Mais Grainothèque ne s'en est pas arrêtée à cela. La startup a aussi développé Porc'Ivoire, une plateforme d'achat et de livraison de produits issus du porc, ouverte aux professionnels et aux amateurs de cette viande. Au-delà d'une simple boucherie digitale, la solution :

- » Simplifie l'accès aux services vétérinaires pour les professionnels
- » Assure la traçabilité des produits
- » Promeut le respect des normes sanitaires et environnementales

Du renforcement de la productivité et de la résilience de l'agriculture, la startup s'est repositionnée sur l'ingénierie animale, tout en demeurant globalement axée sur l'autosuffisance et la sécurité alimentaires. Elle a obtenu en 2022 un accompagnement financier de la GIZ afin de garantir son développement et de poursuivre sa dynamique alliant savoir-faire traditionnel, innovation et avancées technologiques.

⁴³ Eric Ries, *Lean Startup – Adoptez l'innovation continue* (Pearson, 2011)

Meilleures pratiques : conseils utiles pour innover



Résoudre un problème

l'innovation peut améliorer une solution existante à un problème identifié, fournir une solution nouvelle à un problème existant ou résoudre un problème nouveau. Mais elle doit toujours permettre de résoudre un problème identifié



Faire simple

l'innovation doit rester accessible et son utilité doit pouvoir être présentée et comprise aisément



Être orienté client

même très innovante, une offre qui ignore les attentes des clients n'a quasiment pas de chance de succès. La multinationale Nokia l'a compris douloureusement après son refus de développer des smartphones dans les années 2010



Commencer maintenant

il vaut mieux commencer et recueillir des retours afin de s'améliorer. De nombreuses startups recourent aux méthodes Agile, au *design thinking*⁴⁴ ou au Lean Management afin de lancer un prototype pour confronter rapidement leurs idées à la réalité.

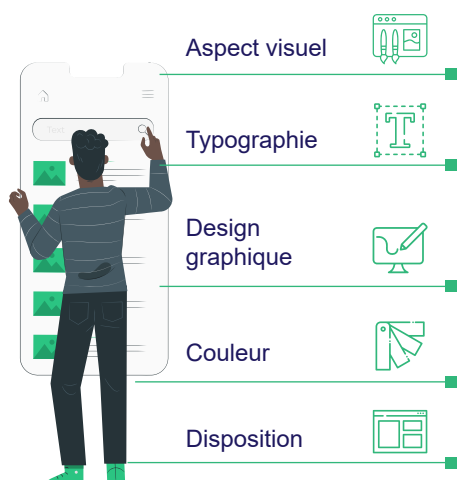
⁴⁴ Tom Kelley, David Kelley, La Confiance Créative : Tous innovateurs avec le Design Thinking (Dunod, 2016)

8.3 Importance de l'optimisation de l'expérience utilisateur et de l'interface utilisateur (UI/UX) des solutions proposées par les startups du numérique



UI DESIGNER

Architecte de l'interface utilisateur

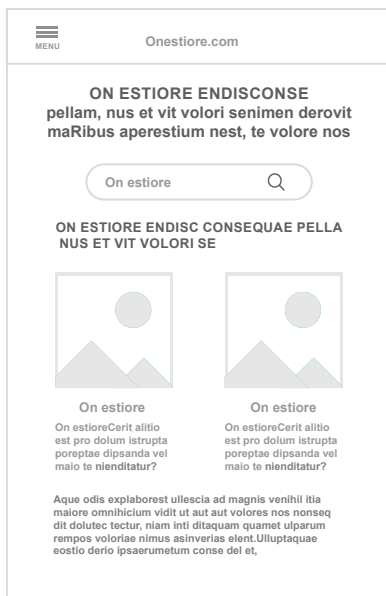


UX DESIGNER

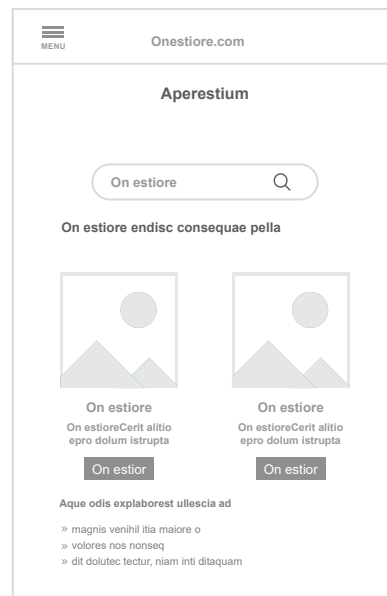
Architecte de l'expérience utilisateur



❌ À éviter



✅ Bonne pratique



Positionnement de l'UI/UX designer dans une startup numérique

Une solution numérique bien construite commence avec l'UX (User eXperience) designer qui se chargera de la recherche et de la compréhension des besoins des utilisateurs, des fonctionnalités qui en résultent et de la manière de les imbriquer. Ensuite, l'UI (User Interface) designer intervient en se concentrant sur les éléments visuels et graphiques de l'interface, et ceux avec lesquels les futurs utilisateurs vont interagir. Dans les startups qui démarrent, il n'est pas rare de trouver un UI/UX designer, c'est-à-dire une personne qui cumule les deux fonctions.

4 façons de bénéficier de l'expertise d'un UX/UI designer

- » **Co-fondateur** : embarquer un UI/UX designer dans l'aventure en lui proposant des parts pour être un associé
- » **Recrutement** : proposer un contrat de travail à un UI/UX designer expérimenté (diplômé ou autodidacte)
- » **Consultant** : proposer un contrat temporaire de consultance à un UI/UX designer ou à un spécialiste du Design Thinking
- » **SAEI** : avant de participer à un programme d'accompagnement initié par une SAEI (Structure d'Accompagnement à l'Entrepreneuriat Innovant), penser à se renseigner sur la possibilité de collaborer avec un UI/UX designer ou un spécialiste du Design Thinking afin de bénéficier de son expertise pour prototyper ou améliorer sa solution.

Conseils pour optimiser l'expérience utilisateur d'une solution numérique

1 Connaître son audience

Il est important de comprendre ses futurs utilisateurs et ce qu'ils recherchent dans une solution qui répond aux besoins identifiés.



2 Rendre la solution la plus intuitive possible

Les utilisateurs doivent être en mesure de naviguer à travers la solution sans aucune confusion.



3 Proposer une solution simple et facile à comprendre

Une solution surchargée et difficile à comprendre est souvent abandonnée par les utilisateurs.



4 Offrir un support client

Il faut veiller à l'existence de canaux de contact permettant aux utilisateurs de prendre contact facilement en cas de besoin.



5 Tester pour recevoir des feedbacks

Lorsque le futur utilisateur teste la solution, il fait des feedbacks constructifs et contribue à son amélioration continue.



Chapitre 9

Branding, marketing et vente



9. Branding, marketing et vente

Le succès des startups numériques repose en grande partie sur leur capacité à créer une marque solide. Ce chapitre explore cet aspect crucial du développement commercial de la startup numérique.

9.1 Importance de la marque

La marque est bien plus qu'un simple logo ou un nom. Elle représente l'identité de la startup, ce qui la distingue de la concurrence. Une marque forte génère la confiance des clients, favorise la reconnaissance et crée des relations durables. Elle incarne les valeurs, la mission et la promesse de la startup, et influence la perception que se font les clients de ses produits ou services.

9.2 Comment construire et maintenir une marque forte

- **Définir son identité** : il faut en premier lieu définir clairement les valeurs, la mission et la vision de la startup. Ces éléments serviront de fondements à la marque et guideront toute la phase de branding
- **Segmenter son public** : la compréhension de ses clients potentiels et la création de personae permet de mieux cibler ses efforts de branding et de marketing
- **Créer un message cohérent** : il importe de développer un message de marque cohérent qui communique clairement ce que fait la startup, pourquoi elle le fait et comment cela bénéficie à ses clients
- **Design et identité visuelle** : les éléments visuels (logo, couleurs, typographie) à retenir doivent refléter l'essence de la startup. Il faut par ailleurs faire preuve de cohérence dans leur utilisation à travers tous les canaux exploités
- **Engagement et cohérence** : l'entrepreneur doit veiller à ce que tous les membres de son équipe comprennent et adhèrent à la culture de sa marque. Il faut donc faire en sorte que chaque point de contact avec le public reflète de manière cohérente l'identité de la marque.

9.3 Marketing en ligne efficace

- ◎ **Site web convaincant** : le site web est la vitrine numérique de la startup. Il faut s'assurer qu'il soit professionnel, convaincant et de navigation aisée. Il est conseillé que la startup offre aux visiteurs la possibilité de pouvoir visualiser sa solution à partir de son site web. Des liens d'intégration des APIs (si besoin est) doivent y apparaître. Une section « Actualités » peut être animée comme blog d'informations.
- ◎ **Contenu de qualité** : la création d'un blog et le partage de contenus pertinents et de qualité permettent d'établir la startup comme une autorité dans son domaine et attirent un public engagé. La section ou le Menu « Actualités » du site web de la startup peut servir de blog interne de partage d'informations et de nouvelles. L'un des co-fondateurs peut aussi décider de la création d'un blog personnel sur medium.com pour partager l'aventure de l'intérieur de la startup, les défis, les actualités dans un style décontracté et informel. Cela permet à la startup de renforcer sa visibilité auprès du public et de se rendre crédible.
- ◎ **SEO (optimisation pour les moteurs de recherche)** : l'usage des techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche aide à améliorer la visibilité du site web dans les résultats de recherche
- ◎ **Publicité en ligne** : le recours à la publicité payante via Google Ads ou les réseaux sociaux par exemple, permet de cibler efficacement son public et de générer du trafic qualifié.

9.4 Utilisation des réseaux sociaux pour communiquer et vendre

- ◎ **Choix des plateformes** : l'identification des réseaux sociaux où se trouve le public cible est cruciale. Il ne faut pas chercher à être partout, mais se concentrer sur les plateformes les plus pertinentes pour ses cibles (où elles sont en majorité). En fonction de la culture d'entreprise que la startup voudrait mettre en place ou du ton de sa communication pour atteindre ses cibles, elle peut aussi choisir les plateformes qui s'y prêtent ;
- ◎ **Créer du contenu engageant** : afin de susciter l'intérêt de son public, il importe de produire du contenu varié et engageant, sous la forme d'articles, d'images, de vidéos et d'infographies

- **Interaction et réactivité** : les réponses aux commentaires, messages et mentions démontrent le niveau d'engagement et d'attention à l'égard de sa communauté en ligne
- **Utilisation des publicités sociales** : les publicités sur les réseaux sociaux permettent de cibler son public avec précision et d'accroître sa visibilité
- **Créer une communauté** : il faut favoriser les interactions avec ses abonnés en posant des questions, en organisant des sondages et en encourageant les discussions.

Investir dans ces aspects aide à créer une base solide pour attirer, convaincre et fidéliser des clients, tout en se construisant une réputation durable dans le monde numérique

9.5 Le growth hacking : accélérer la croissance de sa startup digitale

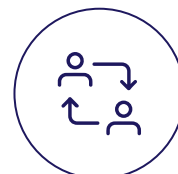
Pour propulser la croissance d'une startup digitale au-delà des méthodes traditionnelles, le *growth hacking* émerge comme une approche innovante et efficace. Cette méthode est axée sur l'expérimentation rapide et itérative pour identifier les stratégies marketing les plus performantes. C'est l'art de trouver des moyens créatifs et non conventionnels pour augmenter rapidement le nombre d'utilisateurs et la visibilité de sa startup. Intégrer le *growth hacking* à sa stratégie de branding, marketing et vente peut donner un sérieux coup de pouce au développement commercial. Il existe diverses manières de le mettre en œuvre :

- **Tests et itérations constants** : la mentalité à adopter est celle du test permanent. Il faut identifier les hypothèses clés sur son public, ses canaux de marketing et ses offres, puis concevoir des expérimentations pour valider ou invalider ces hypothèses. L'objectif est de découvrir rapidement ce qui fonctionne le mieux pour sa startup
- **Optimisation de l'entonnoir de conversion** : chaque étape du parcours de l'utilisateur, de la prise de conscience à l'achat, en passant par l'engagement, doit être analysée afin d'identifier les points de friction et les opportunités d'amélioration pour augmenter le taux de conversion à chaque étape

- **Viralité** : la mise en place de mécanismes de partage et de parrainage encourage les utilisateurs existants à recommander le produit ou service à leurs pairs. Les programmes de parrainage bien conçus peuvent entraîner une croissance virale exponentielle
- **Exploitation des tendances et événements** : la surveillance des tendances actuelles, des événements mondiaux et des moments opportuns permet de créer du contenu pertinent et réactif. Cela peut octroyer une visibilité accrue et attirer l'attention de nouveaux utilisateurs
- **Expérimentation avec les canaux de marketing** : l'ensemble des canaux de marketing, tels que les médias sociaux, le marketing d'influence, la vidéo en direct ou les podcasts, doit être exploré. Différentes approches doivent en outre être testées pour identifier les canaux qui génèrent le plus d'engagement et de conversion
- **Automatisation intelligente** : les campagnes marketing peuvent être optimisées au moyen des outils d'automatisation. Qu'elle passe par les réponses automatiques aux e-mails ou par des *chatbots*, l'automatisation peut améliorer l'efficacité des efforts marketing
- **Analyse approfondie des données** : les données doivent être collectées et analysées en permanence afin de prendre des décisions éclairées. Cela permet aussi d'identifier les tendances, les modèles et les opportunités cachées pour ajuster ses stratégies en conséquence

En intégrant le *growth hacking* à l'approche globale de branding, marketing et vente, il est possible de parvenir à créer une synergie puissante. Le *growth hacking* encourage l'innovation, l'agilité et la prise de risques calculés pour obtenir des résultats tangibles en matière de croissance. Il faut cependant garder à l'esprit que chaque startup est unique. Il importe donc d'expérimenter, d'apprendre de ses échecs et de ses succès, et d'adapter ses tactiques en fonction de son marché et de son public. En combinant la solidité des principes du branding avec l'agilité des techniques du *growth hacking*, l'on se dote d'un ensemble complet d'outils utiles pour bâtir une startup numérique prospère et à l'expansion rapide.

9.6 Maîtriser les techniques de closing : comprendre le processus de conversion et convertir les prospects en clients



Prospecter des clients

Il faut définir des personae et identifier les clients potentiels qui correspondent à ces personae. La section « Clients » de l'outil Business Model Canvas si elle bien renseignée peut permettre de clairement identifier les clients potentiels.

Collecter et analyser des besoins

Il faut ensuite recueillir des informations sur ces clients et leurs modes de vie, leurs défis et leurs contraintes budgétaires. Cela peut se faire au moyen de recherches sur Internet, en consultant des annuaires ou en interrogeant des personnes de son réseau qui correspondent à ces personae. Cela permet de mieux comprendre leurs besoins et de mieux présenter ses produits ou services.

Présenter la solution

Sur la base des informations collectées, présenter sa solution avec des arguments qui s'alignent avec les besoins des clients et qui répondent à leurs défis. Il faut leur montrer comment les produits ou services proposés peuvent leur faire gagner du temps, de l'argent ou de meilleurs résultats.

Répondre aux préoccupations et aux objections

Il importe d'écouter les préoccupations et les objections des clients et d'y répondre avec clarté et concision. Il faut montrer que l'on comprend leurs besoins et que l'on est disponible pour les satisfaire. Il ne faut pas hésiter à programmer des appels ou des rencontres afin de personnaliser les échanges et de bâtir un capital sympathie. Quatre objections courantes de prospects sont listées ci-dessous avec des solutions potentielles

| Objection A | Diagnostic | Solution |
|--|--|---|
| « Je ne pense pas avoir besoin de votre produit/ service » | le prospect n'a pas une bonne compréhension du produit ou service | fournir davantage d'informations (des études de cas, des témoignages fiables de clients, etc.) sur la manière dont les produits ou services proposés peuvent aider le prospect à résoudre ses problèmes ou à atteindre ses objectifs. |
| Objection B | Diagnostic | Solution |
| « Votre produit/service est trop cher » | le prospect estime le coût d'achat du produit ou service trop élevé par rapport aux bénéfices annoncés ou par rapport à la concurrence | recadrer la conversation afin de mettre l'accent sur la valeur apportée. |
| Objection C | Diagnostic | Solution |
| « Je n'ai pas le pouvoir de prendre une décision » | le prospect n'est pas le décideur final au sein de son organisation | demander une référence à la personne qui a le pouvoir de prendre la décision. De manière générale, il faut s'assurer de prospecter en premier les décideurs au sein d'une organisation |
| Objection D | Diagnostic | Solution |
| « J'ai besoin d'y réfléchir » | le prospect a besoin de plus de temps pour prendre une décision | convenir d'un calendrier de suivi et fournir des éléments d'information supplémentaires (démonstration, essai gratuit, etc.) dont le prospect peut avoir besoin pour prendre une décision. |

Proposition, négociation et conclusion de l'affaire (closing)

Cette phase consiste à élaborer une proposition détaillée décrivant l'étendue des services, la tarification, les accords sur les niveaux de service et les conditions contractuelles. S'il faut être ouvert à la négociation, il faut néanmoins garder ses coûts à l'esprit et éviter de « se vendre moins cher » pour avoir le client. Une fois la proposition acceptée, il est important de fournir un service à la clientèle et une assistance de qualité tout au long du parcours du client.

9.7 Les incontournables pour réussir la présence en ligne de votre startup : conseils et astuces !



A l'ère du digital, une startup, de surcroît une startup numérique, ne peut pas se permettre de faire l'impasse sur sa présence en ligne. La présence en ligne est indispensable pour construire une communauté. Aujourd'hui, avec le fort pouvoir d'internet, les clients potentiels recherchent une entreprise en ligne avant de décider de souscrire à ses services. S'ils ne trouvent aucune information sur cette entreprise, ils sont susceptibles d'aller ailleurs.

La stratégie globale de la présence en ligne

La présence en ligne d'une startup doit s'inscrire dans une stratégie cohérente. Celle-ci doit intégrer :

- » **L'identification du public cible** : elle doit être faite avec clarté
- » **Une stratégie de marketing digital** : les plateformes à exploiter, les types de contenu à publier et le calendrier de ces publications pour assurer une visibilité satisfaisante
- » **Une analyse de la concurrence** : connaître ses concurrents et identifier ce qui les caractérise permet de proposer une offre unique, qui se démarque
- » **Une identité visuelle cohérente** : les éléments constitutifs de l'identité visuelle doivent permettre de reconnaître la marque, peu importe le canal ou la plateforme.

Le site web et les contenus

Le site web est une vitrine propre à la startup et indispensable pour assurer sa présence en ligne. De nombreux entrepreneurs digitaux font l'impasse sur leur site web en dépit de son caractère primordial. Sa gestion doit, cependant, obéir à certaines règles pour en faire un outil avantageux :

- » **Optimiser pour les moteurs de recherche** : le respect des règles de SEO assure la bonne réputation du site web et son positionnement avantageux parmi les résultats de recherche
- » **Veiller à la qualité des contenus publiés** : les contenus pertinents et utiles suscitent l'intérêt et renforcent l'autorité
- » **Faire du storytelling** : un contenu intéresse et engage bien mieux lorsqu'il est scénarisé. Il faut donc chercher à susciter des émotions à travers les contenus publiés afin que le public s'identifie avec la startup et soit convaincu que ses produits et services lui sont utiles
- » **Exploiter la preuve sociale** : les témoignages positifs et les expériences des clients sont un outil puissant pour convaincre les prospects et accroître le portefeuille clients.

Les startups qui intègrent des équipes techniques peuvent se servir d'outils variés pour la création de sites web sur mesure, aux caractéristiques et à la configuration optimisées pour leur activité. Suite à la création, elles peuvent recourir à de nombreuses plateformes qui proposent des services utiles d'hébergement de sites web. Quant aux startups qui sont dépourvues d'équipes techniques, elles peuvent choisir parmi les nombreux outils no code et les offres gratuites ou payantes de création et d'hébergement de site qui sont proposées par diverses plateformes en ligne.

Les réseaux sociaux

Les plateformes des réseaux sociaux sont de formidables réservoirs à clients ; mais il faut encore pouvoir les exploiter utilement :

- » **Identifier les plateformes adaptées** : plutôt que de chercher à être présent sur toutes les plateformes, il est préférable de se focaliser sur celles qui attirent le public ciblé
- » **Soigner ses interactions** : outre le contenu publié, il faut également veiller à engager des interactions de qualité avec le public, à travers les messages, commentaires et mentions
- » **Exploiter la puissance du visuel** : le contenu visuel est connu pour susciter l'attention et l'engagement. Les images et vidéos doivent donc faire l'objet de soins particuliers
- » **Utiliser les outils de gestion de contenus** : divers outils et fonctionnalités permettent de planifier les publications, de les programmer et de les automatiser. Il faut s'en servir pour prendre de l'avance et maintenir une présence en ligne pertinente et rythmée
- » **Collaborer avec les influenceurs** : lorsqu'ils sont pertinents pour le secteur d'activité ou pour le public visé, il peut être avantageux de collaborer avec des influenceurs

La publicité en ligne

- » **Cibler convenablement** : les fonctionnalités de ciblage des outils publicitaires permettent de s'adresser spécifiquement aux cibles retenues et peuvent avoir un grand impact en ligne
- » **Tester diverses formules** : les formats publicitaires disponibles sont variés et il convient de procéder par tests afin de déterminer les options les plus efficaces pour sa startup
- » **Diffuser largement ses contenus** : outre un site web et les réseaux sociaux, les contenus de qualité gagnent à être diffusés aussi via des listes de diffusion, des newsletters ou autres canaux
- » **Suivre, mesurer et analyser** : les outils publicitaires sont extrêmement utiles pour suivre ses performances en ligne, déterminer ce qui fonctionne le mieux et ajuster sa stratégie à la lumière des données obtenues
- » **Réagir utilement** : les données issues des interactions avec le public ou les clients permettent aussi de mieux comprendre les attentes du marché et de s'ajuster afin de mieux y répondre

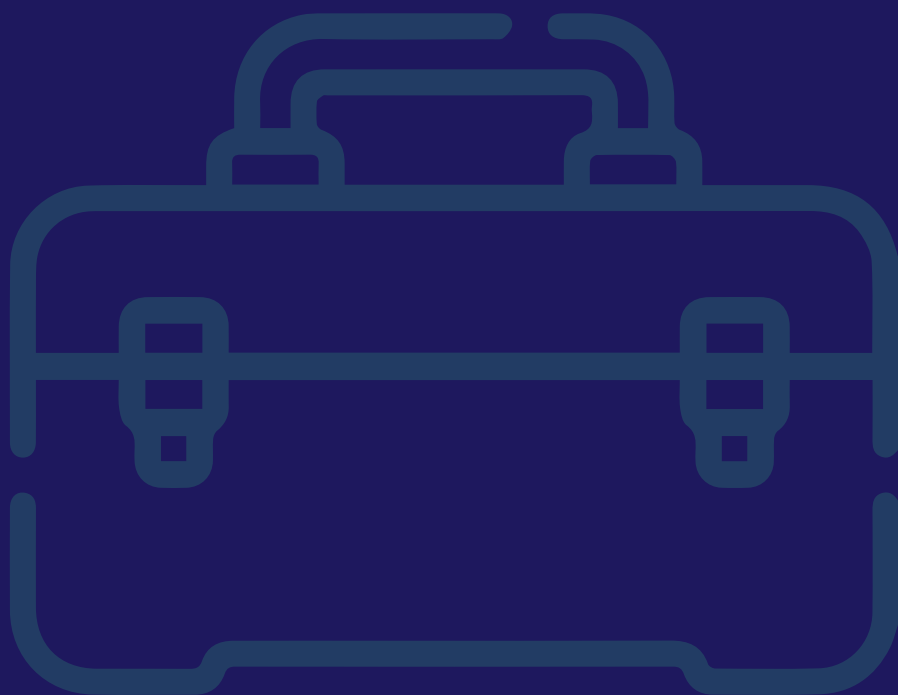
Ressources

| | |
|--|---|
| Pour les startups qui ne disposent pas d'équipes techniques compétentes pour créer leur site web, il existe diverses offres gratuites ou payantes permettant de créer et d'héberger son site web via des plateformes : | Wix Hostinger 000webhost PlanetHoster Sites.Google.com Strikingly |
| Règles et techniques SEO pour un site web et des contenus efficaces | redacteur.com semji.com Outils de publicité classés par catégories Outils et logiciels de web design Formations utiles sur le marketing |

Annexes

Annexe 1

Boîte à outils



Boîte à outils



Formalisation

Création d'entreprise : <https://www.monentreprise.bj>

Code du numérique : <https://numerique.gouv.bj/code-du-numerique>

Les outils de la conformité au régime de protection des données personnelles au Bénin : <https://apdp.bj/les-outils-de-la-conformite/>.

Liste des notaires du Bénin : https://www.andf.bj/index.php/informations/liste-des-notaires-du-benin/item/download/55_f915b21a12cd19c211272a5456ab6c1d.

propriété intellectuelle : <https://commerce.gouv.bj/services?direction=la-direction-du-developpement-industriel>.

Gestion d'équipe et d'outils

Outils collaboratifs : plateformes telles que Slack, Microsoft Teams, Confluence (ou Discord).

Gestion de projet Agile : Jira, Trello, GitHub ou Notion.

Financement de la startup digitale

Informations sur les types de comptes en banque au Bénin : <https://www.facebook.com/progresfin>.

Déclarations en ligne d'impôts et dépôt de bilan : <https://e-mecef.impots.bj/#registration> & <https://ebilan.impots.bj/>.

Plateformes pour créer une dataroom : Box share-vault, Ansarada.

Innovation et Créativité

UX/UI : <https://youtu.be/3Eu7lozclpg>.

YUX Academy Design Thinking : <https://yux.design/academy>.

Structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat digital

Amazones du digital : <https://numerique.gouv.bj/publications/opportunites/appel-a-candidature-amazones-du-digital-2023>

Concours Tremplin Startup UEMOA : <http://www.uemoa.int/pt-pt/poursuite-des-remise-de-prix-de-la-2e-edition-du-concours-tremplin-start-uemoa-les-trois-laureats-du->

Tony Elumelu Entrepreneurship Program : <https://www.tefconnect.net/>

Concours entrepreneurial Québec-Bénin : <https://cci.bj/articles/285/concours-entrepreneurial-quebec-benin-a-lintention-des-jeunes-pousses-startups-beninoises-a-fort-potentiel>

Semaine du numérique (SENUM) : <https://semainedunumerique.bj/>

Salon de l'Entrepreneuriat Numérique et de l'Intelligence Artificielle (SENIA) : <https://senia.bj/>

Bénin Investment Forum (BIF) : <https://investmentforum.bj/>

Centre de Transformation Digitale (CTD) du Bénin : <https://www.bmz-digital.global/>

DigiBoost : <https://www.digiboost.bj/fr>

Programme de formation Learn : <https://faen.gouv.bj/opportunite/7/formation-metiers-informatique/>

Programme de renforcement des capacités en leadership et entrepreneuriat des jeunes étudiants au Bénin : <https://mcfsp-uac.bj/fr/programme-dentrepreneuriat>

- » La section « Clients » de l'outil Business Model Canvas si elle bien renseignée peut permettre de clairement identifier les clients potentiels.
- » Pour les startups qui ne disposent pas d'équipes techniques compétentes pour créer leur site web, il existe diverses offres gratuites ou payantes permettant de créer et d'héberger son site web via des plateformes :

Wix : <https://fr.wix.com/hebergement/gratuit> ;

Hostinger : <https://www.hostinger.fr/hebergement-gratuit> ;

000webhost : <https://fr.000webhost.com/> ;

PlanetHoster : <https://www.planethoster.com/fr/World-Lite> ;

Sites.Google.com : <https://workspace.google.fr/intl/fr/products/sites/> ;

Strikingly : <https://fr.strikingly.com/>.

- » Règles et techniques SEO pour un site web et des contenus efficaces :

<https://www.redacteur.com/blog/guide-tout-comprendre-seo-technique/> ;

<https://semji.com/fr/guide/se/#:~:text=Que%20signifie%20SEO%20%3F-,D%C3%A9finition%20du%20SEO,rendre%20visible%20aupr%C3%A8s%20des%20internautes> ;

Outils de publicité classés par catégories : <https://marketsplash.com/fr/outils-de-publicite/> ;

Outils et logiciels de web design : <https://www.pme-web.com/les-100-meilleurs-outils-et-logiciels-de-web-design/> ;

Formations utiles sur le marketing : <https://academy.hubspot.fr/lessons?page=1>.

Annexe 2

Modèle type de contrat d'associés



Modèle type de contrat d'associés

CONSEILS PRATIQUES POUR PACTE D'ASSOCIÉS

Vous êtes fondateur d'entreprise digitale en quête d'un contrat régissant les relations avec vos associés au-delà des statuts juridiques fixés. Établir un pacte d'associés en bonne et due forme afin de consolider vos liens entre associés est une option sécurisante. Voici quelques indications pour vous aider à rédiger votre pacte d'associés/pacte d'actionnaires.



Qu'est-ce qu'un pacte d'associés ?

Le pacte d'associés ou pacte d'actionnaires est un document juridique qui permet de prévoir les aléas et réduire les risques de litiges entre associés. Concrètement, il s'agit d'une convention établie entre associés en parallèle des statuts de la société ; il permet de contractualiser les relations professionnelles et l'influence de chacun dans l'entreprise.

On peut le définir comme un acte juridique extra-statutaire dont l'objectif principal est de régir les relations entre associés, fixer les objectifs communs et la répartition du bénéfice, organiser la gouvernance, les mouvements de titres sociaux, les transferts d'actions et le fonctionnement de l'entreprise.

Contrairement aux statuts obligatoirement signés par tous les associés de la société, le pacte d'associés ou pacte d'actionnaires peut se restreindre à une sélection de signataires, les autres associés n'en ont alors pas connaissance. Il faut dire que le pacte d'actionnaires est un acte confidentiel, car il n'est pas rendu public, nul besoin de le déposer au greffe du tribunal de commerce.

Dans quel cas de figure est-il nécessaire de conclure un pacte d'associés ?



Il n'y a pas d'obligation à conclure un pacte d'associés, celui-ci complète les statuts obligatoires. Cependant, l'existence de ce document est vivement recommandée pour conforter les associés dans leurs rôles interdépendants ainsi que dans certaines situations de la vie de l'entreprise, comme par exemple :

- » **Lors de la création de l'entreprise** : conclusion du pacte entre les fondateurs
- » **Lorsque de nouveaux partenaires entrent au capital** : pacte conclu dans le but de sceller leur qualité d'associé au partenariat
- » **Lorsque des investisseurs entrent au capital, afin d'organiser** :

- ▶ leurs droits à l'information sur la conduite des opérations
- ▶ leurs droits au contrôle des décisions de gouvernance de la société
- ▶ leurs droits à la sortie conjointe du pacte avec les majoritaires ou investisseurs en cas de vente de la société.

Les différents types de clauses

Les clauses du pacte d'associés définissent le fonctionnement du pacte, la gestion de la société, la répartition des parts sociales, l'aspect financier, la sortie du pacte, les Assemblées Générales, la cession des actions, etc.

MODÈLE TYPE DE CONTRAT D'ASSOCIÉS (PACTE D'ASSOCIÉS)

Entre les soussignés

***En cas d'associé fondateur personne morale, indiquer :**

..... (dénomination sociale), société par actions simplifiée (autre forme juridique) au capital de (capital) FCFA, ayant son siège social à (siège social), immatriculée au Registre du Commerce et de Crédit Mobilier de..... (lieu d'immatriculation) sous le numéro, représentée par (prénom) (nom), en sa qualité de (qualité),

et/ou

***En cas d'associé fondateur personne physique, indiquer :**

..... (prénom) (nom), (né/née) le (date de naissance),
demeurant à (adresse),
ci-après (dénommé(e)s) les « Associés Fondateurs »,
d'une part,

ET

***En cas d'associé investisseur personne morale, indiquer :**

..... (dénomination sociale), (forme juridique) au capital de (capital) FCFA, ayant son siège social à (siège social), immatriculée au Registre du Commerce et de Crédit Mobilier de (lieu d'immatriculation) sous le numéro, représentée par (prénom) (nom), en sa qualité de (qualité),

et/ou

***En cas d'associé investisseur personne physique, indiquer :**

..... (prénom) (nom), (né/née) le (date de naissance),
demeurant à (adresse),
ci-après (dénommé(e)s) les « Associés Investisseurs »,
d'autre part,

d'autre part,

le(s) Associé(s) Fondateur(s) et le(s) Associé(s) Investisseur(s) étant
ci-après dénommés individuellement une « Partie » et collectivement
les « Parties »,

Préambule

Les Parties sont associés de (dénomination sociale), société par actions simplifiée (autre forme juridique) au capital de (capital) FCFA, ayant son siège social à (siège social), immatriculée au Registre du Commerce et de Crédit Mobilier de (lieu d'immatriculation) sous le numéro (ci-après désignée la « Société »).

La Société a pour activités (décrire ces activités). Son capital social est divisé en (nombre) actions de (montant) FCFA de nominal, entièrement libérées et réparties comme suit :

- Associés Fondateurs : (à compléter)
- Associés Investisseurs : (à compléter)

Aux termes de l'article (numéro) des statuts de la Société, les actions sont nominatives et sont librement cessibles.

La répartition actuelle du capital social de la Société est la condition déterminante de la prise de participation (minoritaire/majoritaire) des Associés Investisseurs, lesquels ont accepté de prendre cette participation dans la mesure où les Associés Fondateurs détiennent (à compléter) % du capital de la Société.

Les Associés Investisseurs rappellent en outre qu'ils ont accepté de rentrer dans le capital de la Société, en considération de la possibilité de sortir de ladite Société dans un délai de (à compléter) ans à compter de leur entrée.

Afin de se donner les moyens de mettre en œuvre les objectifs qu'ils se sont fixés et d'organiser au mieux leurs relations au sein de la Société, les Associés Fondateurs et les Associés Investisseurs ont décidé de conclure le présent pacte d'associés.

Il a été arrêté et convenu ce qui suit :

Article 1 - Objet du pacte

Le présent pacte a pour objet de définir les modalités de détention et de gestion des participations détenues par les Associés Fondateurs et les Associés Investisseurs dans la Société. Il complète les statuts de la Société.

ARTICLE 2 - CESSIONS LIBRES ET ENGAGEMENTS DE CONSERVATION DES TITRES

2.1 Cessions libres

***Si une clause d'agrément est prévue dans le pacte, indiquer :**

Seules les Cessions énumérées ci-après (les « Cessions Libres ») peuvent être effectuées librement par les Parties au présent pacte, les stipulations du présent pacte relatives aux engagements de conservation des Titres, aux droits de (préemption/préférence) des Parties et à l'agrément préalable (du Président/du conseil d'administration/du Comité de direction/des Parties/des Associés Fondateurs/des Associés Investisseurs) ne s'appliquant pas auxdites Cessions :

***Si le pacte ne comporte pas de clause d'agrément, remplacer par :**

Seules les Cessions énumérées ci-après (les « Cessions Libres ») peuvent être effectuées librement par les Parties au présent pacte, les stipulations du présent pacte relatives aux engagements de conservation des Titres, aux droits de (préemption/préférence) des Parties ne s'appliquant pas auxdites Cessions :

- » Les Cessions de Titres au profit des héritiers d'un associé personne physique, Partie au présent pacte, en cas de décès de cet associé ;
- » La Cession de Titres par les membres des Associés Fondateurs, à une société dont ils détiendraient directement au moins (à compléter) % du capital et des droits de vote, sous réserve que :

- ▶ la société Cessionnaire adhère au présent pacte et devient membre des Associés Fondateurs avec la même qualité que le Cédant ;
- ▶ le membre des Associés Fondateurs concerné justifie préalablement au représentant des Associés Investisseurs de la détention de plus de (à compléter) % du capital et des droits de vote de la société Cessionnaire, étant précisé que cette justification devra être fournie tous les ans au plus tard le (jour et mois) chaque année.

2.1 Cessions libres

***En cas d'inaliénabilité des Titres détenus par les Parties au pacte, indiquer :**

A l'exception d'une Cession Libre, chacun des membres des Associés Fondateurs et des Associés Investisseurs s'interdit de Céder tout ou partie de ses Titres pendant une durée de (la durée indiquée ne doit pas excéder 10 ans) ans à compter de la date d'entrée en vigueur du présent pacte.

***En cas d'inaliénabilité portant sur tout ou partie des Titres détenus par les Associés Fondateurs, remplacer par :**

Chacun des membres des Associés Fondateurs s'interdit de céder tout ou partie de ses Titres pendant une durée de (la durée indiquée ne doit pas excéder 10 ans) ans à compter de la date d'entrée en vigueur du présent pacte.

***Ou bien en cas de clause de limitation des participations, remplacer par :**

Pendant une durée de (mois ou ans) à compter de la date du présent pacte, chacun des membres des Associés Fondateurs et des Associés Investisseurs s'engage à ne pas modifier sa participation dans la Société telle qu'indiquée dans le préambule, exception faite des Cessions Libres.

ARTICLE 3 - CLAUSE DE PRÉEMPTION/DROITS DE PRÉFÉRENCE

3.1 Droit de préemption de premier rang au sein des Associés Fondateurs

Dans les (nombre) jours de la réception de cette notification, les autres membres des Associés Fondateurs devront signifier au Cédant également par lettre recommandée avec accusé de réception leur intention éventuelle d'acquérir les Titres Cédés aux conditions notifiées par le Cédant. A défaut, ils seront réputés avoir renoncé à l'exercice de leur droit de préemption pour l'opération considérée. La préemption (ne pourra porter que sur la totalité/pourra porter sur tout ou partie) des Titres dont la Cession est envisagée.

En cas d'exercice de leur droit de préemption par plusieurs membres des Associés Fondateurs, la répartition des Titres préemptés se fera

au prorata du nombre de Titres détenus par les membres des Associés Fondateurs Cessionnaires et dans la limite de leurs demandes. En cas de rompus, le ou les Titres restants seront attribués au membre des Associés Fondateurs qui aura demandé le plus grand nombre de Titres ou, en cas d'égalité, qui détiendra le plus grand nombre de Titres ou, en cas de nouvelle égalité, à celui qui aura notifié le premier son intention d'exercer son droit de préemption. Le représentant des Associés Investisseurs sera informé par le Cédant, par lettre recommandée avec accusé de réception, des Cessions intervenues dans le cadre du droit de préemption institué par le présent article, dans les (nombre) jours de la réalisation desdites Cessions.

***En cas de droit de préemption portant sur la totalité des Titres uniquement, indiquer :**

Si la totalité des Titres dont la Cession est envisagée n'a pas été préemptée, le droit de préemption prioritaire en faveur des membres des Associés Fondateurs deviendra caduc automatiquement et de plein droit et le Cédant sera tenu de proposer les Titres dont la Cession est envisagée aux membres des Associés Investisseurs comme il est indiqué à l'article ci-après.

***En cas de faculté d'exercice partiel du droit de préemption, remplacer par :**

Si la totalité des Titres dont la Cession est envisagée n'a pas été préemptée, le Cédant sera tenu de proposer les Titres qui n'auraient pas été préemptés aux membres des Associés Investisseurs comme il est indiqué à l'article ci-après.

3.2 Droit de préemption de second rang au profit des Associés Investisseurs

***En cas de droit de préemption portant sur la totalité des Titres uniquement, indiquer :**

Si les Associés Investisseurs ne préemptent pas la totalité des Titres que le Cédant envisage de Céder, celui-ci sera libre de procéder à la Cession envisagée mais seulement au(x) Cessionnaire(s) et aux prix et conditions énoncés dans la notification, sous réserve du respect des autres stipulations du présent pacte.

***En cas de faculté d'exercice partiel du droit de préemption, remplacer par :**

Si les Associés Investisseurs ne préemptent pas la totalité des Titres que le Cédant envisage de Céder, celui-ci sera libre de procéder à la Cession envisagée des Titres non préemptés mais seulement au(x) Cessionnaire(s) et aux prix et conditions énoncés dans la notification, sous réserve du respect des autres stipulations du présent pacte.

Dans ce cas, si le Cédant n'a pas réalisé la Cession dans un délai de (nombre) jours à compter de l'expiration du délai de (nombre) jours, la procédure de préemption devra être réitérée dans son intégralité par l'envoi d'une nouvelle notification faisant naître pour les bénéficiaires les mêmes droits et obligations sur la Cession, au cas où la Cession resterait envisagée après ce délai.

3.3 Prix des Titres Cédés en cas d'exercice du droit de préemption

En cas d'exercice du droit de préemption visé au présent article, le prix d'achat des Titres Cédés au (x) bénéficiaire(s) du droit de préemption sera :

- » Si la Cession envisagée par le Cédant est une vente des Titres, le prix en numéraire convenu entre le Cédant et le Cessionnaire et tel que visé dans la notification adressée par le Cédant ;
- » Dans les autres cas, et notamment si la Cession envisagée par le Cédant est une donation, un échange, un apport, une fusion ou une scission ou une forme combinée de ces formes de transfert de propriété, le prix offert de bonne foi par le Cédant, tel que notifié par ce dernier par lettre recommandée avec accusé de réception dans les (nombre) jours à compter de la notification de l'exercice de leur droit de préemption par le(s) associé(s) concerné(s), ou en cas de désaccord, le prix fixé par un expert désigné à la demande d'un ou plusieurs membres des Associés Fondateurs, ou le cas échéant, à la demande du représentant des Associés Investisseurs, par ordonnance du président du tribunal de commerce statuant en la forme des référés et sans recours possible.

3.1 Droit de préemption entre associés

Chaque associé (autre que le Cédant) bénéficie d'un droit de préemption pour toute Cession de Titres qui serait envisagée par un autre associé, quel que soit le Cessionnaire.

Préalablement à la Cession envisagée, l'associé Cédant devra notifier par lettre recommandée avec accusé de réception aux autres associés le nombre de Titres qu'il souhaite Céder, le prix et toutes les conditions retenues pour cette Cession ainsi que l'identité du ou des Cessionnaire(s).

Dans les (nombre) jours de la réception de cette notification, les autres associés devront signifier au Cédant également par lettre recommandée avec accusé de réception leur intention éventuelle d'acquérir les Titres Cédés aux conditions notifiées par le Cédant. A défaut, ils seront réputés avoir renoncé à l'exercice de leur droit de préemption pour l'opération considérée.

La préemption (ne pourra porter que sur la totalité/pourra porter sur tout ou partie) des Titres dont la Cession est envisagée.

En cas d'exercice de leur droit de préemption par plusieurs autres associés, la répartition des Titres préemptés se fera au prorata du nombre de Titres détenus par les autres associés et dans la limite de leurs demandes. En cas de rompus, le ou les Titres restants seront attribués à l'associé qui aura demandé le plus grand nombre de Titres ou, en cas d'égalité, qui détiendra le plus grand nombre de Titres ou, en cas de nouvelle égalité, à celui qui aura notifié le premier son intention d'exercer son droit de préemption.

ARTICLE 4 - CLAUSES DE « SORTIE » ET/OU DE « RUPTURE »

4.1 Clause de sortie conjointe

Dans l'hypothèse où les Associés Fondateurs envisageraient de procéder à une Cession de tout ou partie de leurs Titres dans la Société à un tiers, n'emportant pas transfert de la majorité du capital et des droits de vote dans la Société, et sous réserve des dispositions du présent pacte relatives au droit de (préemption/préférence), les Associés Fondateurs s'engagent à permettre aux Associés Investisseurs, si ces derniers le souhaitent, de céder également, une quote-part des Titres qu'ils détiennent, déterminée comme il est dit ci-après.

Le nombre de Titres de la Société pouvant être cédés au résultat de l'exercice de la présente clause de sortie conjointe, sera calculé en multipliant le nombre de Titres détenus par les Associés bénéficiant de la présente clause de sortie conjointe et souhaitant exercer leur droit de sortie conjointe par le rapport A/B où :

- » A est le montant de la participation (de l'Associé Fondateur cédant/des Associés Fondateurs cédants) objet de la Cession ;
- » B est le nombre total de Titres détenus par (l'Associé Fondateur/les Associés Fondateurs)

Si le résultat du calcul obtenu n'est pas un nombre entier, il sera arrondi à l'unité inférieure.

Le projet de Cession devra être notifié aux Associés Investisseurs par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, (nombre) jours au moins avant la date de réalisation de l'opération projetée, afin de leur permettre, le cas échéant, d'exercer la faculté de sortie conjointe qui leur est conférée aux termes de la présente clause.

Cette notification devra préciser la nature de l'opération projetée, le nombre de Titres concernés, leur prix de cession, les conditions de paiement, l'identité et les coordonnées du ou des Cessionnaire, ainsi que toute autre condition ou modalité importante de l'opération. Les Associés Investisseurs disposent alors d'un délai de (nombre) jours à compter de la réception de la notification ci-dessus pour faire savoir, par écrit, aux Associés Fondateurs, s'ils entendent faire usage de la faculté de sortie conjointe.

A défaut, ils seront réputés avoir définitivement renoncé à l'exercice de cette faculté pour l'opération considérée.

En cas d'exercice de la faculté de sortie conjointe par les Associés Investisseurs, le prix de cession et les conditions de paiement seront identiques à celui et celles proposés dans la transaction principale. Toutefois, si le prix offert par le tiers Cessionnaire n'est pas entièrement en numéraire, en cas de contestation du prix de cession des Titres, celui-ci sera fixé à dire d'expert. L'expert ainsi désigné devra procéder à la fixation définitive du prix de cession dans

un délai maximum de (nombre) jours à compter de sa désignation. Sa décision sera définitive et liera les Parties. Les frais d'expertise seront supportés par moitié par les Parties.

Le rachat devra être effectué par le tiers Cessionnaire concomitamment au rachat des Titres Cédés par les Associés Fondateurs et dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de la notification adressée par les Associés Investisseurs, bénéficiaires de la clause de sortie.

L'absence d'exercice de la faculté de sortie par les Associés Investisseurs, alors que les Associés Fondateurs auraient réduit leur participation initiale dans la Société, ne pourrait les priver de la possibilité d'exercer cette faculté à l'occasion d'un autre projet de Cession.

4.2 Clause de sortie forcée

***En cas de clause de sortie forcée des Associés Fondateurs, indiquer :**

Les Associés Investisseurs ont décidé de prendre une participation dans le capital de la Société dans la perspective d'accompagner les Associés Fondateurs dans le développement de ladite Société pendant une période limitée, et avec pour objectif de Céder leur participation dans la Société au plus tard au terme d'une période de (nombre) années, à compter de la date de signature des présentes.

Dans ce cadre, il a été convenu que, dans l'hypothèse où les Associés Investisseurs notifieraient aux Associés Fondateurs un projet de Cession portant sur la totalité des Titres de la Société au profit d'un ou plusieurs acquéreurs, les Associés Fondateurs s'engagent irrévocablement à Céder, dans les (nombre) jours de la réception de la notification susvisée, aux prix et selon les modalités indiquées dans celle-ci, la totalité des Titres de la Société leur appartenant au(x) Cessionnaire(s) indiqué(s).

Il est précisé en tant que de besoin, que le prix de cession des Titres de la Société détenus par les Associés Fondateurs sera le prix par Titre initialement indiqué par les Associés Investisseurs dans la notification ci-dessus visée. Toutefois, en cas de contestation du prix de

cession des Titres, celui-ci sera fixé à dire d'expert. L'expert ainsi désigné devra procéder à la fixation définitive du prix de cession dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de sa désignation. Sa décision sera définitive et liera les Parties. Les frais d'expertise seront supportés par moitié par les Parties.

***En cas de clause de sortie forcée des Associés Investisseurs, remplacer par :**

Les Parties conviennent que, dans l'hypothèse où les Associés Fondateurs notifieraient aux Associés Investisseurs un projet de Cession portant sur la totalité des Titres de la Société au profit d'un ou plusieurs acquéreurs, les Associés Investisseurs s'engagent irrévocablement à Céder, dans les (nombre) jours de la réception de la notification susvisée, aux prix et selon les modalités indiquées dans celle-ci, la totalité des Titres de la Société leur appartenant au(x) Cessionnaire(s) indiqué(s).

Il est précisé en tant que de besoin, que le prix de cession des Titres de la Société détenus par les Associés Fondateurs sera le prix par Titre initialement indiqué par les Associés Investisseurs dans la notification ci-dessus visée. Toutefois, en cas de contestation du prix de cession des Titres, celui-ci sera fixé à dire d'expert. L'expert ainsi désigné devra procéder à la fixation définitive du prix de cession dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de sa désignation. Sa décision sera définitive et liera les Parties. Les frais d'expertise seront supportés par moitié par les Parties.

ARTICLE 5 - CLAUSES DE RETRAIT

5.1 Droit de retrait sans condition des Associés Investisseurs

De convention expresse entre les Parties, il est convenu que les Associés Investisseurs bénéficieront d'un droit de retrait sans condition de la Société.

Ce droit de retrait, qui devra porter sur la totalité des Titres appartenant aux Associés Investisseurs, pourra s'exercer à la clôture de chaque exercice social et pour la première fois à la date du (date) à condition d'avoir été notifié aux Associés Fondateurs par lettre recommandée avec accusé de réception adressée (nombre) jours à l'avance.

A défaut de notification dans ce délai, le droit de retrait ne pourra être exercé qu'au titre du ou des exercice(s) suivant(s).

En cas d'exercice du droit de retrait, les Associés Fondateurs s'engagent à acquérir ou faire acquérir la totalité des Titres des Associés Investisseurs dans un délai maximum de (nombre) jours suivant la date de clôture de l'exercice social au titre duquel le retrait a été notifié.

Si les Titres des Associés Investisseurs sont rachetés par la Société, celle-ci est tenue de les céder à un associé ou à un tiers dans un délai de (nombre) jours ou de les annuler.

Le prix de rachat des Titres des Associés Investisseurs sera déterminé comme suit : (insérer une formule de détermination du prix).

Le calcul du prix sera fait par la Société qui le notifiera aux Associés Investisseurs par lettre recommandée avec accusé de réception. Si dans les (nombre) jours de ladite notification, ni les Associés Investisseurs ni les Associés Fondateurs ne contestent le calcul effectué, le prix indiqué sera considéré comme définitivement accepté.

A défaut d'accord entre les Associés Fondateurs et les Associés Investisseurs sur le prix de rachat tel qu'il est déterminé ci-dessus, celui-ci sera fixé à dire d'expert. Cet expert sera tenu d'appliquer la méthode de valorisation, indiquée ci-dessus qui, expressément acceptée, liera définitivement les Parties.

L'expert ainsi désigné devra procéder à la fixation du prix de cession dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de sa désignation. La décision sera définitive et liera les Parties. Les frais d'expertise seront supportés par moitié par les Parties.

Le prix des Titres des Associés Investisseurs sera payé comptant dans le délai de (nombre) jours suivant la fixation du prix résultant soit de l'accord des Parties, soit de la remise du rapport de l'expert à chacun des groupes.

5.2 Droit de retrait conditionnel

De convention expresse entre les Parties, les Associés Investisseurs bénéficieront d'un droit de retrait en cas de survenance de l'un des événements suivants : (à compléter) :

préciser les cas de déclenchement du droit de retrait tels que la non-réalisation d'objectifs de chiffre d'affaires ou de résultats.

En conséquence, les Associés Investisseurs pourront, en cas de survenance de cet (ces) événement(s) et dans un délai de (nombre) jours à compter de cette date, notifier aux Associés Fondateurs et à la Société, par lettre recommandée avec accusé de réception, leur intention d'user de cette faculté et d'exercer leur droit de retrait.

Ce droit de retrait ne pourra être exercé que pour la totalité des Titres détenus dans la Société.

A défaut de notification dans ce délai, les Associés Investisseurs ne pourront plus exercer leur droit de retrait au titre de l'événement considéré.

En cas d'exercice du droit de retrait, les Associés Fondateurs s'engagent à acquérir ou faire acquérir les Titres détenus par les Associés Investisseurs dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de la réception de la notification susvisée.

Le prix de rachat des Titres sera déterminé comme suit : (insérer une formule de détermination du prix).

A défaut d'accord entre les Parties sur le prix de rachat des Titres tel qu'il est déterminé ci-dessus, celui-ci sera fixé à dire d'expert. Cet expert sera tenu d'appliquer la méthode de valorisation, indiquée ci-dessus qui, expressément acceptée, liera définitivement les Parties. L'expert ainsi désigné devra procéder à la fixation définitive du prix de cession dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de sa désignation. Sa décision sera définitive et liera les Parties. Les frais d'expertise seront supportés par moitié par les Parties.

5.3 Clause de sortie alternative

En cas de désaccord grave et persistant susceptible d'entraîner une paralysie dans le fonctionnement de la Société et de porter atteinte à l'intérêt social, chacun des Associés Fondateurs et des Associés Investisseurs pourra proposer à l'autre groupe, par lettre recommandée avec accusé de réception, de lui céder la totalité de sa participation au sein de la Société ou de racheter la totalité de la participation de l'autre groupe, aux prix et conditions précisées dans son offre.

Le groupe bénéficiaire de l'offre disposera d'un délai de (nombre) jours pour lever l'option qui lui sera ainsi conférée, par lettre recommandée avec accusé de réception. A défaut, le groupe bénéficiaire de l'offre pourra soit contester le prix proposé, qui sera dès lors déterminé à dire d'expert dans les conditions définies ci-après, soit proposer, selon le cas, de céder ses propres Titres ou de racheter la totalité des Titres du groupe d'associés ayant pris l'initiative de cette procédure, aux prix et conditions déterminés dans l'offre initiale.

A défaut d'accord entre les Parties sur le prix de cession, celui-ci sera déterminé à dire d'expert. L'expert désigné devra procéder à la fixation définitive du prix de cession dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de sa désignation. Sa décision sera définitive et liera les Parties. Les frais d'expertise seront supportés par moitié par les Parties.

La Cession devra être effectuée et le prix payé dans un délai maximum de (nombre) jours à compter de la levée de l'option ou de la contre-offre ou, en cas de recours à une expertise en vue de la détermination du prix de cession, à compter de la fixation définitive du prix par l'expert.

Le non-respect de ses engagements par l'un des Associés Fondateurs et l'un des Associés Investisseurs au titre du présent article entraînera le versement au profit du groupe d'associés non défaillants de la défaillance à titre de clause pénale, d'une indemnité définitive et forfaitaire d'un montant de (montant).

ARTICLE 6 - CLAUSES FINANCIÈRES

6.1 Clause de priorité sur financement ultérieur

Le concours des Associés Investisseurs ayant comme condition essentielle et déterminante leur participation au développement de la Société, il est convenu qu'il sera donné préférence aux Associés Investisseurs par rapport à toute autre personne physique ou morale pour apporter tout nouveau concours financier à la Société, ou à toute société qu'elle Contrôle ou Contrôlera.

Par concours financier, il faut entendre toute opération visant à la souscription ou à l'acquisition, de quelque manière que ce soit, par tout nouvel investisseur, de Titres émis par la Société.

6.2 Clause de non-dilution

Les Parties au présent pacte s'engagent à faire en sorte que les membres des Associés Investisseurs bénéficient, dans le cadre d'une émission de Titres (à l'exception de l'émission de bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise, d'attributions gratuites d'actions ou d'options de souscription ou d'acquisition d'actions au bénéfice de mandataires sociaux ou de salariés de la Société ou de ses filiales), d'un droit permanent de maintenir leur participation dans le capital de la Société à la quote-part de ce capital que représentent les Titres détenus avant une telle émission par chacun des membres des Associés Investisseurs.

En conséquence, les Parties au présent pacte s'engagent, en cas d'émission de Titres réalisée avec suppression du droit préférentiel de souscription, à ce que les membres des Associés Investisseurs soient mis en mesure de souscrire simultanément à une émission de Titres identiques et dans les mêmes conditions que celles de l'émission dilutive (notamment celles relatives au prix d'émission des Titres), de manière à leur permettre de conserver leur quote-part de capital, sur une base totalement diluée.

ARTICLE 7 - CLAUSES DE GESTION

7.1 Droit de veto

Les Associés Investisseurs disposent, (quelle que puisse être leur participation au capital et aux droits de vote de la Société/à condition de détenir au moins (pourcentage) du capital et/ou des droits de vote de la Société), d'un droit de veto leur permettant de s'opposer à l'adoption des décisions suivantes :

- » Modifications du capital social ;
- » Fusions, scissions et apports partiels d'actifs et apports à toute autre société ;
- » Prises de participations dans toutes sociétés ou groupements ;
- » Transformation de la Société ;
- » Dissolution et liquidation de la Société ;
- » Acquisition et cession de fonds de commerce ou de branches d'activités ;
- » Engagements financiers d'un montant supérieur à (montant) FCFA, sauf au profit de filiales de la Société ;
- » Conclusion, modification ou résiliation d'accords ou de contrats engageant la Société pour un montant supérieur à (montant) FCFA, et auxquels il ne peut être mis fin sans indemnité ou pénalité ou qu'avec un préavis supérieur à (nombre) mois ;
- » Tout investissement d'un montant supérieur à (montant) FCFA ;
- » Toute distribution de dividendes ou de réserves ;
- » Tout changement significatif de principes et/ou méthodes comptables ;
- » Constitution de tout gage, cautionnement ou autres sûretés, sous quelque forme que ce soit, autre que dans le cours normal des affaires ;
- » Ouverture ou conduite de toute procédure judiciaire, administrative, ou arbitrale, et/ou conclusion de toute transaction, en tant que défendeur ou demandeur, dont l'enjeu excède (montant) FCFA ;
- » Agrément de tout nouvel associé ;
- » Tout engagement d'accomplir tout acte listé ci-dessus.

Pour exercer ce droit de veto, les Associés Investisseurs devront être informés préalablement et par écrit de tout projet correspondant à l'une des opérations énumérées ci-dessus. Les Associés Investisseurs disposent d'un délai de (nombre) jours à compter de cette notification pour signifier à la Société, par écrit, s'ils entendent ou non exercer leur droit de veto.

Les Associés Investisseurs s'engagent à utiliser leur droit de veto conformément à l'intérêt social et à ne pas s'opposer sans juste motif à l'une des décisions susvisées sous peine de voir leur responsabilité engagée.

7.2 Décisions du (Conseil d'administration/Comité stratégique/Comité de direction)

*Pour une règle de majorité commune à toutes les décisions du (Conseil d'administration/Comité stratégique/Comité de direction), indiquer :

Sans préjudice du droit de veto des Associés Investisseurs visé à l'article ci-dessus, toutes les décisions du (Conseil d'administration/Comité de direction) sont adoptées à la majorité (à compléter, le cas échéant, pour définir une majorité renforcée) des membres présents ou représentés.

*Pour des règles de majorité qui diffèrent selon la nature des décisions du(Conseil d'administration/Comité stratégique/Comité de direction), remplacer par :

Sans préjudice du droit de veto des Associés Investisseurs visé à l'article ci-dessus, les décisions du (Conseil d'administration/Comité de direction) sont adoptées à la majorité (à compléter, le cas échéant, pour définir une majorité renforcée) des membres présents ou représentés, à l'exception des décisions énumérées ci-après, qui sont adoptées à la majorité (à compléter pour définir une majorité spécifique aux décisions ci-après) des membres présents ou représentés : (à compléter)

7.3 Droit d'information

Outre les droits d'information visés par les textes légaux et réglementaires, les Associés Investisseurs seront tenus régulièrement, et a minima tous les (trimestres/semestres), informés par les Associés Fondateurs de la conduite et du développement des activités commerciales et financières de la Société, et notamment de tout fait susceptible de modifier, de façon sensible, ses conditions d'activité ou sa structure financière.

Les Associés Investisseurs pourront également demander, au moins une fois par an, à ce qu'une mission d'audit, d'expertise ou de Contrôle, soit diligentée, à leurs frais, concernant tant la conduite de l'exploitation des activités de la Société, que sa comptabilité et sa gestion.

ARTICLE 8 - GESTION DU PACTE ET DISPOSITIONS GÉNÉRALES

8.1 Clause de durée

***Si la durée est déterminée, et sans tacite reconduction, indiquer:**

Le présent pacte entre en vigueur le (date). Il est conclu pour une durée de (à compléter) ans et ne pourra faire l'objet d'une tacite reconduction. A son expiration, les Parties seront libres de conclure de nouveaux accords, si nécessaire.

***Si la durée correspond à la participation des Parties, remplacer par :**

Le présent pacte entre en vigueur le (date). Il est conclu pour la durée de la participation des Parties au sein de la Société.

***S'il y a reconduction tacite, remplacer par :**

Le présent pacte entre en vigueur le (date). Il est conclu pour une durée de (à compléter) ans expirant le (date). Il sera ensuite tacitement reconduit pour de nouvelles durées de (à compléter) ans, sauf dénonciation par l'une ou l'autre des Parties, notifiée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception au moins (nombre) jours avant l'arrivée du terme.

8.2 Clause d'exécution

Pour prévoir le versement d'une indemnité, ajouter :

En cas d'inexécution par l'une ou l'autre des Parties des engagements pris aux termes du présent pacte, outre l'exécution forcée des engagements non respectés, et sous réserve des sanctions prévues pour la violation de dispositions particulières, la Partie responsable sera tenue de verser à la Partie victime, à titre de clause pénale, une indemnité forfaitaire et définitive de (à compléter).

8.3 Clause de séquestre du pacte

Pour garantir la bonne exécution du pacte, les Parties désignent, en qualité de séquestre et de mandataire commun chargé de la gestion du pacte, (ex : Cabinet d'avocats), qui sera seul chargé des missions suivantes :

- » Tenue du registre des mouvements de titres de la Société et des comptes individuels des associés ;
- » Réception des ordres de mouvements et transcription dans le registre des mouvements de titres de la Société et dans les comptes individuels des associés ;
- » Vérification de la régularité des demandes des Parties au regard des dispositions du pacte.

Le séquestre ainsi désigné s'engage à ne procéder aux inscriptions des mouvements de Titres qu'après vérification du respect des dispositions du pacte.

8.4 Clause de nullité partielle

L'annulation de l'une ou l'autre des clauses du présent pacte ne pourra entraîner l'annulation de celui-ci dans son ensemble, à condition toutefois que l'équilibre et l'économie générale du pacte puissent être maintenus.

En cas d'annulation ou l'illicéité d'une clause du présent pacte, les Parties s'engagent à négocier de bonne foi la conclusion d'une clause de remplacement de portée et d'effets juridiques équivalents à la clause nulle ou illicite.

8.5 Clause de confidentialité

***Pour prévoir la confidentialité du pacte, remplacer par :**

Les Parties reconnaissent que le présent pacte revêt un caractère strictement confidentiel. Ils s'interdisent en conséquence, et sauf accord préalable et écrit de toutes les Parties, d'en divulguer l'existence, l'objet et le contenu à quelque personne et sous quelque forme que ce soit, sous réserve des obligations légales éventuellement applicables.

Les Parties s'interdisent également de divulguer toute information les concernant ou concernant leurs filiales ou le groupe auquel ils appartiennent et dont ils auraient pu avoir connaissance dans le cadre du présent pacte, dès lors que ces informations auront été notifiées comme confidentielles par la Partie qui les aura communiquées.

Les Parties se portent fort du respect de cette obligation de confidentialité par leurs préposés ainsi que par toutes les sociétés ou groupements qui leur sont affiliés ou apparentés. Cette obligation de confidentialité est stipulée sans limitation de durée. Elle ne s'éteindra que lorsque les informations concernées seront tombées dans le domaine public.

Il est précisé que dans le cas où un tiers demanderait à l'une des Parties de confirmer l'existence d'un pacte de préférence, cette Partie pourra librement répondre audit tiers sur l'existence ou non d'un pacte de préférence prévu à son profit par le présent pacte d'associés mais elle ne devra en aucun cas dévoiler le moindre élément relatif au contenu dudit pacte de préférence.

8.6 Clause de transmission du pacte

Les stipulations du présent pacte et les droits et obligations qui en découlent engagent les héritiers et ayant droit des Parties, ceux-ci seront donc tenus solidairement des engagements qui y figurent.

En cas de Cession de Titres de la Société effectuée par l'une ou l'autre des Parties conformément aux dispositions du présent pacte, le Cessionnaire, s'il n'est pas déjà adhérent au pacte, sera tenu d'adhérer au présent pacte.

En conséquence, la Cession envisagée ne pourra intervenir qu'au vu de l'engagement écrit du Cessionnaire d'adhérer au présent pacte et d'en respecter toutes les dispositions.

8.7 Clause de conciliation

Dans l'hypothèse où une contestation viendrait à naître relativement à la validité, l'interprétation ou l'exécution du présent pacte, les Parties s'engagent à coopérer avec diligence et bonne foi en vue de trouver une solution amiable à leur différend, et ce dans un délai de (nombre) jours à compter de la naissance de ce différend. A défaut de parvenir à une solution amiable, les litiges seront soumis (aux tribunaux compétents/à la procédure d'arbitrage prévue à l'article ci-dessous).

8.8 Clause (d'arbitrage/d'attribution de juridiction)

Les Parties peuvent choisir de soumettre les contestations relatives à la validité, l'interprétation ou l'exécution du pacte à une procédure d'arbitrage ou à la juridiction d'un tribunal de commerce.

***En cas de clause d'arbitrage, indiquer :**

Tous les litiges auxquels le présent pacte pourrait donner lieu, relatifs à son interprétation, sa validité ou son exécution, seront soumis à une procédure d'arbitrage suivant le Règlement d'arbitrage de Le siège du Tribunal arbitral sera à (ville et pays). La langue de l'arbitrage sera le (langue).

Il est attribué compétence au président du tribunal de commerce de (lieu) pour l'application des dispositions qui précèdent et pour le règlement de toute difficulté pouvant survenir au titre de la présente clause d'arbitrage, sous réserve de toute attribution de compétence impérative.

***En cas de clause d'attribution de juridiction, remplacer par :**

Le présent pacte et toute obligation contractuelle ou non contractuelle, résultant du ou relative au présent pacte, sont régis par le droit béninois et interprétés conformément à celui-ci.

Tous les litiges qui pourraient survenir au titre de l'interprétation, de l'exécution ou de la validité du présent pacte, seront soumis à la juridiction du tribunal de commerce de (lieu).

8.9 Élection de domicile

Pour les besoins des présentes, les Parties font élection de domicile, respectivement :

- » Pour les Associés Fondateurs à : (à compléter)
- » Pour les Associés Investisseurs à : (à compléter)

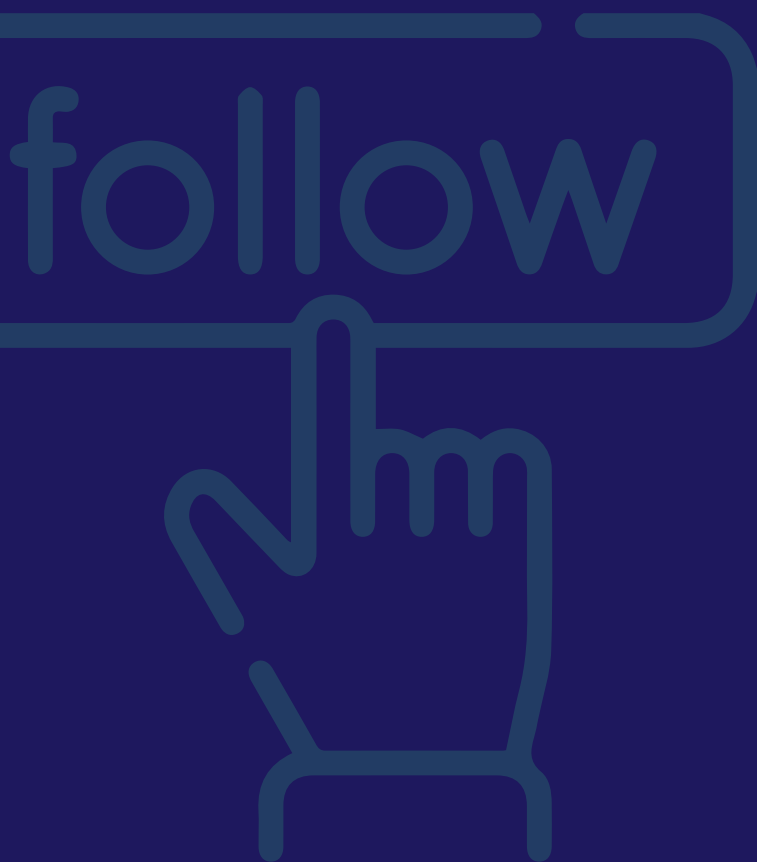
Toute modification devra être signifiée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception.

Fait à (lieu), le (date)
en (nombre) exemplaires originaux.

Signatures

Annexe 3

Entrepreneurs à suivre sur les réseaux sociaux



Entrepreneurs à suivre sur les réseaux sociaux



Les entrepreneurs qui figurent dans la liste suivante ont été sélectionnés sur la base de deux critères :

- » La qualité et la pertinence des sujets qu'ils abordent sur leurs pages concernant l'entrepreneuriat ainsi que leur parcours personnel
- » La qualité des discussions qu'ils suscitent par leur base d'abonnés et les ressources et événements partagés

Entrepreneurs du numérique



Senam Beheton

il est CEO de TEKXL et
fondateur d'EtriLabs

 [Facebook](#)

 [Instagram](#)

 [Linkedin](#)



Gilles Kounou

ingénieur en systèmes
d'information, il est le fondateur
de OpenSi

 [Facebook](#)

 [Twitter](#)

 [Linkedin](#)



Julien C. Hounkpe

docteur en droit, expert du numérique, enseignant-chercheur

 [Facebook](#)

 [Twitter](#)

 [Linkedin](#)

 [Instagram](#)



Francis B. Dossou Sognon

Entrepreneur, Agritech, CEO d'AgroSfer

 [Facebook](#)

 [Linkedin](#)



Philippe Simo

(Investir au pays) : youtubeur, entrepreneur et influenceur web

 [Facebook](#)

 [Linkedin](#)



Adetoye AGUESSY

Directeur Général de RightCom Technologies

 [Facebook](#)

 [Instagram](#)

 [LinkedIn](#)



Kahi Lumumba

entrepreneurship state of mind

 [Facebook](#)

 [Instagram](#)

 [LinkedIn](#)



Bamba Lo

cofondateur et DG de Paps au Sénégal

 [Facebook](#)

 [Twitter](#)

 [LinkedIn](#)



Moulaye Taboure

entrepreneur et Président-Directeur Général d'ANKA



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)



Rebecca Enochong

entrepreneure, fondatrice et directrice d'AppsTech



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

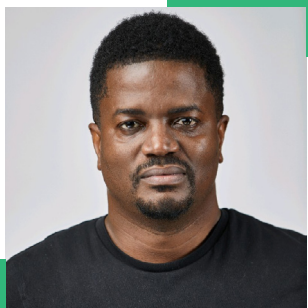


Edem Adjamagbo

consultant, web & informatique décisionnelle (BI), coaching et accompagnement startups, business intelligence, consultant Talend DI et Symphony.



[LinkedIn](#)



Régis Bamba

informaticien de formation et entrepreneur technologique

 [Facebook](#)

 [LinkedIn](#)



Jil-Alexandre N'Dia

entrepreneur, cofondateur du site Abidjan.net et du groupe média digital Weblogy.

 [Facebook](#)

 [Instagram](#)

 [LinkedIn](#)



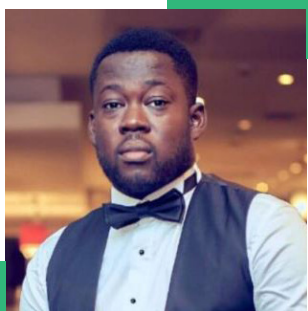
Aziz Yérima

expert des paiements électroniques, du mobile money, et du management des TIC, il est co-fondateur & CEO de PayDunya.

 [Facebook](#)

 [Twitter](#)

 [LinkedIn](#)



Yannick Boka

formateur, consultant en
social media marketing et
communication digitale Triomphe

 [Facebook](#)

 [Linkedin](#)



Karine Oulaté

consultante en communication
digitale (référencement,
webmarketing)

 [Facebook](#)

 [Instagram](#)



Sandrine Kouao

Fondatrice Nature & Traditions,
de l'unité semi-artisanale SAK
et de l'atelier beauté SAK - Co-
founder et PDG de Masewa)

 [Linkedin](#)

Annexe 4

Documents consultés et de webographie



Documents consultés et de webographie

GUIDES, ETUDES ET RAPPORTS

- » **ABDOULKADRE ADO, (2023)** : « L'entrepreneuriat numérique durable au Bénin : opportunités, défis et stratégies » ; une étude du Alexander von Humboldt institut für internet und gesellschaft; Berlin, Février 2023
- » **ACED Africa (2023)** : Rapport de l'ACED Africa sur « l'Écosystème de l'agriculture numérique au Bénin »
- » **ACUMEN & ACED, (2023)** : « Etat des lieux de l'écosystème digital et de l'entrepreneuriat numérique au Bénin » ; Ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement (BMZ), mai 2023
- » Rapport sur l'État des Lieux de l'Écosystème Digital et de l'Entrepreneuriat Numérique au Bénin, GIZ (ACUMEN et ACED)
- » **AKID 2030** : disponible au www.akid2030.com ;
- » **BOSTON CONSULTING GROUP, (2018)** : Devenir une licorne ? Quel bon accompagnement à chaque étape pour les entrepreneurs
- » **CTA (2017)** : « Guide de l'agripreneuriat digital » ; La voie du succès pour les jeunes entrepreneurs des pays ACP
- » **Dadupa** : « Guides digitaux pour les entrepreneurs »
- » **DIGITAL AFRICA (2023)** : « Guide de l'agripreneuriat digital (La voie du succès pour les jeunes entrepreneurs des pays ACP) »
- » **ETRILABS** : « Cartographie de l'écosystème de l'entrepreneuriat innovant et de l'innovation sociale au Bénin »
- » **ETRILABS (2019)** : « Investir autrement dans les startups au Bénin »
- » **MAKE-IT-AFRICA** : « Guide des fondateurs pour la levée de fonds au Bénin »

- » **PNUD (2023)** : « [Liste de contrôle pour une approche basée sur les droits de l'homme aux réponses socio-économiques des pays au COVID-19](#) »
- » **PANJA (2023)** : « [Les fondamentaux du marketing lorsqu'on démarre un projet innovant](#) » ; Le Guide Marketing de la Startup Panja
- » **SHIPPIN INFO (2021)** : [Accra startup guide](#)
- » [Guide de l'investisseur pour les entrepreneurs au Sénégal](#)
- » **STARTUP CENTRUM (2023)** : « [Monthly Startup Ecosystem Overview in the Middle East and North Africa \(MENA\) / 3 February - 2 March](#) »

ARTICLES

- » **ANIP, (2021)** : « [Délivrance d'acte de naissance sécurisé et de casier judiciaire en ligne](#) »
- » **APDP, (2017)** : « Formulaire de demande d'autorisation préalable à la mise en œuvre de traitements de données à caractère personnel »
- » [Article 407 et 409 de la loi n° 2017-20](#) portant code du numérique en République du Bénin
- » **APIEx Bénin, (2018)** : « [Les formes d'entreprises et formalités de création](#) »
- » **APIEx Bénin, (2018)** : « [Créez votre entreprise 100% en ligne](#) »
- » **DAVID BERNARD, (2023)** : « Quels sont les enjeux de la fidélisation des collaborateurs en entreprise ? » [In Gestion des talents, Marque employeur](#) 16 mai 2023 17 Minutes.
- » **DGI, (2023)** : « [Bénin-Code Général des Impôts 2023](#) » ; Publié le 18 janvier 2023
- » **DIGITAL AFRICA, (2021)** : « [Répondre aux besoins en compétences exprimés par les startups en Afrique](#) » ; Talent 4 Startups, octobre 2021
- » **MICHEL T. SUZZANE B. NOUR B., (2022)** : « [Introduction aux métiers du numérique](#) » ; Design [Datagif](#), développement [White Beard](#), 2022 L'Orient-Le Jour ; Tous droits réservés

- » **MARC PELLEFIGUE, (2023) :** « [Difficultés de recrutement : comment attirer et fidéliser les nouveaux talents ?](#) »
- » **ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE, (2023) :** « Former les jeunes aux métiers du numérique : DCLIC présent dans quatre nouveaux pays »
- » **SACHA KLEYNJANS, (2023) :** « [Optimisation du recrutement : attirer et fidéliser des talents au sein de votre entreprise](#) »
- » **WASSIM BENSAID, (2019) :** « [l'entrepreneuriat digital : revue de littérature et nouvelle définition](#) » ; Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°3, Juillet-Septembre 2019

AUTRES SOURCES

- » **CDG27 :** [GUIDE DE LA FICHE DE POSTE](#)
- » **Kanarimagik pictures :** [Startup 4Xaleys, la bande dessinée](#)
- » **Emmanuel Bocquet, (2023) :** « [Les startups expliquées aux petits... et aux grands](#) »
- » **Stefano K. AMEKOUDI, (2023) :** [Entrepreneuriat et Digitalisation, Une ressource pour décoller vers de nouvelles opportunités d'investissement dans le secteur numérique au Sénégal](#)

Annexe 5

Liste des Venture Capital et Angel investor



Liste des Venture Capital et Angel investor



Investisseurs au Bénin

| Investisseurs | Benin Business Angel (BBA) | Cygnum Capital (Ogef) | GSMA Ecosystem Fund |
|---------------------------|--|--|--|
| Site | beninangels.com | cygnumcapital.com | gsma.com |
| Type d'investisseur | Investisseur providentiel | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque |
| Tour de table | Pré-amorçage & Amorçage | Amorçage, Séries A & B | Pré-amorçage & Amorçage |
| Investissements (en FCFA) | 5M - 50M | 12G - 60G | |
| Secteur d'investissement | Technologies | Clean Tech | Technologie |
| Contact | documentation@beninangels.com | info@ogef africa.com | info@gsma.com |
| Siege/Bureau | Bénin | Nigeria | Grande Bretagne |
| Exemple | FedaPay, Ylomi | Qotto | Kea Medical |

| | | | |
|----------------------------------|--|---|--|
| Investisseurs | Techstars | Atif | Tekedia Capital |
| Site | techstars.com | atif.net | tekedia.com |
| Type d'investisseur | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque |
| Tour de table | Pré-amorçage, Amorçage, Dette | Amorçage, Séries A & B | Pré-amorçage |
| Investissements (en FCFA) | | | |
| Secteur d'investissement | Technologie | Mobilité | FinTech |
| Contact | help@techstars.com | | info@tekedia.com |
| Siege/Bureau | Nigeria | Emirat Arabe Unis | Nigeria |
| Exemple | Kea Medical | M-Auto, Spiro | MeekFi |

| | | |
|----------------------------------|--|--|
| Investisseurs | Noru Capital | Launch Africa |
| Site | norucapital.com | launchafrica.vc |
| Type d'investisseur | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque |
| Tour de table | Pré-amorçage, Amorçage & Series A | Amorçage, Pré-série A |
| Investissements (en FCFA) | 8,8M- 88M | < 175M |
| Secteur d'investissement | Technologies | FinTech, Health Tech, Green Tech |
| Contact | contact@norucapital.com | info@launchafrica.vc |
| Siege/Bureau | Bénin | Iles Maurice |
| Exemple | FedaPay | RightCom |

Investisseurs dans l'Uemoa

| Investisseurs | Janngo Capital | Kara Ventures | Partech Partners Africa |
|---------------------------|--|--|--|
| Site | janngo.com | kara.ventures | partechpartners.com |
| Type d'investisseur | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque |
| Tour de table | Amorçage, Pré-série A, Séries A & B | Pré-amorçage | Pré-amorçage & Amorçage |
| Investissements (en FCFA) | 32M - 32G | | 585M - 8,8G |
| Secteur d'investissement | Technologies | Technologies | B2C, FinTech, Healthtech, Mobile |
| Contact | investor.relations@janngo.africa | team@kara.ventures | media@partechpartners.com |
| Siege/Bureau | Côte d'Ivoire | Egypte | Sénégal |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| Investisseurs | Seedstars Africa Venture | Saviu Ventures |
| Site | seedstars-africa.vc | saviu.vc |
| Type d'investisseur | Fonds de capital risque | Fonds d'investissement |
| Tour de table | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage, Amorçage & Series A |
| Investissements (en FCFA) | 145M - 2,9G | 320M - 32G |
| Secteur d'investissement | Mobilité, HealthTech, Edtech | Mobilité, Fintech, E-commerce, HealthTech, EdTech, AgriTech |
| Contact | info@seedstarsworld.com | contact@saviu.vc |
| Siege/Bureau | Suisse | Côte d'Ivoire |

Investisseurs en Afrique francophone

| Investisseurs | Angels4Africa | Flat6Labs Africa Seed Fund | Modus |
|---------------------------|--|--|---|
| Site | angels4africa.co | flat6labs.com | modus.vc/venture-capital-africa |
| Type d'investisseur | Investisseur providentiel | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque |
| Tour de table | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage & Amorçage | Amorçage |
| Investissements (en FCFA) | 6M - 29M | | 205M - 700M |
| Secteur d'investissement | Technologies | Technologies | Technologies IA et blockchain |
| Contact | mehdi@lastartupfactory.co | info@flat6labs.com | comms@modus.vc |
| Siege/Bureau | Maroc | Maroc | Egypte |

| Investisseurs | Oui Capital | The Baobab Network | Fiatope |
|---------------------------|--|--|--|
| Site | ouicapital.vc | thebaobabnetwork.com | fiatope.com |
| Type d'investisseur | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque | Investisseur providentiel |
| Tour de table | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage & Amorçage |
| Investissements (en FCFA) | < ou =438M | 29M | |
| Secteur d'investissement | E-commerce, Mobilité, HealthTech, EdTech, FinTech | Technologies | Secteur privé |
| Contact | hello@ouicapital.vc | team@thebaobabnetwork.com | contact@fiatope.com |
| Siege/Bureau | Nigeria | Kenya | France |

Investisseurs internationaux

| Investisseurs | Enza Capital | Founders' Factory Africa | Getinvest |
|---------------------------|--|--|--|
| Site | enza.capital | foundersfactory.africa | get-invest.eu |
| Type d'investisseur | Fonds de capital risque | Fonds de capital risque | Investisseur providentiel |
| Tour de table | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage & Amorçage |
| Investissements (en FCFA) | 50k - 1M | < ou = 250k | |
| Secteur d'investissement | FinTech, AgriTech, Mobilité | HealthTech, FinTech | Clean Tech |
| Contact | mike@enza.capital | enquiries@foundersfactory.africa | info@get-invest.eu |
| Siege/Bureau | Kenya | Afrique du Sud | Allemagne |

| | | | |
|----------------------------------|--|--|--|
| Investisseurs | Impact Angel Network, RENEW | Leetchi | Y Combinator |
| Site | renewcapital.com | leetchi.com | ycombinator.com |
| Type d'investisseur | Investisseur providentiel | Investisseur providentiel | Fonds de capital risque |
| Tour de table | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage & Amorçage | Pré-amorçage & Amorçage |
| Investissements (en FCFA) | 29M - 2G | | > 290M |
| Secteur d'investissement | Secteur privé | Secteur privé | Technologies |
| Contact | connect@renewcapital.com | serviceclient@leetchi.com | info@ycombinator.com |
| Siege/Bureau | Etats-Unis | France | Etats-Unis |

Légende

M= Millions de Francs CFA

G = Milliards de Francs CFA

