

ACCOMPAGNER L'ENTREPRENEURIAT INNOVANT EN AFRIQUE FRANCOPHONE

DEVENIR UN SPECIALISTE

Syllabus

Une formation indispensable pour spécialiser sa structure
d'accompagnement de l'entrepreneuriat innovant en
Afrique francophone



- Septembre 2017 -

Présentation de la formation

PARTICIPANTS A LA FORMATION

Cette formation s'adresse aux équipes dirigeantes des structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat innovant (SAEI), ainsi qu'à leurs équipes opérationnelles.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Après cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les enjeux d'une spécialisation d'une SAEI
- Renforcer votre positionnement ou votre offre de service et/ou envisager une spécialisation ou une évolution de votre SAEI
- Manier des outils pour enclencher cette spécialisation

MODULES DE FORMATION

Module 1	Module 2	Module 3	Module 4
Proposer un espace de travail partagé	Proposer des services d'accélération	Offrir des services d'incubation à distance	Gérer le passage à l'échelle de sa SAEI
Module 5	Module 6	Module 7	
Proposer une offre spécialisée dans l'agrobusiness	Proposer une offre spécialisée dans les TIC	Proposer une offre spécialisée en entrepreneuriat social et solidaire	

Les modules de ce niveau sont indépendants les uns des autres. Ils peuvent être choisis à la carte, selon les besoins de l'apprenant, et être suivis dans un ordre aléatoire.

METHODES PEDAGOGIQUES

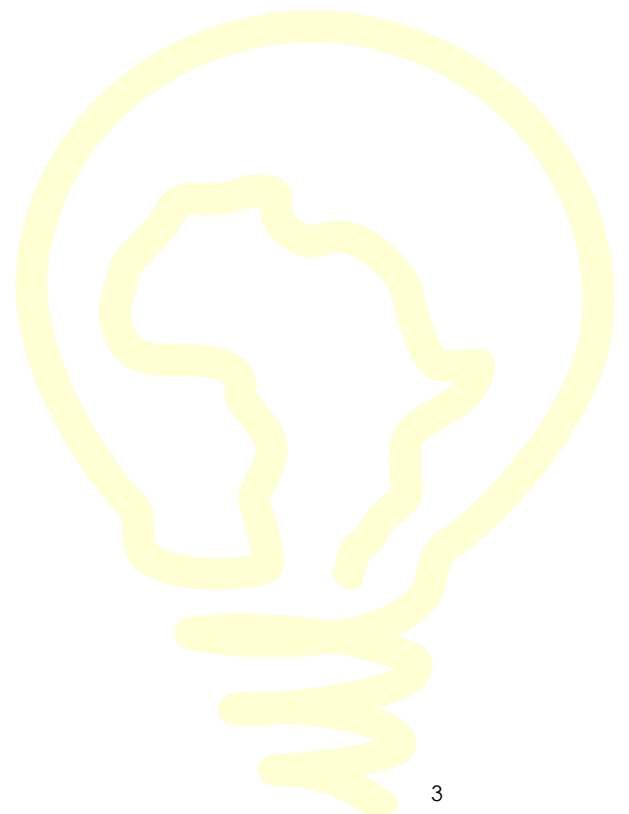
Les modules de formation sont conçus par des professionnels et experts de l'accompagnement à la création d'entreprise en Afrique francophone.

Ils se présentent de la manière suivante :

- Un support PowerPoint incluant un apport théorique illustré d'exemples et de références concrètes ;
- Des références bibliographiques permettant aux apprenants de poursuivre la formation seuls ;

MODALITES DE VALIDATION DE LA FORMATION

La formation donne lieu à un certificat de formation sous condition de validation du QCM accessible sur la plateforme à l'issue du suivi de chaque module.



PRE-REQUIS

Selon le profil de l'apprenant, des prérequis différents issus de la formation « Accompagner l'entrepreneuriat innovant en Afrique francophone » sont exigés pour suivre ces modules.

Pour les acteurs opérationnels, cette formation comporte 2 prérequis :

- Maîtriser les bases
- Devenir un expert opérationnel

Pour les acteurs stratégiques, cette formation comporte 3 prérequis :

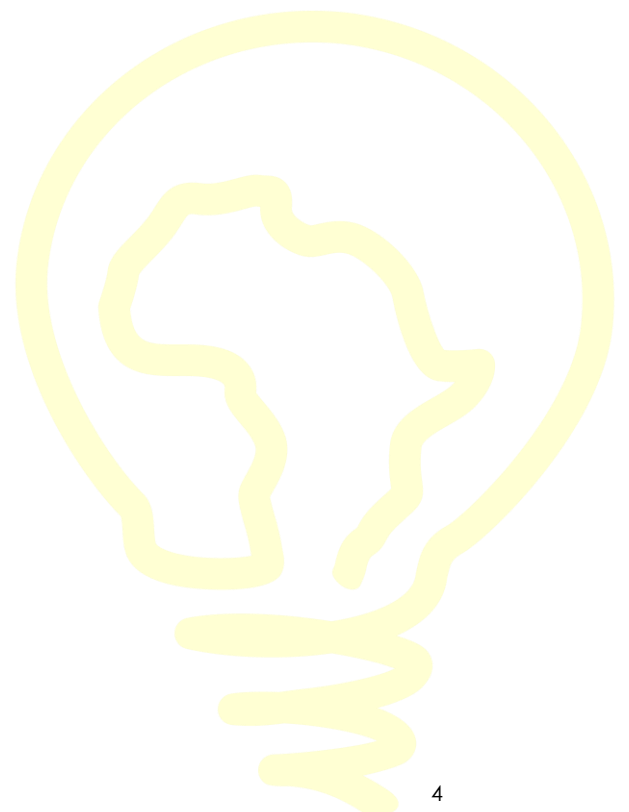
- Maîtriser les bases
- Devenir un expert opérationnel
- Devenir un expert stratégique

DUREE INDICATIVE

Chaque module de la formation « Devenir un spécialiste » est ouvert pendant 10 jours et mobilise en moyenne entre 2 et 4 heures par participant :

- Module 1 : 1,5 heures
- Module 2 : 2,5 heures
- Module 3 : 3 heures
- Module 4 : 2 heures
- Module 5 : 3 heures
- Module 6 : 2,5 heures
- Module 7 : A déterminer

Chaque module donnera lieu à un QCM.



Module 1 : Proposer un espace de travail partagé

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Une fois ce module complété, vous serez en capacité de :

- Comprendre ce qu'est un espace de travail partagé
- Analyser les liens – positifs et négatifs – qu'il peut exister entre travail partagé et accompagnement
- Etudier votre marché pour bien positionner votre offre
- Concevoir un espace de travail partagé adapté à votre contexte et attractif
- Elaborer votre communication pour attirer des travailleurs

CONTENU

Ouvert à toute personne à la recherche d'un lieu de travail, l'espace de travail collaboratif (aussi appelé espace de « *co-working* » en anglais) est un espace de travail partagé entre plusieurs travailleurs indépendants ou nomades. Il s'agit aussi d'un réseau encourageant l'échange et l'ouverture. Certaines SAEI peuvent donc ouvrir leur espace pour offrir ce type de prestations.

Ce module de formation comprend 3 chapitres :

CHAPITRE 1 : ETUDIER SON MARCHÉ

Le *co-working* est une manière de travailler relativement récente, et culturellement plus ou moins répandue selon les pays. Particulièrement intéressant dans les contextes immobiliers difficiles, il correspond également à une nouvelle manière de considérer le travail (plus partagé et collaboratif), et est donc bien plus complexe qu'une simple mise à disposition d'un poste de travail.

Comme pour toute offre de service, l'étape préliminaire à l'ouverture d'un

espace de *co-working* est l'étude du marché et de faisabilité. A mener en amont, cette étude permet d'identifier les acteurs du marché et leur positionnement, la taille réelle de la cible potentielle, ses besoins et ses attentes.

Ce chapitre expose les différents indicateurs à prendre en considération pour étudier le marché de l'immobilier professionnel dans une ville donnée, et pour évaluer la pertinence d'une offre d'espace de travail collaboratif.

CHAPITRE 2 : PENSER SON ESPACE

Un espace de travail collaboratif doit être imaginé pour favoriser une relation saine et bénéfique entre travailleurs nomades et entrepreneurs incubés, et pour que chacun bénéficie des meilleures conditions pour évoluer. En effet, les attentes des premiers sont différentes de celles des seconds, et l'harmonisation des conditions de travail s'accompagne.

La réflexion doit englober un certain nombre de questions : Comment

encourager le travail collaboratif ? Comment partager et aménager les espaces ? Quels sont les services essentiels à mettre à disposition des occupants ? Quels sont les services à forte plus-value qu'il est possible d'apporter ?

Aussi, ce chapitre présente des cas concrets d'espace de travail partagé issus de différentes régions du monde, afin de mieux appréhender la diversité des espaces existants.

CHAPITRE 3 : FORMALISER UNE OFFRE ET COMMUNIQUER

L'espace de travail partagé est un service qui impacte l'équilibre économique de la SAEI (tant dans les entrées que les sorties). L'offre proposée doit être pensée dans le cadre global de la SAEI, afin qu'elle permette une croissance harmonieuse de toute la structure. La tarification également doit être fine et doit mélanger des services gratuits ou inclus avec des services optionnels qui génèrent un coût supplémentaire.

Il est important de rassembler les co-workers et de créer et animer une communauté autour de son espace. Le client potentiel à la recherche d'un tiers lieu de travail doit être capable de vous identifier, d'être intéressé par votre offre et de comprendre rapidement les engagements respectifs. Il s'agit de formuler et de communiquer sur une offre claire et attractive, pour séduire des travailleurs en quête d'un environnement de travail convivial et professionnel.

FORMATRICE

Emmanuelle Bouiti –
Etrilabs

DUREE INDICATIVE

1,5 heures

PRE-REQUIS

Niveaux « Maîtriser les bases » ; « Devenir un expert opérationnel » et/ou « Devenir un expert stratégique »

Module 2 : Proposer des services d'accélération

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Une fois ce module complété, vous serez en capacité de :

- Comprendre les enjeux du changement d'échelle
- Comprendre comment accompagner les entreprises au changement d'échelle
- Comprendre comment mettre en place un programme/des services d'accélération

CONTENU

Un « accélérateur » est un programme offrant des services à haute valeur ajoutée aux entreprises en activité pour leur permettre de croître plus vite et de réaliser leurs fortes ambitions de développement.

Ce module de formation comprend 2 chapitres :

CHAPITRE 1 : CONNAÎTRE LES DIFFÉRENTES APPROCHES ET STRATÉGIES D'ACCÉLÉRATION

Le changement d'échelle est la phase durant laquelle l'entreprise croît de manière exponentielle, pour maximiser les valeurs économiques et sociales générées par ses activités. Cette phase est un tournant décisif dans le cycle de vie d'une entreprise : il s'agit de se déployer sur de nouveaux marchés, auprès de nouveaux clients et par conséquent augmenter fortement son activité.

Les besoins en accompagnement des entreprises en phase de changement d'échelle ne sont pas les mêmes que pour une entreprise en phase de prototypage ou en phase de

développement. Ces besoins sont couverts par un type de SAEI nommé accélérateur. L'accélérateur se caractérise par la création d'un nouveau réseau autour du promoteur, la fédération de ressources techniques spécialisées, la promotion des projets et parfois même l'investissement.

Ce chapitre définit le changement d'échelle, et pose les besoins en accompagnement d'une entreprise en changement d'échelle. Il expose les techniques d'accompagnement rapide au changement d'échelle, le tout illustré d'exemples concrets et de retours d'expériences.

CHAPITRE 2 : METTRE EN PLACE SON PROGRAMME D'ACCÉLÉRATION

Un accélérateur est souvent une structure privée, spécialisée sur un créneau de marché, et se rémunérant sur des prises de participation, ou de financement mixte. Il peut aussi d'agir d'une SAEI qui complète son offre auprès d'une cible plus mature avec un service d'accélération. Ces programmes souvent courts proposent des formations et renforcement de capacités, le développement et test de produit/service, un accompagnement à la levée de fonds, dans le but d'accélérer le développement commercial et financier de l'entreprise.

L'accélérateur se caractérise par la création d'un nouveau réseau autour du promoteur, la fédération de ressources techniques spécialisées, la promotion des projets et parfois même l'investissement.

De la sélection des entreprises à accompagner, à la mise en place d'un réseau adapté aux problématiques de

votre cible, jusqu'à l'accompagnement vers la levée de fonds, un certain nombre de process, de ressources et d'outils doivent être préalablement existants. L'accompagnement au changement d'échelle est en effet plus rapide que l'accompagnement au démarrage, notamment parce que les promoteurs sont plus expérimentés et opérationnels.

Ce chapitre présente différents modèles d'accélérateur, avec leurs atouts et faiblesses, ainsi que les stratégies qu'ils déploient, afin que l'apprenant puisse s'inspirer des modèles pertinents vis-à-vis de sa propre organisation. Il accompagne l'apprenant dans sa démarche existante ou à venir de déployer ses services d'accélération. A la fin de ce module, l'apprenant doit pouvoir présenter un plan d'action pour mettre en œuvre son service selon la stratégie et le modèle économique qu'il aura prédéfini.

FORMATRICES

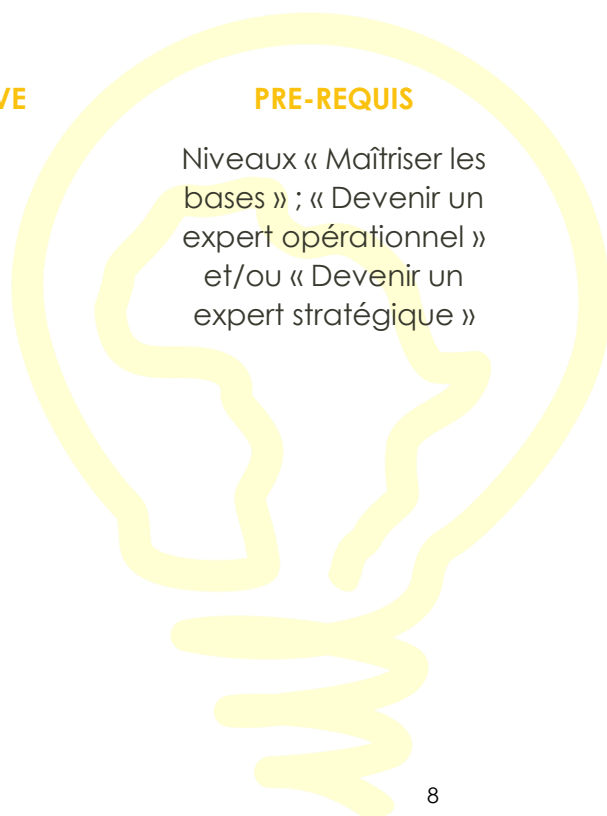
Isabelle Hoyaux &
Yoon-Joo Jee –
ScaleChanger

DUREE INDICATIVE

2,5 heures

PRE-REQUIS

Niveaux « Maîtriser les bases » ; « Devenir un expert opérationnel » et/ou « Devenir un expert stratégique »



Module 3 : Offrir des services d'incubation virtuelle

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Une fois ce module complété, vous serez en capacité de :

- Comprendre les enjeux et les spécificités de l'accompagnement virtuel
- Analyser différentes manières d'accompagner des entrepreneurs à distance
- Maîtriser des outils concrets d'accompagnement virtuel

CONTENU

Les entrepreneurs ont besoin d'interactions physiques pour développer des compétences et des réseaux. Cependant, dans certaines situations, les entrepreneurs ne peuvent pas se déplacer au sein d'un incubateur (distance géographique trop importante, besoins immobiliers spécifiques, capacités d'accueil atteintes, etc.) et dans ce cas l'incubation traditionnelle limite le type et le nombre d'entrepreneurs qui peuvent être accompagnés. Une incubation virtuelle peut alors être envisagée, mais il convient de la mettre en place selon une stratégie différenciée.

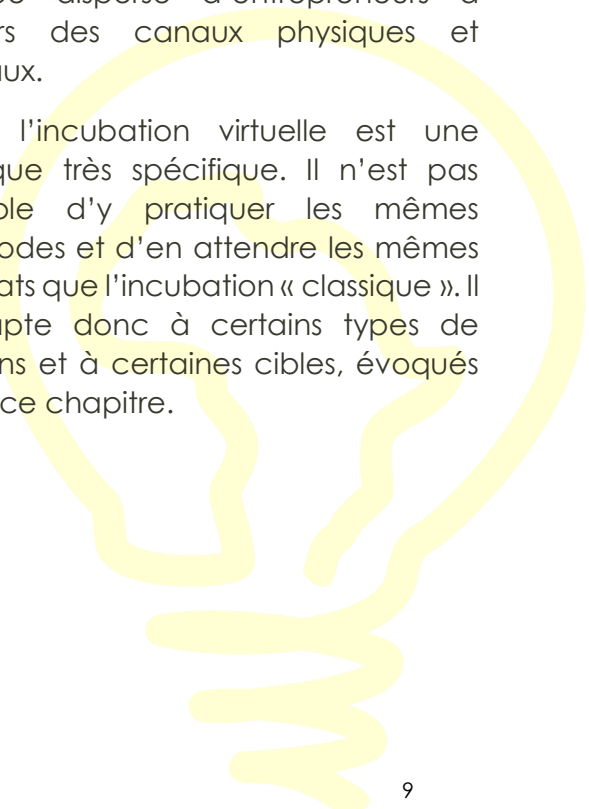
Ce module de formation comprend 6 chapitres :

CHAPITRE 1 : GENERALITES SUR L'INCUBATION VIRTUELLE

Avant toute chose, il convient de bien définir l'incubation virtuelle, et la distinguer de l'incubation « classique » mais aussi de l'incubation 100% en ligne. L'incubation virtuelle désigne l'ensemble des services et outils fournis aux entrepreneurs accompagnés, quelque soit l'emplacement géographique de ceux-ci. Un service d'incubation virtuelle n'est pas forcément associé à un bâtiment physique ou toute autre contrainte géographique ; l'ensemble des

services est mis à la disposition d'un groupe dispersé d'entrepreneurs à travers des canaux physiques et digitaux.

Ainsi, l'incubation virtuelle est une pratique très spécifique. Il n'est pas possible d'y pratiquer les mêmes méthodes et d'en attendre les mêmes résultats que l'incubation « classique ». Il s'adapte donc à certains types de besoins et à certaines cibles, évoqués dans ce chapitre.



CHAPITRE 2 : QUELQUES EXEMPLES D'INCUBATION VIRTUELLE

Les typologies identifiées d'incubation virtuelle sont diverses et variées. Selon le contexte géographique (difficulté d'accès), la cible (jeunes, femmes, ruraux, etc.), le stade de développement de l'entreprise (pré-incubation, incubation, levée de fonds), les modèles ne seront pas les mêmes.

Ce chapitre illustre ces différentes méthodologies d'accompagnement virtuel via 8 exemples concrets de programmes d'incubation virtuelle, en Afrique et à travers le monde. Il s'appuie sur une analyse des différences et des forces et des faiblesses de chacun des modèles.

CHAPITRE 3 : LE MECANISME D'INCUBATION VIRTUELLE

Au-delà de la nécessité d'avoir des collaborateurs formés à ce type d'accompagnement, l'incubation virtuelle requiert une infrastructure technique et des outils dédiés.

Ce chapitre présente les différents outils qui peuvent être mis à disposition d'entrepreneurs accompagnés

virtuellement et délimite l'accompagnement envisageable avec une telle approche. Les outils et les services qui peuvent être utilisés, à chaque étape d'incubation, de la pré-incubation à l'accélération, sont discutés, ainsi que les infrastructures requises, et les différents scénarii d'incubation.

CHAPITRE 4 : MODELES DE REVENU D'UN INCUBATEUR VIRTUEL

Plusieurs modèles de revenus sont possibles pour un incubateur virtuel : certaines sources de revenus sont spécifiques à l'incubation virtuelle (publicité, monnaie virtuelle, etc.), cependant, les modèles de revenus « traditionnels » peuvent s'appliquer également.

Il est donc essentiel d'analyser la valeur ajoutée apportée par l'incubation virtuelle pour le modèle économique et la stratégie globale de la SAEI. Des exemples de création de revenus issus de ces services sont exposés dans ce chapitre : frais d'adhésion, utilisation des services en ligne, formation, etc.

CHAPITRE 5 : DEMARRER ET MAITRISER SON MODELE D'INCUBATION VIRTUELLE

Dans le processus de mise en place de son dispositif d'incubation virtuelle, il est important d'étudier et de maîtriser les avantages et contraintes de l'environnement dans lequel évoluent les entrepreneurs. Sur cette base, la cible pourra être déterminée, ainsi que la valeur ajoutée qui lui sera proposée par vos services d'incubation virtuelle.

A la fin de ce chapitre, l'apprenant doit avoir conçu un plan d'action pour mettre en place des services d'incubation à distance. Notamment, des stratégies pour surmonter les défis de l'incubation virtuelle sont proposées : techniques pour favoriser l'implication des acteurs, le test de l'offre, le suivi éval des résultats, etc.

CHAPITRE 6 : ETUDE DE CAS

Dans ce chapitre seront exposés en profondeur deux exemples de modèles d'incubation virtuelle : les cas de Concree au Sénégal et de ActivSpaces au Cameroun.

Concree est un incubateur historiquement virtuel : il a démarré en étant virtuel et continue à l'être, même si au fur et à mesure les services deviennent de plus en plus mixtes. Concree allie un volet digital et un volet physique pour garder la relation avec les entrepreneurs et les aider le mieux possible à avancer dans leurs projets.

ActivSpaces, dont les locaux sont basés à Douala, est un incubateur historiquement « physique ». A l'inverse de Concree, ActivSpaces a développé au fur et à mesure de ses activités un canal d'incubation à distance en parallèle de ses activités en présentiel.

Ces exemples permettront d'appréhender concrètement les enjeux de la mise en place d'une activité d'incubation virtuelle, que ce soit comme activité unique ou en complément d'une activité d'incubation « classique ».

FORMATEUR

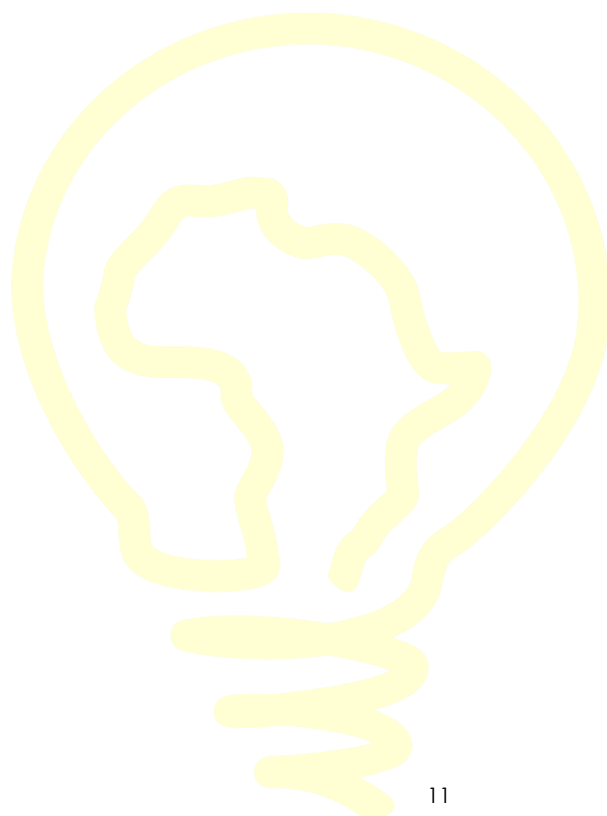
Babacar Birane –
Concree

DUREE INDICATIVE

3 heures

PRE-REQUIS

Niveaux « Maîtriser les bases » ; « Devenir un expert opérationnel » et/ou « Devenir un expert stratégique »



Module 4 : Gérer le passage à l'échelle de sa SAEI

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Une fois ce module complété, vous serez en capacité de :

- Comprendre les enjeux d'un passage à l'échelle pour une SAEI
- Connaître différentes stratégies de changement d'échelle pour une SAEI
- Structurer votre changement d'échelle de manière stratégique grâce à des outils

CONTENU

Une fois le modèle économique d'une SAEI testé et validé, le « passage à l'échelle » est envisageable. Inspiré du domaine informatique, ce terme fait référence à l'augmentation de la taille des services et / ou des bénéficiaires ciblés.

Ce module de formation comprend 2 chapitres :

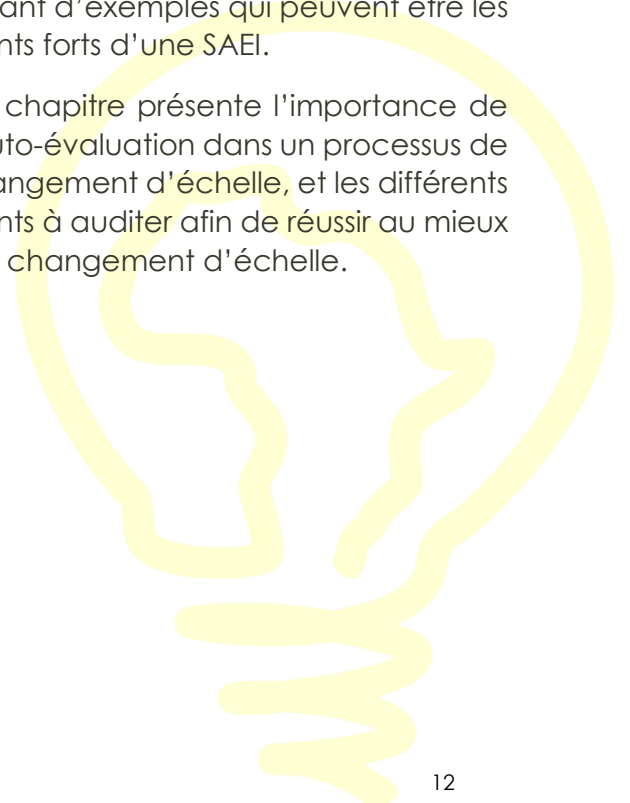
CHAPITRE 1 : DÉFINIR LES FORCES DE VOTRE MODÈLE

Le changement d'échelle peut déséquilibrer et fragiliser une structure, si cette dernière n'est pas assez forte et préparée.

Avant d'envisager de passer à l'échelle, une analyse interne est essentielle afin d'identifier ses forces en termes de compétences et de process. En effet, c'est sur elles qu'il sera plus pertinent de se baser pour faire évoluer sa structure. Qualité de l'accompagnement, positionnement

différenciant, force du réseau de partenaires, efficacité de l'organisation interne, réussite des entrepreneurs accompagnés... sont autant d'exemples qui peuvent être les points forts d'une SAEI.

Ce chapitre présente l'importance de l'auto-évaluation dans un processus de changement d'échelle, et les différents points à auditer afin de réussir au mieux son changement d'échelle.



CHAPITRE 2 : ELABORER LE MODELE FINANCIER ET ORGANISATIONNEL DE SON CHANGEMENT D'ECHELLE

Il existe de multiples stratégies de changement d'échelle pour une SAEI : duplication du modèle sur d'autres territoires (locaux, nationaux ou internationaux), augmentation importante du nombre de bénéficiaires, élargissement des services offerts, etc. En fonction de la vision des dirigeants et des forces identifiées de la structure, les modèles adoptés sont différents.

Ces évolutions impliquent des adaptations financières mais également organisationnelles. Il est

donc essentiel pour une SAEI d'anticiper les changements induits par une volonté de changer d'échelle.

Ce chapitre a pour objectif d'exposer les différentes stratégies de changement d'échelle existant, de les illustrer par des exemples concrets, et d'en présenter les forces et les faiblesses. A l'issue de ce module, l'apprenant doit pouvoir proposer une stratégie financière et organisationnelle pour changer d'échelle, à partir de l'évaluation des forces actuelles de sa SAEI.

FORMATEUR

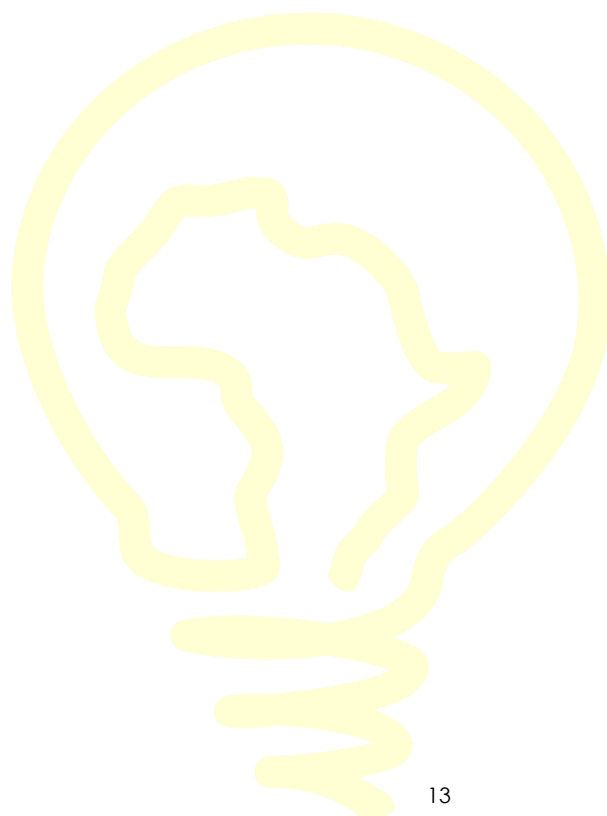
Mohamed Keïta –
Impact Hub Bamako

DUREE INDICATIVE

2 heures

PRE-REQUIS

Niveaux « Maîtriser les bases » ; « Devenir un expert opérationnel » et/ou « Devenir un expert stratégique »



Module 5 : Proposer une offre spécialisée dans l'agrobusiness

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Une fois ce module complété, vous serez en capacité de :

- Comprendre l'agro-business et ses enjeux en Afrique francophone
- Connaître les spécificités d'accompagnement d'un entrepreneur dans l'agro-business
- Expliquer les facteurs clé de succès des modèles d'incubateurs pour l'agrobusiness
- Comprendre les évolutions induites et les compétences à acquérir pour renforcer les process d'accompagnement de votre SAEI
- Accompagner des entrepreneurs de l'agro-business en recourant aux outils dédiés

CONTENU

Les enjeux de développement de l'agrobusiness en Afrique sont prioritaires, considérant la portée socio-économique et environnementale de ce secteur. Les SAEI doivent être capables de développer une offre d'accompagnement adaptée à ces entrepreneurs, pour favoriser leur émergence et leur développement.

Ce module de formation comprend 6 chapitres :

CHAPITRE 1 : CONCEPTS ET DEFINITIONS EN AGROBUSINESS

Le secteur agricole est particulièrement stratégique sur le continent, représentant en moyenne 65% des emplois et 35% des PIB nationaux. Certains entrepreneurs y voient des opportunités d'affaires, et imaginent de nouveaux modèles économiques pour lancer leurs entreprises.

Cependant, les défis associés à la conduite d'entreprises de l'agrobusiness (climat, approvisionnement saisonnier, risques réglementaires, risques de marché, etc.) sont beaucoup plus élevés que pour d'autres activités, et peuvent

fragiliser la pérennité des entreprises. Ainsi, les projets qui innovent dans ce domaine ont besoin d'un accompagnement spécifique et ciblé.

Ce chapitre permet aux apprenants d'avoir une conception et une terminologie commune de l'incubation en Agrobusiness, et de comprendre les différents modèles et services d'incubation en agrobusiness. Après une mise en contexte, il présentera Les différents types d'incubateurs en Agrobusiness, ainsi que les avantages et les inconvénients des différents modèles.

CHAPITRE 2 : CONCEPTS DE BASE DES CHAINES DE VALEUR EN AGROBUSINESS

Comprendre la notion de chaîne de valeur est essentiel si l'on souhaite accompagner des entrepreneurs dans le domaine de l'agrobusiness. Il s'agit de l'ensemble des acteurs (privés, publics, y compris les fournisseurs de services) et l'ensemble des activités à valeur ajoutée qui contribuent à apporter un produit de la phase de production au consommateur final. Dans le cas de l'agriculture, on peut parler d'un ensemble de processus et de flux « de la ferme à la table ».

Les SAEI en Agrobusiness doivent être en mesure de diagnostiquer les déficiences des capacités compétitives au sein des chaînes et d'aider leurs incubés dans la résolution de problèmes au niveau de la conception et la gestion de la chaîne de valeur.

Ce chapitre présente les concepts de chaîne d'approvisionnement, chaîne de valeur, ainsi que les stratégies pour renforcer ces dernières et mettre en place un écosystème favorable aux chaînes de valeur.

CHAPITRE 3 : LE MARKETING EN AGROBUSINESS

L'objectif principal de tout SAEI en agrobusiness est de soutenir le développement des start-ups en incubées en entreprises commerciales rentables et durables. Pour ce faire, il doit former ses incubés aux techniques du marketing de l'agrobusiness. Comment ajouter de la valeur au marché ? Comment apporter de la différenciation ?

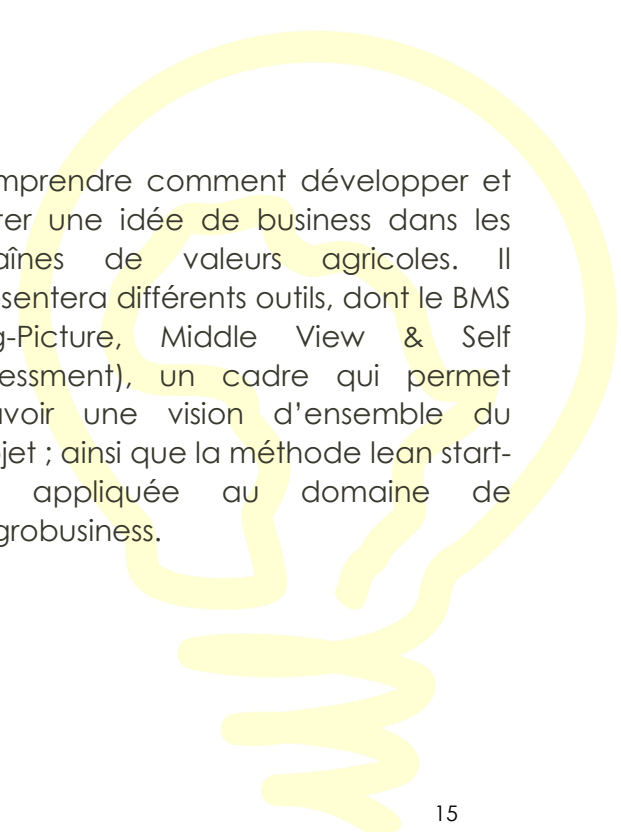
Ce chapitre devra permettre à l'apprenant de comprendre les enjeux pour les start-ups de déterminer les opportunités de marché en agrobusiness, et de maximiser les opportunités pour les incubés en faisant un mix des connaissances du secteur d'activités, de la créativité et de la fibre entrepreneuriale.

CHAPITRE 4 : L'AGROBUSINESS ET LES TICS

Les chaînes de valeurs agricoles offrent de nombreuses possibilités d'affaires en utilisant les TIC. Cependant, les start-ups rencontrent de nombreux challenges : le manque de liens avec les institutions financières et gouvernementales existantes, le manque de connectivité qui empêche les bénéficiaires d'avoir accès au service à valeur ajoutée, etc.

Ce chapitre a pour objectif de permettre aux apprenants de

comprendre comment développer et tester une idée de business dans les chaînes de valeurs agricoles. Il présentera différents outils, dont le BMS (Big-Picture, Middle View & Self Assessment), un cadre qui permet d'avoir une vision d'ensemble du projet ; ainsi que la méthode lean start-up appliquée au domaine de l'Agrobusiness.



CHAPITRE 5 : CHALLENGES ET SOLUTIONS DES SAEI DANS LE DOMAINE DE L'AGROBUSINESS

Les contraintes et enjeux spécifiques du domaine agricole et agroalimentaire en Afrique donne lieu à des typologies d'accompagnement spécifiques. Ainsi, certaines structures ont spécialisé leur accompagnement sur ces métiers. Quelles sont les compétences de base d'une SAEI œuvrant dans l'Agrobusiness ? Comment la SAEI construit un réseau actif et de collaboration ? Comment la SAEI

créée-t-elle une proposition de valeur unique ou un avantage concurrentiel ?

Ce chapitre présente les principaux défis auxquels font face ses SAEI, les phases de développement, ainsi que la gestion du risque. A l'issue de ce chapitre, l'apprenant devrait être en mesure de savoir établir un plan d'action stratégique pour accompagner des start-ups en agrobusiness.

CHAPITRE 6 : LES MEILLEURES PRATIQUES DES SAEI DANS LE DOMAINE DE L'AGROBUSINESS

Au-delà des compétences de base nécessaires à tout chargé d'accompagnement d'une SAEI, les entrepreneurs évoluant dans l'agro business ont besoin de compétences techniques spécifiques. Certaines notions comme les chaînes de valeur, les certifications, les réglementations, les normes, ou encore les questions traçabilité sont propres à ces entreprises et nécessitent un appui spécifique.

Ce dernier chapitre présente les meilleures pratiques de l'incubation dans le domaine de l'agrobusiness, à travers 6 exemples concrets de SAEI œuvrant dans ce secteur. La mise en œuvre de ces bonnes pratiques au sein des SAEI doit favoriser le développement d'entreprises compétitives et responsables dans le secteur.

FORMATEURS

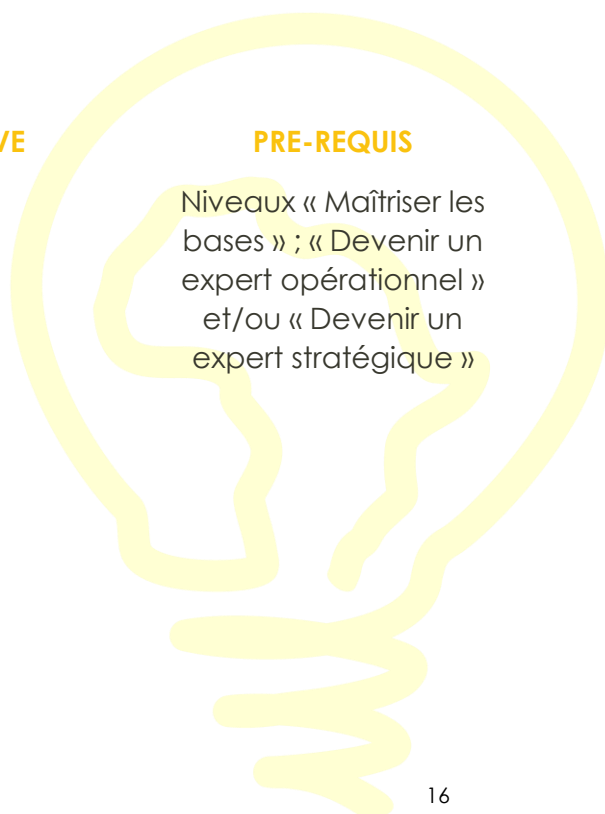
Cheick Diarra – Mali
Agribusiness Incubation
Hub

DUREE INDICATIVE

3 heures

PRE-REQUIS

Niveaux « Maîtriser les bases » ; « Devenir un expert opérationnel » et/ou « Devenir un expert stratégique »



Module 6 : Proposer une offre spécialisée dans les TIC

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Une fois ce module complété, vous serez en capacité de :

- Comprendre les entreprises numériques et leurs enjeux en Afrique francophone
- Connaître les spécificités d'accompagnement d'un entrepreneur numérique
- Comprendre les évolutions induites dans les process d'accompagnement de votre SAEI
- Identifier et accompagner des entrepreneurs dans les TIC

CONTENU

L'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) s'étend rapidement en Afrique. De nombreux entrepreneurs y voient des opportunités d'innovation et de création de valeur, pour créer de nouvelles entreprises ou développer de nouveaux services au sein d'entreprises existantes.

Ce module de formation comprend 3 chapitres :

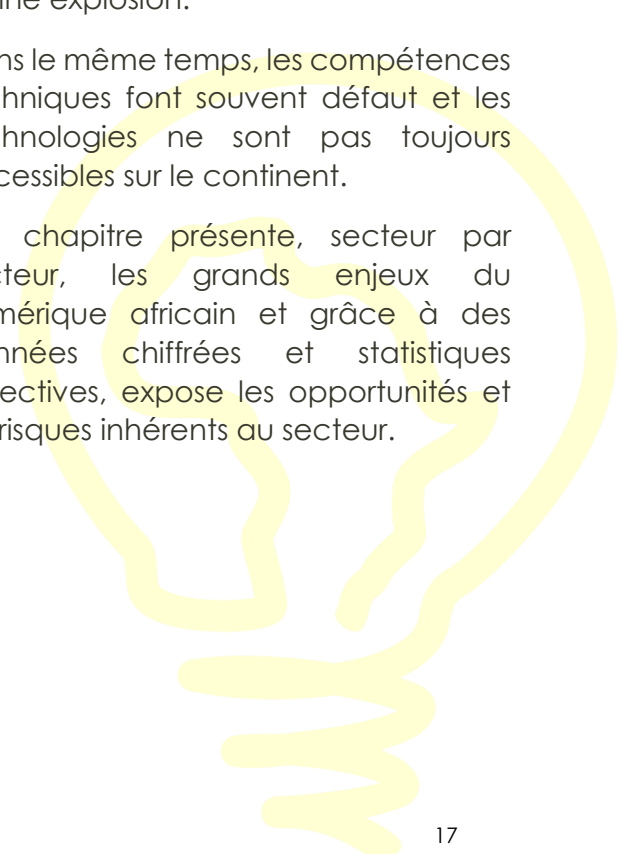
CHAPITRE 1 : CONNAÎTRE LES ENJEUX DU NUMÉRIQUE EN AFRIQUE FRANCOPHONE

L'économie numérique se développe de manière très spécifique en Afrique, où les infrastructures dites « de base » font souvent défaut. Dès lors, le numérique apparaît comme une solution alternative pour de nombreux acteurs publics et privés, qui cherchent à s'en saisir et développer des projets d'envergure. Ces solutions numériques sont à la fois envisagées pour répondre à des besoins exprimés par les populations les moins favorisées du continent et pour répondre aux

attentes d'une classe moyenne en pleine explosion.

Dans le même temps, les compétences techniques font souvent défaut et les technologies ne sont pas toujours accessibles sur le continent.

Ce chapitre présente, secteur par secteur, les grands enjeux du numérique africain et grâce à des données chiffrées et statistiques objectives, expose les opportunités et les risques inhérents au secteur.



CHAPITRE 2 : FÉDÉRER LES BONNES COMPÉTENCES ET MAÎTRISER LES OUTILS SPÉCIFIQUES DE L'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES NUMÉRIQUES

Au-delà des compétences de base nécessaires à tout chargé d'accompagnement, le domaine des TIC requiert des connaissances et des compétences techniques spécifiques, afin de conseiller et accompagner efficacement l'entrepreneur.

Tout d'abord, le chargé d'accompagnement doit pouvoir identifier de quel type d'entreprise numérique il s'agit : automatiseurs, transformateurs sociaux, intégrateurs, challengers seront ici détaillés. Il doit également connaître les différentes étapes de développement d'une entreprise numérique, afin de pouvoir fournir l'accompagnement le plus adapté.

De même, certaines compétences clés requises dans une startup TIC sont spécifiques au secteur : l'aspect produit, et l'aspect design notamment

sont cruciaux. Ainsi, l'accompagnement d'entreprises numériques requiert une connaissance solide de ces métiers nouveaux.

A l'image des LabFab, certaines organisations technologiques permettent par ailleurs d'appuyer les entrepreneurs sur du développement ou du prototypage d'outil. Le développement d'une offre spécialisée dans les technologies numériques implique la mobilisation de nouveaux partenaires pour une SAEI.

Ce chapitre présente les principaux axes d'accompagnement d'entreprises numériques, pour réussir au mieux la mission d'accompagnement. Leur mise en œuvre au sein des SAEI doit favoriser le développement d'entreprises compétitives dans le secteur.

CHAPITRE 3 : FINANCER LES ENTREPRISES TIC

Les entreprises numériques sont souvent considérées comme des potentiels très importants de croissance rapide, et attirent donc des investisseurs spécialisés. Cependant, les acteurs qui financent des entreprises innovantes sont peu en Afrique de l'Ouest, poussant d'autres acteurs moins traditionnels à développer des méthodes de financement innovantes, et les startups à se tourner vers des

sources de financement moins conventionnelles.

Ce chapitre présente des mécanismes de financement et des acteurs qui sont particulièrement intéressés par les entreprises du numérique en Afrique. Il revient également sur le rôle central de la SAEI dans l'appui à la recherche de financements de ses entreprises numériques innovantes.

FORMATEURS

Ulrich Sossou –
Etrilabs/TekXL

DUREE INDICATIVE

2,5 heures

PRE-REQUIS

Niveaux « Maîtriser les bases » ; « Devenir un expert opérationnel » et/ou « Devenir un expert stratégique »

Module 7 : Proposer une offre spécialisée en entrepreneuriat social et solidaire

Disponible bientôt !

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Une fois ce module complété, vous serez en capacité de :

- Comprendre l'entrepreneuriat social et solidaire et ses enjeux en Afrique francophone
- Connaître les spécificités d'accompagnement d'un entrepreneur social
- Comprendre les évolutions induites dans les process d'accompagnement de votre SAEI
- Identifier et accompagner des entrepreneurs sociaux et solidaires avec des outils dédiés

CONTENU

L'entrepreneuriat social est une manière d'entreprendre de plus en plus répandue dans le monde, bien que formalisée récemment. Les entrepreneurs sociaux ont un profil particulier, qui ne s'accompagne pas de la même manière qu'un entrepreneur classique. Ainsi, certaines SAEI se spécialisent sur cette cible.

Ce module de formation comprend 5 chapitres :

CHAPITRE 1 : CONNAÎTRE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL ET SOLIDAIRE

Entreprendre pour changer le monde : tel est l'objectif d'un entrepreneur social. Porteur d'une vision de société très engagée, l'entrepreneur social utilise l'entreprise pour impacter positivement la société et / ou l'environnement. Son principal défi réside donc dans sa capacité à allier impact social et rentabilité économique.

Ce chapitre présente le cadre théorique de l'entrepreneuriat social et solidaire, en expose les fondements et l'histoire. Il explique également en quoi ces mécanismes peuvent être considérés comme des clefs intéressantes de développement en Afrique francophone. Enfin, il permet à l'apprenant de comprendre la distinction entre un entrepreneur dit classique et un entrepreneur social.

CHAPITRE 2 : IDENTIFIER LES ENTREPRENEURS SOCIAUX

En Afrique francophone où le taux de chômage est très élevé, le fait de créer de l'emploi n'est pas suffisant pour se considérer comme un « entrepreneur social ». Les entrepreneurs sociaux se caractérisent par leur engagement et par leur ambition de prioriser l'atteinte d'un objectif social. Dès lors, comment identifier les entrepreneurs sociaux ? Comment les trouver ? Comment les attirer ?

Ce chapitre présente les stratégies propres à une SAEI spécialisée en entrepreneuriat social et solidaire pour se positionner clairement et se faire connaître dans son écosystème. Il propose également des méthodes d'identification de porteurs de projet, adaptées aux entrepreneurs sociaux.

CHAPITRE 3 : MAÎTRISER LES OUTILS SPÉCIFIQUES DE L'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRENEURS SOCIAUX

Par leur positionnement particulier, les entrepreneurs sociaux ne s'accompagnent pas de la même manière que les autres. En effet, leurs ambitions sociales transforment leur modèle économique, leur rapport aux clients et aux bénéficiaires, leurs méthodes de communication et distribution ainsi que les partenariats qu'ils envisagent. Dès lors, l'accompagnement évolue et utilise

des outils adaptés à ces contraintes et ambitions particulières.

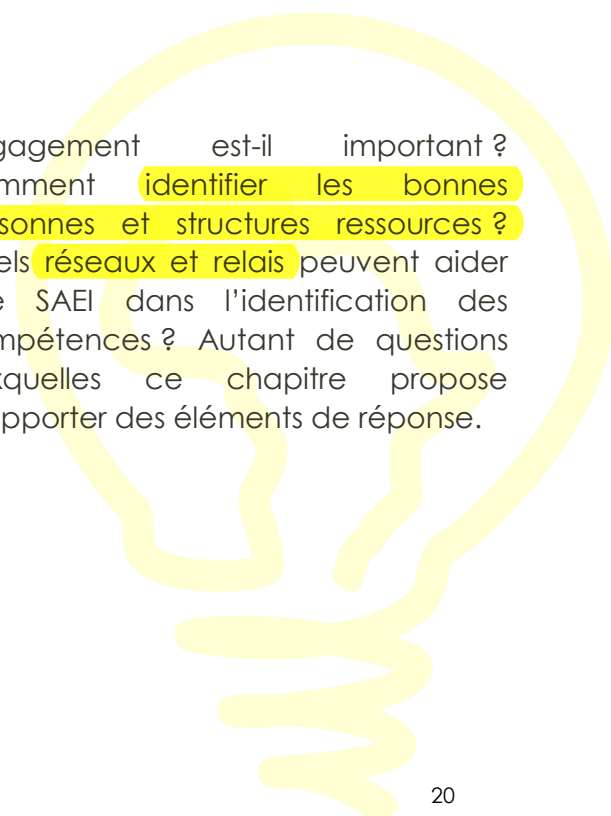
Ce chapitre présente comment adapter ses outils d'accompagnement aux entrepreneurs sociaux afin de leur permettre d'atteindre leurs missions sociale et économique. Enfin, il présente différentes SAEI spécialisées dans l'accompagnement d'entreprises sociales et solidaires.

CHAPITRE 4 : FÉDÉRER LES BONNES COMPÉTENCES

Comme pour tout programme d'accompagnement, de nombreuses parties prenantes sont fédérées autour des entrepreneurs sociaux.

Dans quelle mesure leur connaissance de l'entrepreneuriat social est-elle importante ? Dans quelle mesure leur

engagement est-il important ? Comment identifier les bonnes personnes et structures ressources ? Quels réseaux et relais peuvent aider une SAEI dans l'identification des compétences ? Autant de questions auxquelles ce chapitre propose d'apporter des éléments de réponse.



CHAPITRE 5 : FINANCER LES ENTREPRISES SOCIALES

Les entreprises sociales ont diverses stratégies de financement envisageables, et de plus en plus de mécanismes dédiés se développent. Par leur potentiel d'impact, les entreprises sociales peuvent avoir accès à certaines subventions, mais pas seulement. Financement participatif engagé, fonds d'investissement à impact, prêts solidaires ... sont autant de solutions

adaptées, qui nécessitent une approche et des outils de mesure de la performance spécifiques.

Ce chapitre présente différentes solutions de financement de l'entrepreneuriat social et met à disposition des apprenants des conseils pratiques pour constituer des dossiers de financement.

FORMATRICES

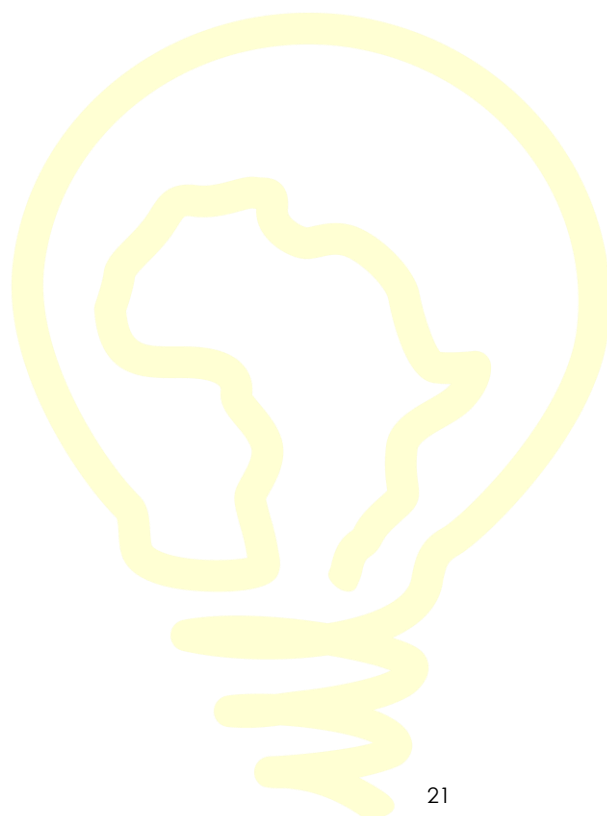
Lisa Tietiembou Barutel
– La Fabrique & Isabelle
Hoyaux –
ScaleChanger

DUREE INDICATIVE

A déterminer

PRE-REQUIS

Niveaux « Maîtriser les bases » ; « Devenir un expert opérationnel » et/ou « Devenir un expert stratégique »



Afric'innov

COMMUNAUTÉ D'INCUBATEURS

Retrouvez l'ensemble des formations disponibles et le calendrier des prochaines sessions (en présentiel et en ligne) sur la plateforme Afric'Innov

www.africinnov.com

Contact : hello@africinnov.com ou +33 (0)1 48 02 79 43

