



## Séminaire de Formation des Formateurs pour la Gouvernance de l'Internet



*Entrepreneuriat numérique, un moteur pour la  
croissance économique*



Yves MIEZAN EZO



# Agenda

---

1. Introduction
2. L'économie de l'Internet et les acteurs
3. L'entreprise numérique
4. Ecosystème numérique en Afrique francophone
5. Stratégie d'entreprise
6. Finance & budgets prévisionnels



# Introduction

---



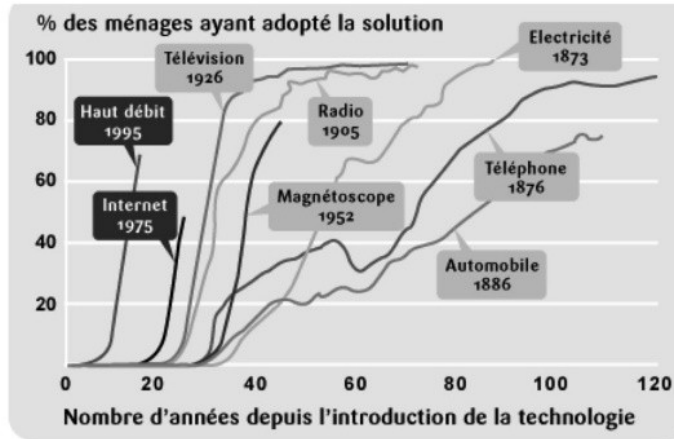
## Contexte

- L'industrie logicielle connaît depuis les années 60 un développement important, accompagnant d'abord la révolution informatique puis le développement d'Internet.
- Ce secteur s'est concentré autour de quelques acteurs majeurs vendant des licences et des services
- Au nom de la propriété intellectuelle, ces acteurs ont développé nombre de systèmes de protection de leurs œuvres.
- Depuis quelques années, un autre modèle de développement logiciel fait surface : une communauté de programmeurs bénévoles dispersée dans le monde entier et reliée par l'Internet a développé des logiciels concurrents à l'origine de nouveaux modèles économiques.
- Comment expliquer le succès de modes de développement apparemment désorganisé ?
- Comment expliquer la performance de ces logiciels ?



## Révolution numérique

### 1. La révolution la plus rapide de l'histoire





## *Possibilités offertes*

Le support d'Internet, du téléphone, de la télévision, du courrier, ... Vecteur de la connaissance et des cultures

**21ème siècle** = ère de la communication

**Disponibilité de l'information et de la connaissance**



# *L'économie de l'Internet et les acteurs*

---



- Le numérique reste un secteur très porteur. L'irrésistible ascension des technologies et leur omniprésence dans notre quotidien fait de l'industrie du numérique un vecteur d'emplois.
- Il est question, dans les pays francophones du Nord, d'accentuer l'impact du numérique sur la croissance, et, pour les pays francophones du Sud, de capitaliser sur les savoirs et les connaissances pour développer une industrie du numérique.
- La gouvernance d'Internet est l'élaboration et l'application conjointes, par les États, le secteur privé et la société civile, dans le cadre de leurs rôles respectifs, de principes, normes, règles, procédures de prise de décision et programmes propres à façonner l'évolution et l'usage d'Internet (selon la définition donnée par le groupe de travail sur la gouvernance d'Internet du Sommet mondial sur la société de l'information).
- **Internet : le centre d'enjeux économiques, politiques, culturels et sociaux.**
- Dans cet environnement, **le nom de domaine national**, ressource vitale, met le gestionnaire de noms au cœur des dispositifs nationaux de la souveraineté numérique.

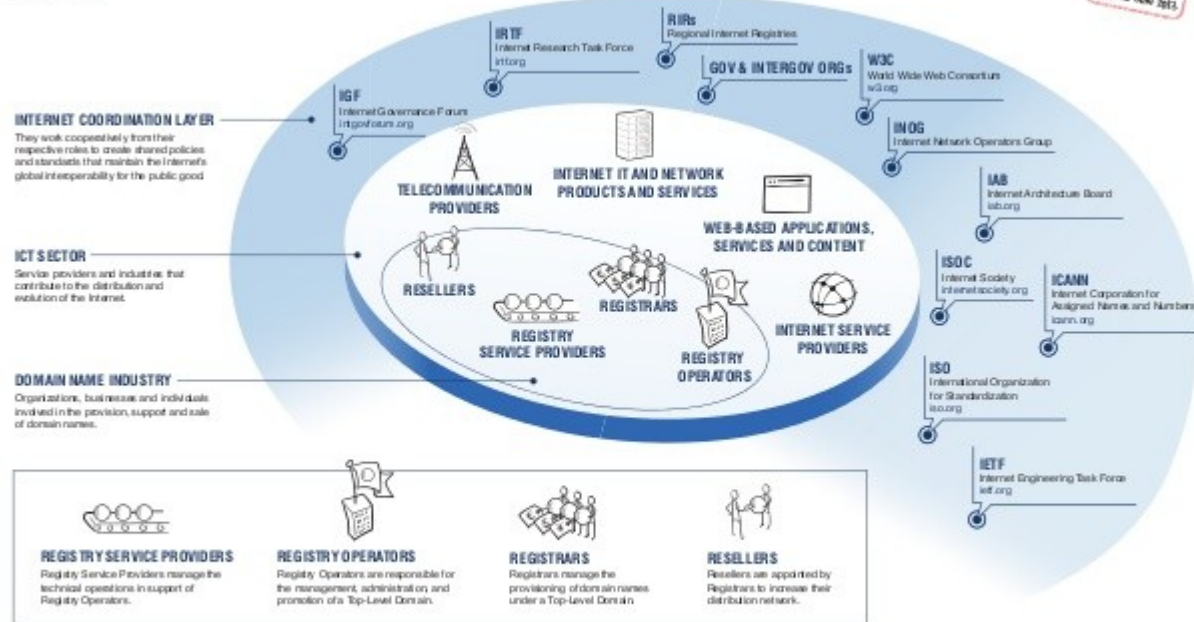




# THE DOMAIN NAME INDUSTRY

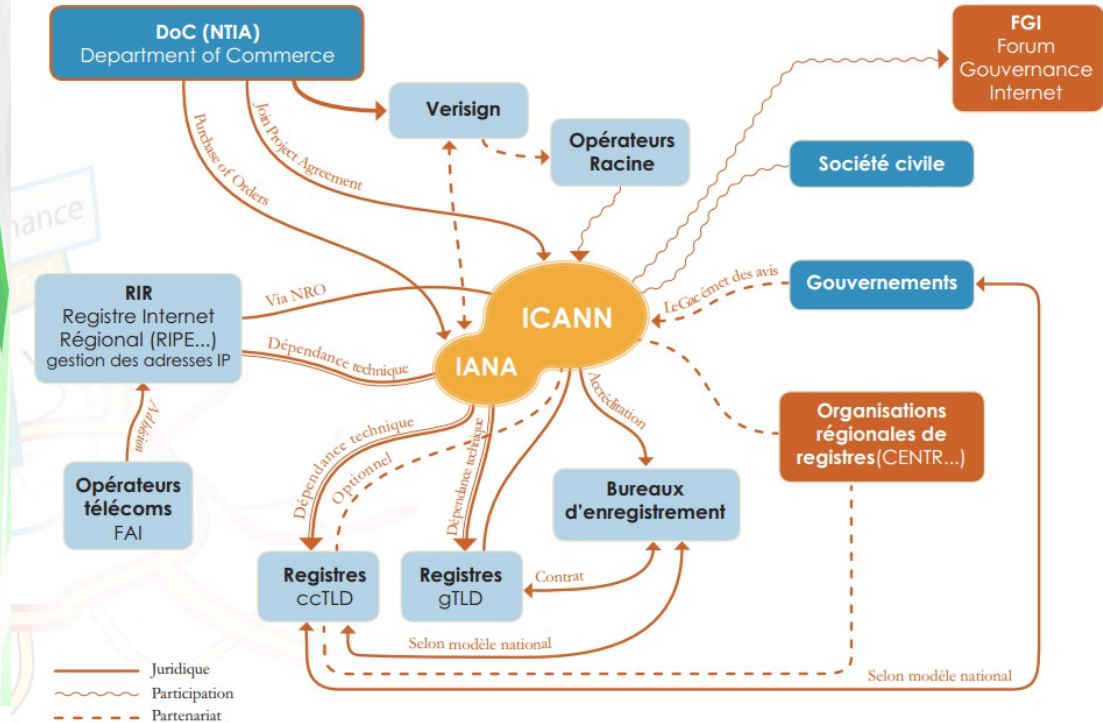
## ECOSYSTEM

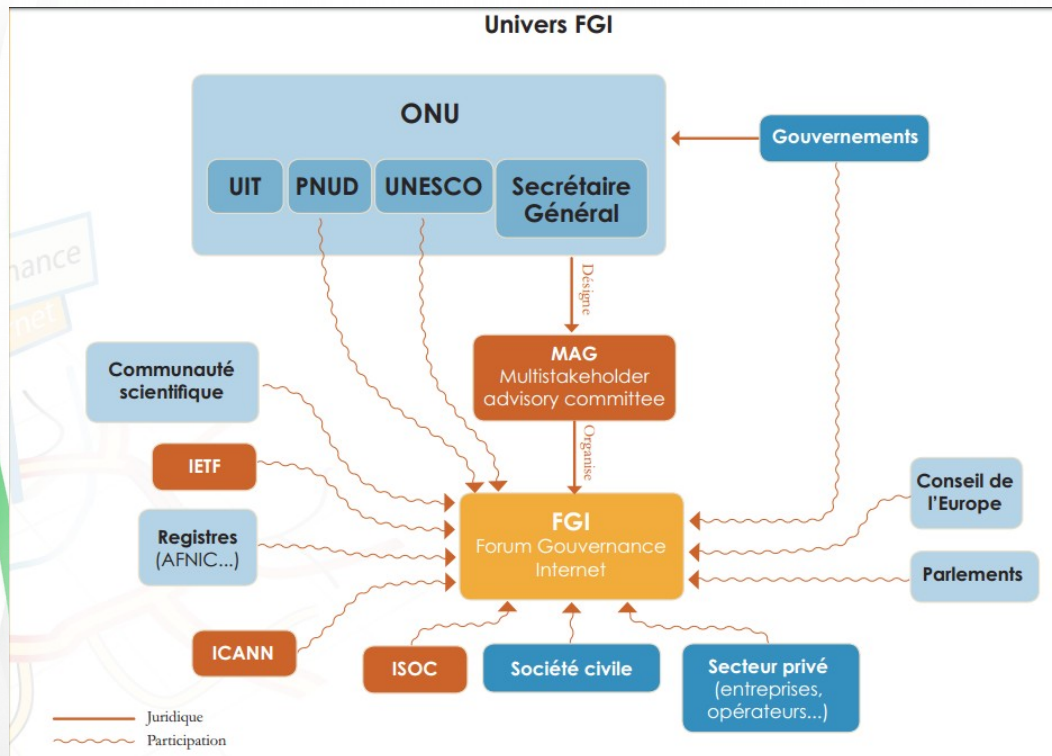
VERSION  
1.1 20 JUN 2013





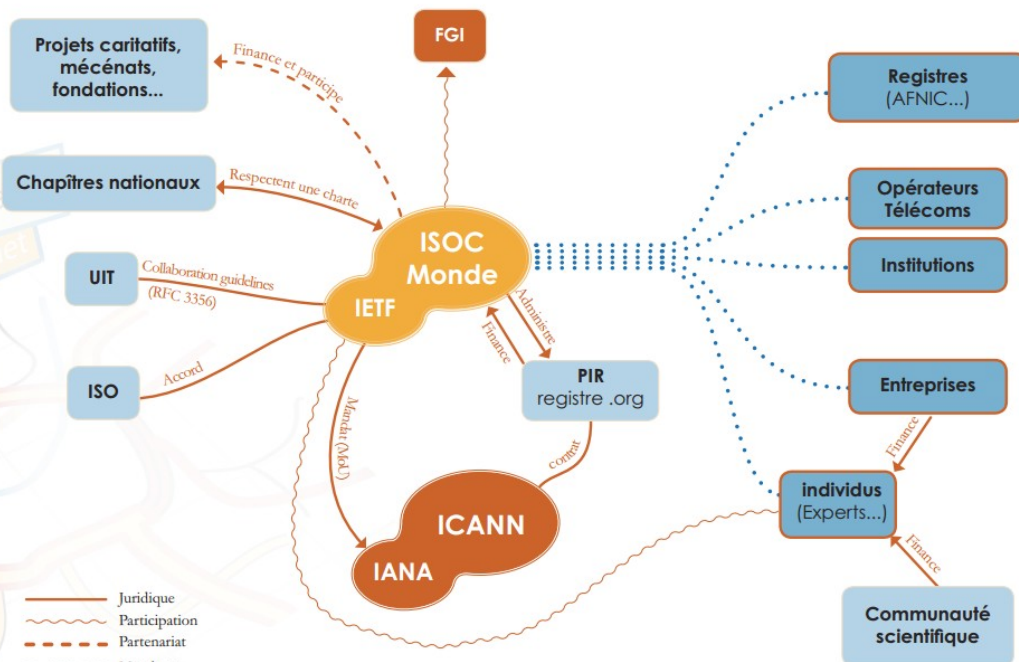
## Univers ICANN







## Univers ISOC





# *L'entreprise numérique*

---



## Définition



**Qui sait définir l'entreprise numérique ?**



## Définition

- unité institutionnelle, mue par un projet décliné en stratégie et/ou en politiques et plans d'action, dont le but est de produire et de fournir des biens ou des services à destination d'un ensemble de clients ou usagers
- Unité économique de production de biens ou de services à but commercial
- Plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources courantes.





## Définition

- Ensemble organisé de ressources (matériels, logiciels, personnel, données et procédures) permettant de collecter, regrouper, classer, traiter et diffuser de l'information dans un environnement donné.
- Utilisation combinée de moyens informatiques, électroniques et de procédés de télécommunication selon des besoins et les intentions exprimés
- Automatisation et dématérialisation de toutes les opérations incluses dans les activités ou procédures d'entreprise.





- **Système d'information = enjeu stratégique**
  - Indispensable et incompris
    - Cf. terminologies, termes, sigles incompréhensibles pour les non initiés,
    - Cf. appréciations entre solutions technologiques concurrentes...
- **Système d'information = création de valeur ajoutée**
  - stimulation de la créativité , qualité des échanges, collaboration
  - optimisation des flux
  - **Générateur de performance**



- **L'accélération des usages** personnels et professionnels **des technologies de l'information** transforme les **modèles de création de valeur**.
- Penser l'**entreprise numérique**, c'est d'abord **penser de quelle façon le numérique peut contribuer à la compétitivité du modèle d'affaires**.
- **Conséquences :**
  - 1000 ans à l'humanité pour assimiler l'écriture, 100 ans le livre et 10 ans internet.
  - La **digitalisation** de l'entreprise induit :
    - Le passage d'une économie de la propriété à une **économie de l'usage**.
    - Le passage d'une une logique individualiste à une **économie de socialisation**.



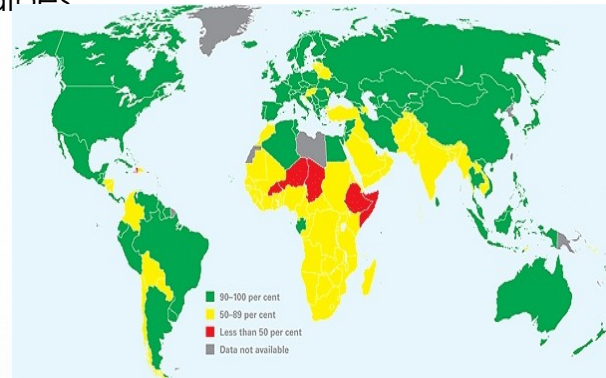
# Écosystème Numérique en Afrique francophone

---



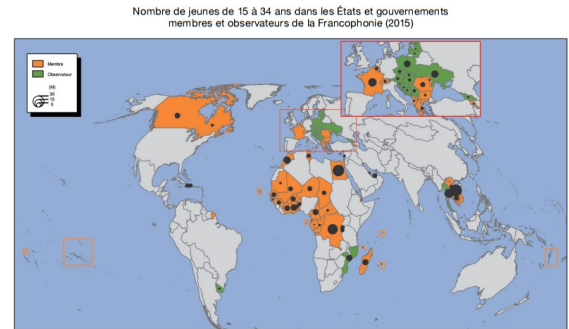
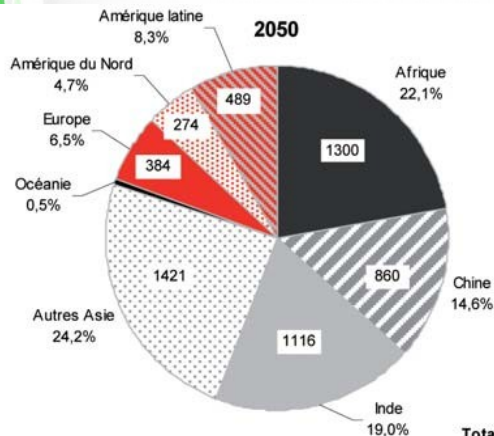
## Pour l'Afrique

- **70% de la population mondiale**
- +5 milliards d'habitants (Chine, Pakistan, Nigeria, Bangladesh, Indonésie, Inde)
- **45% de la population à moins de 15 ans**
- 44% en Afrique,
- 35% en Asie, Amérique Latine, Caraïbes





- L'Afrique reprend un rythme de croissance moyen de l'ordre de 5%/an
- En 2050, l'Afrique représentera 25% de la population mondiale active
- En 2050, la classe moyenne africaine représentera 17 à 20% d'une population totale de 1,5 milliards de personnes → société de consommation plus alerte
- En Afrique (2011) 40% de la population a moins de 15 ans, 56% a entre 15 et 64 ans et 3% est au delà de 65 ans





- Pour accompagner cet essor démographique et pérenniser l'action sociale, les états ont vocation à créer un cadre favorable au développement de leurs écosystèmes sociaux, techniques et industriels en mettant l'accent sur les écosystèmes numériques :
  - infrastructures solides et un maillage territorial à coûts abordables,
  - politique favorable au développement des jeunes pousses, visant l'essor d'une industrie numérique nationale
  - une société de l'information construite et multi-partite
  - une réforme des textes, un cadre légal et réglementaire particulier aux noms de domaine....
- **Conséquences :** la **confiance dans l'économie numérique** devient un **facteur clé de succès** dans la recherche de facilitations des transactions électroniques, de lutte contre la cybercriminalité, ou encore de protection des données à caractère personnel et de protection du consommateur.



# Stratégie

---





# Analyse stratégique SWOT



- L'analyse SWOT est un outil d'audit marketing de l'entreprise et de son environnement concurrentiel. C'est la première étape de la démarche d'analyse marketing. Elle aide votre entreprise à se concentrer sur les questions clés.

SWOT pour Strengths (S – forces), Weaknesses (W – faiblesses), Opportunities (O – opportunités), Threats (T – menaces).

Les forces et les faiblesses sont les **facteurs internes** à votre entreprise.

- Identifier son cœur de métier
  - Identifier ses forces et les facteurs clé de succès
  - Identifier les zones d'opportunités
  - Identifier les domaines et axes d'amélioration
  - Analyser en permanence son marché
- 
- SWOT est un **outil** au service de sa stratégie d'entreprise
  - La stratégie d'entreprise est le plan d'action sur le long terme visant un objectif ou plusieurs objectifs particuliers







- Avec l'approche SWOT vous allez :
  - Examiner les potentialités marché
  - Identifier les risques sur votre marché
  - Identifier les tendances marché et les menaces potentielles sur l'entreprise
  - Apprécier la concurrence
  - Identifier les forces internes ainsi que les faiblesses de votre organisation, qu'il s'agisse de vous même, des collaborateurs, des produits/services
- Quels obstacles rencontrez-vous?
- Que font vos concurrents?
- Quelles sont les barrières à l'entrée ? Quelles sont les normes de qualité ou les spécifications nécessaires ?
- Quel est le poids de l'évolution technologique sur mon métier ?
- Mes finances me permettent elles de d'adresser ce marché ?
- ...





### Résumé du champ pour CLR3

Votre pays dispose t il d'une direction nationale dédiée à la gouvernance de l'Internet et aux axes associés ?

Réponse

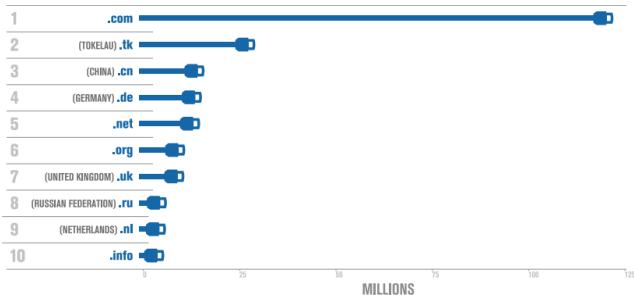
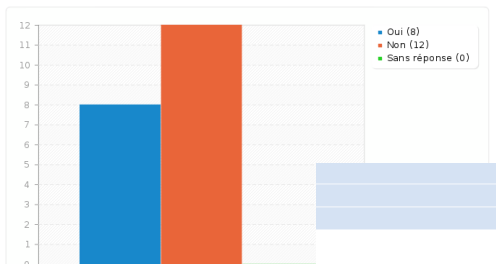
Décompte

Pourcentage

Oui (Y) 8

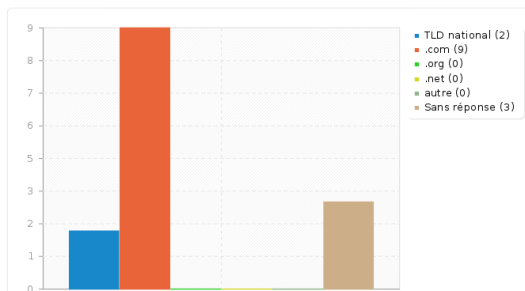
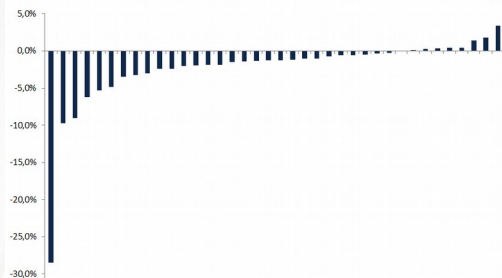
Non (N) 12

Sans réponse 0



.com (A2)	9	64.29%
.org (A3)	0	0.00%
.net (A4)	0	0.00%
autre (A5)	0	0.00%
Sans réponse	3	21.43%

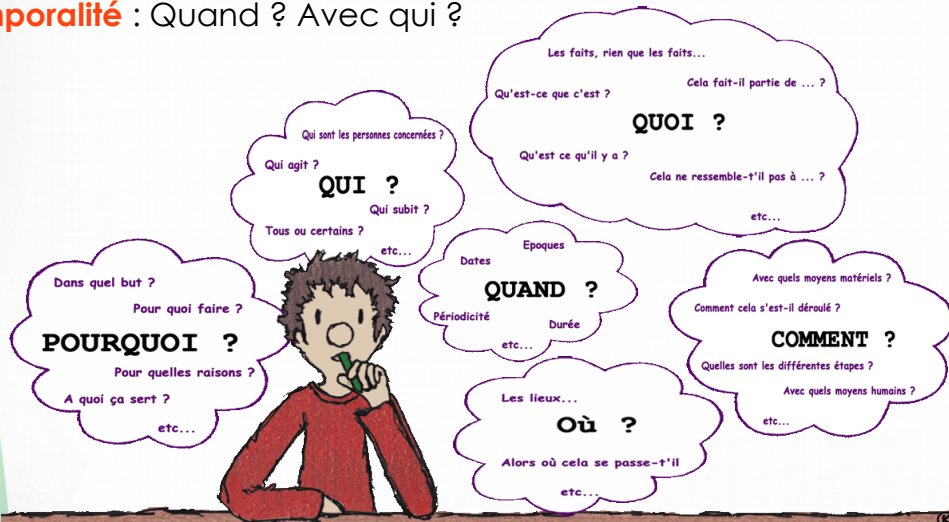
### Évolution des taux de création (en points) en 2015







- **Cibles** : Qui ? Où ? Comment ?
- **Opportunités** : Quelles chance de réussite ? Quel taux ?
- **Finances** : Quels budgets ? Comment les gérer ?
- **Canal** : Online ? Offline ? Les deux ?
- **Temporalité** : Quand ? Avec qui ?





- **Cibles** : Le **bon message vers les bonnes personnes** → la communication n'est que l'interpellation
- **Opportunités** : La **transformation** étant conditionnée par l'information et la force de conviction
- **Finances** : L'optimisation des budgets passe donc par la **mesure** et l'**observation**
- **Canal** : Online ? Offline ? Les **deux** ? Mesurer l'impact Web Ranking, Monitoring Social, emailing, mobile...







## *Finances & Budget*

---







- Pour **déterminer l'équilibre financier et commercial** d'un projet, convaincre les banques, les investisseurs, le **business plan** est le meilleur **atout**. **Le préparer, c'est répondre à des questions :**
  - **De combien ai-je besoin** pour me lancer : Question récurrente et prédominante...







- **Mais avez-vous répondu à :**

- Taille de votre marché ? Est-il local, national, mondial ?
- Nombre de client potentiels ?
- Quelle concurrence sur ce marché ? pénurie ou excès d'offre ?
- Qui sont les concurrents ? La concurrence : frontale, partielle, avec une offre existante ?
- De nouveaux acteurs peuvent-ils apparaître à brève échéance ?
- Pouvez-vous facilement vous différencier et trouver une position de " niche " ?
- Cible B to B - sous-traitance, en relation avec la grande distribution - ou B to C (business to consumer) - en relation directe avec le consommateur final ?
- Offre en phase avec les attentes du marché ?



- **Mais avez-vous répondu à :**

- Critères d'achat des clients ? Clients fidèles ? Clients captifs ?
- Quels sont les bénéficiaires clients de mon offre ?
- Combien d'années d'expérience du secteur faut-il pour être crédible auprès de vos clients ?
- Votre savoir-faire vous donne-t-il un réel avantage ?
- Où se crée la valeur ajoutée dans la filière ?
- Quel est le poids des différents acteurs (clients, fournisseurs, sous-traitants, autorités réglementaires...) ?
- Comment évoluent les prix ?
- Les changements réglementaires et les normes risquent-ils de rendre plus complexes et plus coûteux le démarrage et l'exercice de votre activité ?
- Qui sont vos fournisseurs ? Sont-ils nombreux ? Concentrés ? Est-il facile d'en changer ?



- **Une fois ces premières questions résolues :**
  - Avez-vous déjà dirigé une entreprise ou un centre de profit ?
  - Êtes-vous formé au management ?
  - Votre environnement peut-il faciliter la réalisation de votre projet ? Avez-vous du soutien ?
  - Combien de contacts " activables " ?
  - Connaissez-vous une personne avec qui vous pouvez faire régulièrement le point sur l'avancement de votre projet ?
  - Avez-vous rencontré une association de créateurs et d'accompagnement ?
  - Êtes-vous prêt à faire des sacrifices financiers par rapport à votre rémunération actuelle ?
  - Quels seront vos besoins financiers dans les prochaines années (emprunts, scolarité des enfants...) ?



- **Puis :**

- Disposez vous d'une équipe " soudée ", complémentaire, expérimentée ?
- Les compétences clés pour la réussite de votre projet y sont-elles représentées ?
- A défaut, pouvez-vous compter sur des partenaires extérieurs ?
- Vos objectifs sont-ils compris et partagés par tous ?
- Avez-vous prévu et organisé la fidélisation de vos " hommes clés " ?





- Enfin challenger vos impressions et déductions :
  - Savez-vous à quels types de clients vous allez vous adresser ?
  - Votre marché est-il segmenté ?
  - Avez-vous défini des cibles prioritaires ?
  - Quels moyens commerciaux mettre en œuvre ?
  - Votre processus de commercialisation est-il défini ?
  - Comment allez-vous organiser votre force de vente ?
  - Avez-vous prévu un système de prévision et de reporting ?
  - Vous faut-il une fonction marketing ?
  - Quel budget de communication ?
  - De quels outils de communication disposez-vous ?



- Ne pas oublier :
  - Une protection juridique (licence, brevet, marque...) ?
  - Votre solution peut-elle s'imposer comme un standard dans le secteur ?
  - Votre innovation risque-t-elle d'être rapidement dépassée ?
  - Avez-vous chiffré vos besoins de recherche-développement ?
  - Production interne et sous-traitance ?





- Et clôturer par :
  - Quel est votre besoin financier global ? quelle répartition entre capitaux propres et endettement ?
  - Votre business est-il générateur ou consommateur de cash ?
  - Quels seront vos besoins de trésorerie en première année d'activité ?
  - Quel délai d'encaissement des clients ? Pourrez-vous obtenir des fournisseurs des délais de paiement ?
  - Au bout de combien de mois vos flux de trésorerie seront-ils, de manière récurrente, positifs ?
  - Quel est le montant prévisionnel de votre besoin de financement cumulé avant d'atteindre le point mort en trésorerie ?
  - Quand pensez-vous atteindre le seuil de rentabilité ?
  - La rentabilité dégagée à 3/5 ans est-elle suffisante ?











*Merci*

---

Yves MIEZAN-EZO

Ministère de la Communication, de l'Économie Numérique  
et de la Poste – Côte d'Ivoire

@ : [y.miezanezo@telecom.gouv.ci](mailto:y.miezanezo@telecom.gouv.ci) | [www.communication.gouv.ci](http://www.communication.gouv.ci)