

Internet et opportunités d'affaires

Deux étudiantes passionnées de e-commerce lancent la marque AT



Photo : D.R.
Agnès Agnan Diassana : " La possibilité d'ouvrir des comptes bancaires en ligne en Afrique de l'Ouest accélère la pratique du e-commerce ".



Photo : D.R.
Pot de produit Agnès et Thomass (boutique en ligne), à Akanda. Logistique et points d'enlèvement de commandes, deux principaux freins au e-commerce.



Photo : D.R.
Thomass Ô Maccoba Maccoba : " L'Afrique centrale est très en retard sur les infrastructures du e-commerce ".

de Libreville et Agnès Agnan Diassana, 21 ans, également, étudiante malienne en droit à l'Université du Sahel (Dakar-Sénégal) viennent de lancer la marque "Agnès et Thomass" (AT en abrégé).

En plus d'être proposé sur leur boutique en ligne, leur premier produit, " le Beurre de karité AT, réalisé et transformé dans la région de Segou au Mali, se vend actuellement à Akanda (Gabon) et Dakar au Sénégal.

La création de leur Petite entreprise internationale n'aurait pas été possible sans l'internet et leur passion commune par le e-commerce. " Le partage d'idées pour la fabri-

cation des produits, les prises de décisions, le choix du packing et des emballages, etc. Toute la communication s'est fait grâce et par l'Internet en utilisant les réseaux sociaux", explique Thomass Ô.

Si Agnès pratique le e-commerce en important des produits de Chine, profitant des plateformes et infrastructures de commerce électronique disponibles en Afrique de l'Ouest, Thomass Ô a piqué le virus en passant un stage à la Direction générale du Concurrence et de la Commerce, puis à Migashop (boutique en ligne à Akanda), avec pour thème de recherche-in-

tervention pour l'obtention de sa licence, " La pratique du e-commerce au Gabon".

L'histoire de ces deux étudiantes, montre que l'Internet et le e-commerce peut rapprocher les peuples africains et constituer des opportunités d'affaires pour les Africains. " Nous envisageons de diversifier nos produits en fabricant des savons, des crèmes à base de beurre de cacao, des shampoings... pourquoi pas", se projette Thomass Ô qui s'occupe du marketing, quand sa partenaire s'occupe de contrat de production et d'emballages. Mais nous devons affiner les recherches sur les obsta-

cles techniques et logistiques pour la bonne pratique du e-commerce en Afrique.

En effet, les deux étudiantes sont conscientes que le e-commerce est encore balbutiant en Afrique, mais sont confiantes de ce que les achats et vente électroniques vont représenter des viviers d'opportunités pour la jeunesse africaine. " Mais les choses bougent.. Comme la possibilité d'ouvrir un compte bancaire en ligne pour les transactions de notre entreprise. Les moyens traditionnels pour l'envoi d'argent coûtent cher ", expliquent les fondatrices de la marque AT.

I. M'B.
Libreville/Gabon

au e-commerce, outil de vente qui brise les limites géographiques.

L'exemple de ces deux étudiantes n'est certes pas unique, mais il montre combien deux entrepreneurs résidant chacun dans un coin d'Afrique peuvent créer une entreprise, grâce

THOMASS Ô Maccoba di Mbadouma, jeune gabonaise 21 ans, étudiante en licence fondamentale de commerce et management à l'Université Africaine de Sciences (UAS)

Consommation par la Chine des produits étrangers

La foire d'importation de Shanghai s'ouvre aujourd'hui

Brice BANDOMA
Shanghai/Chine

La foire qui devrait marquer l'importation, par les entreprises et ménages chinois, des produits étrangers s'ouvre aujourd'hui. Le Gabon y prend part à travers l'Agence nationale de promotion des investissements.

SHANGHAI, près de 25 millions d'habitants, accueille à partir d'aujourd'hui et ce, jusqu'au 10 novembre prochain, le China international import exhibition (CIIE) (Foire internationale d'importation de Chine) qui se veut le plus important rendez-vous commercial et marketing international en Asie. C'est une manifestation qui s'inscrit dans le prolongement de l'initiative «La Ceinture et la Route». Organisée par le ministère du Commerce de la Chine et le gouvernement de la municipalité de Shanghai, cette foire a pour finalité de faire connaître et com-

prendre comment fonctionne le marché intérieur chinois de la consommation, riche de 1,3 milliard de consommateurs. La foire incarne donc une sorte d'ouverture vers l'extérieur.

Placé sous le thème "Une nouvelle ère pour un futur partagé", cet événement rassemble près de 150 000 participants venus de près de 100 pays. Lesquels vont se retrouver sur un espace de 180.000 mètres carrés, au National exhibition and convention Center, situé à moins d'une heure de route de l'aéroport international de Hongqiao. Le site divisé en quatre halls pour huit pavillons abritera les options "Électronique grand public et appareils électroménagers", "Habillement, accessoires et biens de consommation", "Salon de l'Automobile", "Équipements intelligents haut de gamme", "Produits alimentaires et agricoles", "Équipements médicaux et produits de santé" et "Commerce et services".

A en juger par les mouvements et l'agitation dans la ville depuis plusieurs mois, où tout est fait pour

sa réussite, le rendez-vous de Shanghai promet d'être un tournant crucial pour le commerce inter-

national. Le Gabon y prend part à travers l'Agence nationale de promotion des investis-

sements (ANPI), qui tient le plus grand stand, en superficie, des pays de l'Afrique subsaharienne.