



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

Par I. M'B.

FRANCE. ELLE FAIT DE YOUTUBE SON EMPLOI



Photo: DR

La youtubeuse Pidi, originaire de Lille, a tout plaqué il y a un an pour vivre de sa passion. Depuis deux ans, elle publie des vidéos de cuisine mais aussi de beauté, de mode, et raconte sa vie à plus d'un million d'abonnés. Elle vient de sortir un clip intitulé "Ça va aller", déjà plus de dix millions de vues. "J'étais de plus en plus suivie. Il y avait de plus en plus de marques qui me sollicitaient pour travailler avec elles. J'ai quitté mon boulot et j'en suis ravie".

CHINE. FLOT D'ARGENT POUR LES ENTREPRISES D'ÉTAT EN JANVIER-FÉVRIER



Photo: DR

Les bénéfices combinés des entreprises d'État chinoises ont augmenté de 150 % en glissement annuel pour atteindre 548,94 milliards de yuans (environ 83,94 milliards de dollars) au cours des deux premiers mois, selon des données officielles publiées lundi. Le taux de croissance, compensant les effets de base, a atteint 10,2 % au cours de la période janvier-février, indique le ministère des Finances sur son site.

ALLEMAGNE. PRÉVISIONS D'EXPORTATIONS DES INDUSTRIES EN HAUSSE



Photo: DR

Les prévisions d'exportation dans le secteur manufacturier allemand ont considérablement augmenté alors que l'indice correspondant est passé de 11,9 points en février à 24,9 points en mars, a annoncé hier lundi l'Institut ifo, un institut de recherche économique basé à Munich. Un "sentiment de grand optimisme se dessine chez les exportateurs allemands" et l'indice des prévisions d'exportation a atteint son plus haut niveau depuis janvier 2011, selon l'Institut ifo, qui interroge chaque mois quelque 2 300 entreprises sur leurs prévisions d'exportation.

E-  BUSINESS...

e-Commerce en Afrique : un marché de 13 380 milliards en 2021

Innocent M'BADOUA
Libreville/Gabon

L'ENSEIGNE e-commerce Jumia, première entreprise du secteur en Afrique notamment en Côte d'Ivoire, revendique la livraison de 4,8 millions de colis sur la seule semaine du "Black Friday", en 2020. Certains commerçants ivoiriens, en grande difficulté en raison des restrictions liées à la pandémie de Covid-19, ont survécu grâce à leur collaboration avec les grands groupes de vente en ligne, malgré une perte importante sur les marges.

Selon statista, les projections pour l'e-commerce en Afrique sont bonnes. Le secteur devrait peser plus de 13 380 milliards de francs en 2021, et plus de 22 301,6 milliards en 2025. Mais les obstacles à aplanir sont nombreux : bancarisation, taux de pénétration internet, adressage, législations. Si le potentiel est là, cinq principaux obstacles freinent donc l'essor du e-commerce en Afrique, inhérents aux habitudes des consommateurs et aux infrastructures peu adaptées. D'abord, le manque de confiance. Les réseaux sociaux enregistrent chaque jour des plaintes d'utilisateurs de sites marchands, ce qui contribue à maintenir le manque



Photo: DR

Le e-commerce va générer 22 301 milliards de francs en Afrique en 2025.

de confiance des internautes vis-à-vis du commerce en ligne.

Ensuite, la connectivité internet : n'ayant pas encore la 5G encore moins la 4G en zones rurales, au Gabon comme en Afrique, l'accès à internet continue d'être relativement onéreux avec une couverture géographique limitée et une qualité décriée. Troisièmement, le besoin de toucher la marchandise. Culturellement, les peuples africains préfèrent le contact et la chaleur humaine.

frastructures, la logistique continuera à être difficile. Les moyens logistiques qui garantissent une livraison à bonne date ne sont pas toujours disponibles. Pourtant, constamment communiquer avec le client sur les étapes de la livraison, via appels et SMS, peut instaurer la confiance. Quatrièmement, le besoin de toucher la marchandise. Culturellement, les peuples africains préfèrent le contact et la chaleur humaine.

Dans le commerce, le retail est très présent et plus chaleureux. Les clients peuvent vérifier les articles achetés et obtenir des facilités.

Enfin, palper l'argent. Au sein des populations peu ou pas scolarisées, les échanges se font principalement en espèces. Ils sont encore nombreux les Africains habitués à palper les billets. Les paiements en ligne deviennent alors compliqués.

Portails commerciaux

LES BOUCHERS S'INVITENT SUR LA TOILE

GMNN
Libreville/Gabon

Le Kudu est une antilope des bois que l'on trouve dans toute l'Afrique orientale et australe. La viande de kudu est une viande rouge, saine naturellement pauvre en graisse et en cholestérol avec une texture fine. Un véritable régal ! " C'est l'une des nombreuses publications postées par des bouchers qui se sont invités, eux aussi, sur la toile. Objectif : maximiser les opportunités de vente de leur viande.

Du filet de phacochère, une pièce très prisée par les amateurs de

viande rouge, aux côtes de bœuf, en passant par bien d'autres produits que l'on retrouve dans les boucheries modernes, on en expose dans ces portails commerciaux spécialisés dans la vente de viande. Parmi eux, certains mettent plus en exergue de la viande importée, notamment des pays occidentaux. Mais cela n'est pas forcément du... goût des internautes. "Nous avons nos antilopes ici c'est kudu d'Afrique orientale que je vais acheter ? je viendrai quand vous allez cuisiner les filets de cytatunga", a commenté l'un des internautes connectés sur la page d'un boucher.



Photo: DR