



digital.union@sonapresse.com

INNOVATION START-UP

Start-up : les femmes encore victimes de préjugés

Serge A. MOUSSADJI
Libreville/Gabon

EN octobre 2021, l'Agence Ecofin a publié un article qui est presque passé inaperçu. Ce média tentait d'attirer l'attention du public et des décideurs politiques sur le fait que les femmes qui veulent se lancer dans les affaires sont moins soutenues que les hommes.

Une étude ("In search of equity" est un rapport de Briter Bridges et du Gender Innovation Lab de la Banque mondiale qui vise à fournir une analyse sexospécifique de la situation du financement des start-up en phase de démarrage) a, en effet, démontré que seuls 3 % des 1,7 milliard de dollars levés par des start-up africaines, entre 2013 et mai dernier, sont allés à des équipes promotrices exclusivement féminines, d'après Briter Bridges et la Banque mondiale. Une disparité qui s'expliquerait notamment par l'absence des femmes dans les secteurs financiers et technologiques. Mais elle met surtout en avant des idées préconçues autour des femmes.

"Il y a aussi un manque de confiance des investisseurs, qui auraient tendance à associer les caractéristiques d'un entrepre-



Photo: Maixent Ntoutoume/L'Union

Les femmes sont pénalisées au moment de lancer leur entreprise.

neur réussit aux hommes plutôt qu'aux femmes", poursuit Ecofin. Même si "l'Afrique présente le taux le plus élevé de femmes entrepreneures, avec 24 % contre 11 % en Asie du Sud-Est et Pacifique, 9 % au Moyen-Orient, 6 % en Europe et Asie centrale (...) il faut noter que ces entreprises

sont pour la plupart plus petites et moins rentables que celles créées par des hommes (6 fois moins de capital et des profits inférieurs de 40 %)".

Cette méfiance envers les femmes n'est pas propre qu'à l'Afrique. En France, depuis le début de l'année, seulement 3%

des start-up exclusivement féminines ont été financées par du capital-risque, contre 84% de celles 100% masculines, rapportait Challenges, il y a quelques semaines. Parce que beaucoup d'investisseurs estiment qu'elles redoutent la compétition et ne font pas de bonnes gestionnaires.

Technologies

LA BEAUTY TECH S'IMPOSE TOUT DOUCEMENT

Serge A. MOUSSADJI
Libreville/Gabon

LA beauty tech n'est rien d'autre que l'utilisation des nouvelles technologies dans l'industrie des cosmétiques; qu'il s'agisse du big data, de l'intelligence artificielle, de la réalité virtuelle ou encore de la réalité augmentée. Pionnière, comme dans plusieurs domaines, l'Oréal a présenté, en début d'année, un rouge à lèvres connecté d'Yves Saint Laurent. Le boîtier, combiné à une application, permet de créer du rouge à lèvres en combinant le liquide présent dans des cartouches. En somme, il est possible d'obtenir des teintes personnalisées.

Le groupe suédois Foreo propose aussi sa gamme de produits. Sa brosse nettoyante visage sonore en silicone Luna est sortie en 2013. Issa, une impressionnante brosse à dents sonore super douce est arrivée pour donner un coup de boost à l'industrie des brosses à dents électriques. Son dispositif de masque intelligent UFO (finis les masques visage en tissu, indique le groupe) permet de se faire un soin du visage en 90 secondes contre 20 minutes auparavant.

En octobre dernier, Armani a lancé un essai de maquillage virtuel en réalité augmentée révolutionnaire avec Face Maestro, le premier service numérique de la marque qui exploite l'intelligence



Photo: DRI/L'Union

artificielle pour analyser les traits du visage de l'utilisateur.

En juin, le tour est revenu à l'Oréal qui s'est allié à Facebook. Les deux entités proposent des essais virtuels au shopping sur

Instagram avec ModiFace. "Les consommateurs peuvent accéder à la page Instagram de la marque, trouver un produit et l'essayer virtuellement avant d'acheter", précise justement ModiFace.

L'actu du web

par S.A.M.

POITIERS : ON RECRUTE VIA UN JEU VIDÉO



Photo: DR

La start-up poitevine Skilleo, qui développe des plateformes de recrutement par le jeu vidéo, a présenté ce concept lors de la Semaine de l'emploi, qui a lieu du 22 au 27 novembre à Poitiers. Face à leur écran, les participants à l'atelier, à la recherche d'un emploi ou d'une formation, ont ainsi joué à un jeu de course classique. Leurs résultats permettent alors de déterminer la capacité à la prise de décision, la gestion du stress, la rigueur, la persévérance, la capacité à communiquer, la facilité à être force de proposition.

LES ETATS MEMBRES DE L'UE S'ACCORDENT SUR LA RÉGULATION DES GÉANTS DU NUMÉRIQUE



Photo: DR

Les 27 pays membres de l'UE ont adopté hier une position commune approuvant dans ses grandes lignes le projet de législation européenne pour réguler internet et mettre fin aux abus de pouvoir des géants du numérique. La Commission européenne avait proposé en décembre 2020 deux projets de règlements. Le Digital Services Act entend lutter contre la fraude et les contenus illégaux. Le Digital Markets Act vise à réprimer les pratiques anticoncurrentielles des grands groupes de technologie, notamment Google ou Microsoft.

UN TERRAIN VIRTUEL A ÉTÉ VENDU PLUS DE 2 MILLIONS DE DOLLARS



Photo: DR

Une "agence immobilière du métavers" vient d'acquiescer un terrain virtuel pour plus de deux millions de dollars. Grâce à Mana, une cryptomonnaie utilisée dans le jeu Decentraland. L'achat témoigne d'un engouement soudain des entreprises de mode pour le métavers, rapportait hier Futura.