

# RAPPORT

+ OUTILS DE  
DÉVELOPPEMENT  
À L'INTENTION  
DES PARTICIPANTS  
DE LA DÉLÉGATION  
INTERNATIONALE  
LOJIQ



## LA GRANDE RENCONTRE DES JEUNES ENTREPRENEURS DU MONDE FRANCOPHONE

Québec 

26 - 29  
AVRIL 2017

Montréal



 Les Offices jeunesse  
internationaux du Québec  
OFQJ • OQAJ • OQMJ • OQWBJ



# TABLE DES MATIÈRES

4	Introduction
5	La stratégie économique pour la Francophonie
8	Défis de l'entrepreneuriat en Francophonie
11	Compte rendu des échanges ayant porté sur quatre secteurs d'activité économique
15	Actions concrètes proposées par les entrepreneurs afin de dynamiser la Francophonie économique
18	Échanges avec la Secrétaire générale de la Francophonie, Son Excellence la très honorable Michaëlle Jean
23	Panels, conférences et activités
31	Conclusion
32	Participants



## [Guide du participant](#)

*Distribué à l'ensemble des participants de la délégation internationale LOJIQ, ce document présente notamment le programme détaillé des activités.*



## [Témoignages vidéo](#)

*Cette courte capsule rassemble toute une diversité de témoignages reflétant le dynamisme de l'événement.*

# INTRODUCTION

La Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone, organisée conjointement par le gouvernement du Québec, la Jeune Chambre de commerce de Montréal - JCCM et Les Offices jeunesse internationaux du Québec – LOJIQ, s’est tenue du 25 au 29 avril 2017 à Montréal, avec comme invitées d’honneur la secrétaire générale de la Francophonie, Son Excellence la très honorable Michaëlle Jean, et la ministre des Relations internationales et de la Francophonie, madame Christine St-Pierre.

Les Offices jeunesse internationaux du Québec étaient responsables du recrutement et de l’accueil d’une délégation de 102 jeunes entrepreneurs qui ont fièrement représenté les vingt et un pays francophones suivants: Bénin, Burkina Faso, Burundi, Canada, Cameroun, Côte d’Ivoire, Fédération Wallonie-Bruxelles, France, Gabon, Guinée-Bissau, Haïti, Madagascar, Maroc, Mexique, Niger, République de Maurice, République démocratique du Congo, Sénégal, Tchad, Tunisie et Togo.

Un programme spécifique fut organisé à l’intention de cette délégation, les 25, 26, 28 et 29 avril, alors que la Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone réunissant 600 entrepreneurs du Québec et de l’international s’est tenue le 27 avril. Le programme préparé pour la délégation LOJIQ comprenait des conférences et panels, des visites d’entreprises, des activités de réseautage ainsi que des groupes de discussion visant l’élaboration d’actions pratiques pour dynamiser la Francophonie économique. Rappelons que la Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone se voulait une vitrine du potentiel innovant et créatif qui existe plus spécifiquement dans quatre domaines d’activité :

- ÉCONOMIE CRÉATIVE
- ENTREPRENEURIAT SOCIAL
- INDUSTRIE NUMÉRIQUE ET TECHNOLOGIE
- DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES

La Grande rencontre avait pour objectif de permettre aux membres de la délégation de :

- DÉCOUVRIR L’ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL QUÉBÉCOIS
- S’OUTILLER ET DYNAMISER LEURS RÉSEAUX PAR DES ATELIERS ET DES ACTIVITÉS DE RÉSEAUTAGE
- PARTICIPER À DES VISITES D’ENTREPRISES MONTRÉALAISES
- PARTICIPER À UNE RÉFLEXION SUR LES ENJEUX LIÉS À L’ENTREPRENEURIAT JEUNESSE EN FRANCOPHONIE

Le présent compte rendu fait état des discussions et débats entre des entrepreneurs venus des quatre coins du monde pour partager leur expérience et leur histoire entrepreneuriale, échanger sur les défis qui se posent à eux et identifier des pistes de solution et des actions concrètes pour dynamiser l’entrepreneuriat jeunesse au sein de la Francophonie économique et numérique. Rappelons que ce compte rendu se veut avant tout un outil pour les participants de cette Grande rencontre afin qu’ils puissent poursuivre leurs réflexions et leurs actions sur la base des enjeux soulevés à cette occasion et ainsi animer et stimuler ce nouveau réseau d’entrepreneurs de la Francophonie économique constitué lors de la Grande rencontre.

# LA STRATÉGIE ÉCONOMIQUE POUR LA FRANCOPHONIE

## CONTEXTE

Rappelons tout d'abord que la Stratégie économique pour la Francophonie a été initiée au Sommet de Kinshasa, en 2012, et adoptée, en novembre 2014, à Dakar, à la XV<sup>e</sup> Conférence des chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage. Cette stratégie poursuit l'objectif de renforcer l'espace économique francophone pour apporter des réponses aux questions que suscitent les défis économiques, sociaux, énergétiques et environnementaux, ainsi que les déséquilibres croissants du système économique et financier mondial.

La mise en œuvre de la stratégie a évolué avec la création de la Direction de la Francophonie économique et numérique et des recommandations formulées lors de la 1<sup>ère</sup> édition des Journées de la Francophonie économique et numérique, tenues à Paris, en septembre 2016, au siège de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF).

Afin de stimuler la réflexion et les échanges sur les actions que les jeunes entrepreneurs peuvent envisager pour dynamiser la Francophonie économique, les grandes orientations de la Stratégie économique pour la Francophonie ont été présentées par M.Kako Nubukpo, directeur de la Francophonie économique et numérique à l'OIF.

## DÉFIS

Lors de son allocution de bienvenue prononcée le 26 avril, M.Kako Nubukpo a énoncé les principaux défis qui s'imposent à la Francophonie économique et numérique :

- Assurer une transformation structurelle harmonieuse (démographique, énergétique, numérique et démocratique) au sein de l'espace francophone ;
- Co-construire des politiques, programmes et projets communs à l'espace francophone ;
- Favoriser le passage d'une coopération intergouvernementale à une coopération multi-acteurs (entreprises, coopératives, associations, organismes de soutien, mutuelles, fondations, membres de la société civile, etc.) ;
- Promouvoir un modèle de gestion basé sur les résultats ;
- Renforcer la cohérence des politiques publiques.

# QUATRE PÔLES D'INTERVENTION

M. Kako Nubuko a également présenté les quatre pôles de la Direction de la Francophonie économie et numérique qui sont en cohérence avec les Stratégies numérique et économique pour la Francophonie et qui contribueront à leur mise en oeuvre.



## 1/ Pôle numérique

Le pôle numérique se déploie autour de trois axes :

- Le premier axe porte sur la gestion de l'écosystème Internet et la cyber-sécurité. Ainsi, l'OIF accompagne les pays francophones en développement pour qu'ils puissent acquérir leur souveraineté numérique. Par ailleurs, le libre accès aux données ainsi que le développement de divers dispositifs institutionnels de protection de données, sont des préoccupations majeures. Le principal enjeu consiste à atteindre un équilibre entre le droit à la vie privée et la sécurité collective.
- Le deuxième axe cible l'accès des biens communs numériques francophones tels que les cours en ligne et les logiciels libres.
- Le troisième axe portant sur l'innovation se situe au cœur des préoccupations des entrepreneurs qui souhaitent que les solutions numériques innovantes qu'ils développent puissent appuyer les politiques publiques de leurs pays. Le Fonds francophone pour l'innovation numérique fait notamment partie des initiatives déployées par l'OIF pour soutenir la création de solutions numériques innovantes.

## 2/ Pôle entreprises et territoires

Le deuxième pôle de la Francophonie économique concerne les entreprises et les territoires. Tel que l'a rappelé le directeur de la Francophonie économique et numérique, la jeunesse francophone est d'abord, d'un point de vue démographique mais aussi rural, une jeunesse provenant majoritairement des pays de l'Afrique francophone. Afin d'impulser le développement économique local des pays francophones en développement, l'OIF a lancé le Projet francophone d'appui au développement local (Profadel) ayant pour but de mettre à la disposition des communautés locales et rurales des outils méthodologiques qui leur permettront de développer leurs propres projets économiques locaux et ainsi assurer le développement de leurs localités. L'idée est donc d'impliquer les communautés des zones rurales dans la formulation, la gestion et le suivi des projets économiques locaux.

Ce second pôle se matérialise également dans le Programme de promotion de l'emploi par l'entrepreneuriat chez les jeunes et les femmes en Afrique subsaharienne francophone, l'un des mécanismes d'opérationnalisation de la Stratégie économique pour la Francophonie. Ce programme donne priorité à des initiatives portées par des jeunes et des femmes, des groupes sociaux souvent oubliés dans un contexte de croissance, afin qu'ils puissent être soutenus dans le développement de leur entreprise. Il s'articule autour de trois types d'interventions :

- L'accompagnement des dispositifs d'incubation pour que les jeunes entrepreneurs puissent être soutenus dans le développement de leur entreprise;
- L'amélioration de l'environnement entrepreneurial (institutionnel, stratégique, financier) afin de faciliter la création et le développement d'entreprises notamment en facilitant l'accès aux marchés et au financement;
- La mise en réseau et le partage d'expériences, en appuyant notamment la participation des entrepreneurs à des événements régionaux et internationaux.

## 3/ Pôle diplomatie économique francophone

Le troisième pôle de la stratégie est la diplomatie économique francophone. Il s'agit de faire de la Francophonie un véritable espace d'échanges en renforçant notamment les capacités de négociation des pays africains francophones dans les enceintes internationales afin de faire entendre et défendre leurs priorités et préoccupations. La Francophonie cherche à se donner les moyens de mener une diplomatie active notamment par la création du Réseau des ministres francophones du Commerce et du Réseau des ministres francophones des Finances.

## 4/ Pôle transformation structurelle des économies

Le quatrième et dernier pôle de la Francophonie économique et numérique, la transformation structurelle des économies de l'espace francophone, englobe les trois pôles évoqués précédemment dans le but de passer d'une croissance principalement fondée sur l'exploitation des ressources naturelles et du secteur agricole à une économie plus diversifiée permettant une croissance durable. L'accent est donc mis sur une économie basée sur les quatre couleurs symboliques de la Francophonie : une économie verte qui se base sur les principes du développement durable, une économie bleue liée à l'économie maritime, une économie mauve pour désigner l'industrie culturelle et une économie dite transparente pour l'économie numérique. Selon M. Kako Nubuko, c'est en gravitant autour de ces couleurs symboliques que la transformation structurelle des économies de l'espace francophone pourra être réalisée.

# DÉFIS

## DE L'ENTREPRENEURIAT EN FRANCOPHONIE

Les participants ont eux aussi été invités à se prononcer sur les principaux défis de l'entrepreneuriat jeunesse en s'appuyant sur leurs expériences entrepreneuriales. Dans le cadre de l'activité « brise-glace » du 26 avril, les entrepreneurs ont été répartis de manière aléatoire en quatre groupes de discussion. Chaque groupe était composé d'un facilitateur ayant été désigné préalablement afin de présenter les objectifs de l'atelier et de guider les échanges. Un rapporteur était chargé de rendre compte des points principaux exprimés par les participants de son groupe et de les présenter par la suite à l'ensemble des participants. Parmi les défis identifiés, cinq sont ressortis comme étant prioritaires.

### **1/ Le développement de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneuriat féminin**

Afin de stimuler le désir d'entreprendre des jeunes et de leur donner envie de se lancer en affaires, il est essentiel de stimuler la culture d'entreprendre et ainsi favoriser un environnement propice à l'émergence de l'entrepreneuriat. Les échanges ont permis d'identifier certaines contraintes qui nuisent au déploiement de cette culture entrepreneuriale, tant dans les pays du Nord que du Sud.

La difficulté qui persiste pour les femmes de se lancer en affaires et d'assurer avec succès le déploiement de leurs initiatives a été abordée. Dans certaines régions francophones, plusieurs barrières et

contraintes légales et sociétales nuisent directement à l'entrepreneuriat féminin. En effet, les femmes ont encore de la difficulté à assurer l'expansion de leur entreprise. Elles doivent composer avec un accès restreint au crédit et à d'autres sources de financement. Elles se retrouvent difficilement à la tête de grandes entreprises et ont un accès plus limité aux nouvelles technologies. De plus, la perception négative de la nature du rôle et du statut de la femme, très présente dans certaines régions francophones, représente un obstacle tangible au développement de l'entrepreneuriat féminin. En effet, dans ces régions, les femmes sont souvent cantonnées à des activités liées au secteur informel alors qu'elles sont porteuses d'initiatives économiques.

Bien que l'échec fasse partie de la réalité de la grande majorité des entrepreneurs, il est souvent perçu négativement par la société. Lors des échanges, certains jeunes ont témoigné des difficultés rencontrées pour surmonter financièrement et émotionnellement un échec entrepreneurial. C'est le cas d'un entrepreneur en provenance d'Haïti qui a dû faire preuve de persévérance pour redresser son entreprise à plusieurs reprises, laquelle a été endommagée par un incendie puis pillée durant des émeutes et détruite lors du séisme de 2012.

Le parcours d'un entrepreneur, particulièrement à l'étape de démarrage, est également caractérisé par la prise de risques, laquelle n'est pas toujours encouragée. En effet, la perception du risque est différente selon les générations. Les entrepreneurs ont parfois l'impression de ne pas bénéficier du soutien de leurs proches, plus réticents au risque et à l'insécurité associés au lancement d'une entreprise. Ainsi, les discussions ont permis de mettre en évidence l'insécurité avec laquelle les entrepreneurs doivent composer, que ce soit envers eux-mêmes, leurs proches, leurs partenaires ou encore leurs clients. Cette insécurité peut être également causée par le manque de programmes et d'initiatives d'accompagnement aux plans juridique, institutionnel et financier. Par exemple, des participants d'Afrique subsaharienne ont expliqué que le système d'éducation et de formation continue

de leur région n'est pas adapté aux jeunes ayant un désir de se lancer en affaires. La complexité de la législation liée à la création d'une entreprise est une réalité avec laquelle les entrepreneurs du Sud et du Nord doivent composer. En effet, au sein des pays du Nord, l'acquisition de l'emplacement physique de l'entreprise est complexe; le cadre légal est parfois trop conservateur pour les entreprises qui sont novatrices. Au sein des pays du Sud, les procédures d'enregistrement des entreprises sont très compliquées d'autant plus que l'accès aux nouvelles technologies soit encore très précaire dans certaines régions.

## **2/ L'accès aux dispositifs et aux ressources d'accompagnement**

L'accompagnement des jeunes entrepreneurs est essentiel, et certainement crucial dans les premières étapes de démarrage, afin d'aller chercher l'expertise et les compétences nécessaires pour assurer le développement de l'entreprise. Le renforcement d'incubateurs d'entreprises fait notamment partie de la stratégie de l'OIF pour assurer la promotion de l'emploi par l'entrepreneuriat chez les jeunes. Toutefois, en dépit de la création de nouveaux programmes d'aide et d'accompagnement au sein de la Francophonie, les entrepreneurs ont soulevé le problème de l'accessibilité à ces programmes et la difficulté de s'y retrouver parmi la panoplie des programmes offerts.

Les politiques économiques d'aide aux entreprises sont également très diversifiées entre les différents pays membres et observateurs de l'OIF. Par exemple, en Côte d'Ivoire, le renforcement de la culture entrepreneuriale est devenu une priorité pour les autorités politiques qui perçoivent l'entrepreneuriat comme une solution pour résoudre le problème du chômage très élevé notamment chez les jeunes. Toutefois, l'environnement entrepreneurial reste fragile, les programmes de formation et d'accompagnement sont encore rarissimes. Ainsi, l'accessibilité limitée aux organismes

d'accompagnement (incubateurs) et aux nouvelles technologies dans certaines régions est un obstacle avec lequel les entrepreneurs de ces territoires doivent composer.

Un entrepreneur a également insisté sur l'aspect fondamental de la formation et des mesures d'accompagnements destinées à ceux et celles qui sont sous scolarisés afin de les former et les guider dans le processus de lancement en affaires.

Enfin, les programmes de mentorat offrent un service d'accompagnement personnalisé de haute qualité et très recherché par les entrepreneurs. Néanmoins, ces d'opportunités demeurent encore limitées étant donné la complexité liée à la conception et la coordination de ce type de programmes.

## **3/ L'accès au financement à tous les stades de développement de l'entreprise (du démarrage à la croissance)**

L'accessibilité au financement représente un défi majeur tant pour les entrepreneurs des pays Sud que du Nord. La complexité des démarches administratives pour accéder aux programmes d'aide financière ainsi que les rigidités institutionnelles font partie des obstacles liés à l'accessibilité du financement. La problématique de la disponibilité de l'information concernant les programmes d'aide financière a également été mise de l'avant lors des échanges. Les entrepreneurs déplorent le manque de fonds disponibles à l'étape de démarrage alors qu'ils doivent composer avec des frais administratifs et des taux d'intérêts élevés, ce qui ne facilite pas le démarrage d'entreprise. Mentionnons toutefois que l'accès au financement est vu par certains entrepreneurs comme un défi à surmonter parmi d'autres dans leur parcours entrepreneurial et qui procure un sentiment de fierté une fois cet obstacle franchi.

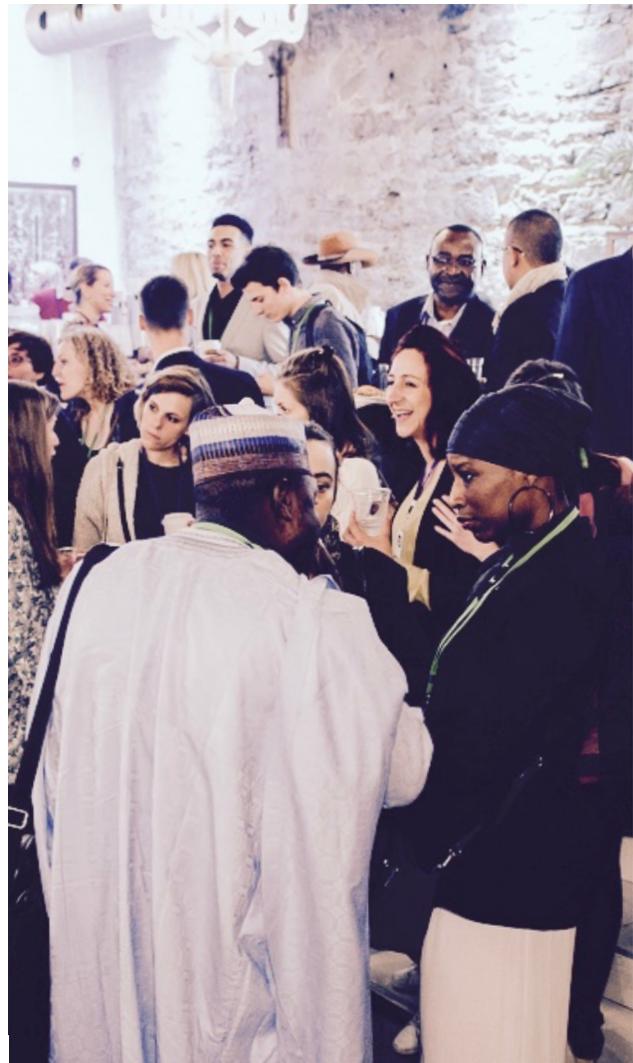
## 4/ L'accès à la main d'oeuvre qualifiée

Le développement d'une entreprise peut être freiné par la difficulté de recruter une main d'œuvre qualifiée, particulièrement pour les entreprises qui évoluent en région, loin des centres urbains. L'accès à certaines formations spécialisées est plus restreint et plusieurs programmes de perfectionnement sont uniquement offerts dans les grands centres urbains. Les opportunités de réseautage offrant un espace de visibilité à la main d'œuvre locale et des opportunités d'affaires apparaissent limitées aux yeux de certains participants. De plus, les réseaux favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main d'œuvre sont également insuffisants. Enfin, les entrepreneurs ont souligné les disparités qui résident dans les programmes et mesures d'aide à l'emploi d'une région à l'autre.



## 5/ Mise en marché des entreprises

Une fois son entreprise lancée, l'entrepreneur doit faire face à de nouveaux défis afin d'assurer la pérennité de son offre de produits ou services. Il doit se doter d'une stratégie marketing pour assurer une visibilité auprès de sa clientèle cible et l'adapter continuellement. Pour que son entreprise demeure compétitive, l'entrepreneur doit chercher à innover et à se distinguer de ses concurrents. Il a besoin de consolider et développer de nouveaux marchés tout en restant attentif aux besoins de sa clientèle cible. Par ailleurs, le maintien d'une certaine visibilité et crédibilité envers les clients et les fournisseurs comporte également ses propres défis. Un participant a notamment insisté sur l'importance pour les jeunes entrepreneurs d'adopter une approche pédagogique envers leur clientèle cible. En effet, les jeunes entreprises ont tendance à oublier que l'acquisition des compétences et connaissances favorisant une meilleure utilisation du produit est primordiale pour fidéliser la clientèle.



# COMPTE RENDU DES ÉCHANGES

## AYANT PORTÉ SUR QUATRE SECTEURS D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

Les entrepreneurs ont également eu l'occasion, lors de groupes de discussion par thématique, d'échanger sur les préoccupations, les enjeux et les pistes de solution liés à leur secteur d'activité.

### **1/ Développement durable et changements climatiques**

Après une brève présentation du contexte québécois en matière de développement durable, les entrepreneurs ont voulu démontrer comment ils prennent en compte les préoccupations liées aux changements climatiques dans le développement de leur entreprise. Ainsi un entrepreneur du Bénin propose des formations pour améliorer la productivité et le rendement des cultures vivrières et ainsi répondre au problème de l'autosuffisance alimentaire. Pour un entrepreneur de Wallonie-Bruxelles, qui a développé une entreprise dans le domaine du covoiturage, les subventions accordées par le gouvernement dans le cadre d'un programme de développement durable ont motivé l'intégration de différents principes du développement durable dans sa stratégie de promotion et de communication. Une participante a déploré le fait que des entreprises

adoptent une démarche de développement durable avant tout pour des considérations économiques.

Les changements climatiques étant une problématique globale, les solutions proposées sont souvent prises à l'échelle internationale et nationale et ne tiennent pas suffisamment compte de l'expertise des populations locales directement affectées par les changements climatiques. Le phénomène de désertification du Sahel a servi d'exemple pour illustrer ce point. En effet, un participant du Niger a expliqué que la désertification du Sahel est généralement expliquée par les grandes périodes de sécheresse que connaît cette région. Or, selon ce participant, le problème découle plutôt du fait que les pluies sont moins abondantes dans certaines régions, ce qui nécessite de mettre en place de meilleures techniques d'irrigation des sols et d'améliorer les pratiques agricoles. Les experts locaux ont une bonne connaissance de cette situation, mais malheureusement ils sont rarement écoutés. Les participants ont réitéré la nécessité de tenir compte des expériences locales et de travailler avec des experts qui comprennent ce contexte afin de développer des solutions tangibles au problème global des changements climatiques.

Un autre point intéressant soulevé au cours des discussions concerne l'inadéquation entre la vision à long terme que propose la stratégie internationale pour les changements climatiques et les défis à court terme auxquels font face certaines régions durement touchées par les effets des changements climatiques. En effet, les conséquences sont dévastatrices pour les populations vulnérables en Afrique, et les solutions proposées s'inscrivent à trop long terme pour ces pays qui font face, au quotidien, à d'importantes situations d'urgence alimentaire.

En réponse à la question « comment incorporer la recherche et le développement dans le modèle de développement durable des entreprises », les entrepreneurs ont fait part de la nécessité de créer des ponts et de favoriser la mise en réseau des entreprises et des experts en développement durable et changements climatiques afin d'assurer

une meilleure intégration de ces notions au cœur des activités des entreprises. Par exemple, une petite entreprise n'a pas nécessairement les moyens pour adapter à son contexte local les résultats d'une recherche menée à plus grande échelle. Conséquemment, les projets pilotes qui ont démontré leur efficacité doivent pouvoir être facilement transférés vers d'autres territoires. Le partage de l'expertise et des expériences locales est essentiel pour assurer la mise en place, à tous les niveaux, de solutions appropriées afin de répondre aux défis des changements climatiques. Une meilleure vulgarisation de la recherche scientifique pour rendre l'information plus accessible, tout comme l'accès à une éducation de qualité, sont également indispensables pour assurer la compréhension des enjeux liés aux changements climatiques et faire évoluer les comportements s'y rapportant.

Un constat général est que l'intégration du développement durable dans la stratégie des entreprises représente un défi majeur. On observe une réticence de la part des entreprises à intégrer le développement durable à leur stratégie d'affaires. Les enjeux liés aux changements climatiques sont encore trop souvent perçus par les entreprises comme une contrainte plutôt qu'une opportunité. Or, au-delà des risques et des contraintes, ils offrent des opportunités d'affaires, d'emplois et d'innovations pour les entreprises. Pour les entrepreneurs de ce groupe de discussion, un discours axé sur les opportunités permettrait sans doute de mobiliser plus facilement les décideurs politiques et le monde des affaires autour des enjeux climatiques.

## 2/ Industrie numérique

À partir d'un tour d'horizon des différents territoires, les participants ont identifié plusieurs enjeux liés à l'innovation numérique. Ainsi, pour les entrepreneurs en provenance de la France et de la Wallonie-Bruxelles, un des principaux défis à relever consiste à surmonter les difficultés de s'implanter à l'international sur des nouveaux marchés, principalement en Amérique du Nord où l'on assiste à une montée du protectionnisme et où les coûts

d'implantation sont très élevés pour les entreprises qui projettent y créer une filiale. Du côté du Vietnam, le défi réside dans l'insuffisance des équipements technologiques et l'existence d'obstacles politiques nuisant au développement d'outils liés à l'innovation. En Afrique subsaharienne, les politiques et programmes doivent favoriser davantage l'accès aux nouvelles technologies de l'information et des communications. Les participants ont également soutenu que l'Afrique doit innover autrement pour réduire la fracture numérique et rattraper son retard. Quant aux entrepreneurs des régions du Maghreb, ils doivent faire face au blocage culturel qui existe envers certaines technologies, dont le paiement en ligne et le paiement par carte bancaire, ce qui explique que le secteur du commerce en ligne se développe très lentement malgré les programmes et les réformes mis en place pour favoriser l'accès au numérique. Finalement, à Madagascar, entreprendre s'apparente à un parcours du combattant en raison des frais et des coûts démesurés associés à la création et au développement d'une entreprise numérique. Quant à savoir comment les entrepreneurs de l'industrie numérique peuvent mieux collaborer ensemble afin de partager leurs forces, mutualiser leurs efforts et relever ensemble les défis, les participants ont mis l'accent sur la création de réseaux, d'espaces de travail collaboratif et d'événements de réseautage



afin de consolider de nouvelles relations d'affaires. De plus, les programmes de jumelage et de mentorat ont été perçus par les entrepreneurs du secteur comme des ressources inestimables pour contribuer au développement de l'expertise et à la réussite de l'entreprise à long terme.

En terminant, les participants ont bien insisté sur le fait que le numérique doit demeurer un outil au service de l'humain, lequel doit être au cœur des préoccupations. En réponse aux différents défis soulevés dans le cadre de cet échange, les entrepreneurs ont lancé l'idée de la création d'un label de la Francophonie afin de valoriser cette richesse entrepreneuriale au niveau international.

### **3/ Économie créative**

À partir des témoignages des participants de ce groupe de discussion, deux types d'entrepreneurs ont été identifiés. Il y a tout d'abord les entrepreneurs qui ont développé leur entreprise en identifiant un problème à résoudre suite à une expérience personnelle ou professionnelle. Ainsi, une jeune entrepreneure de Wallonie-Bruxelles a décidé de créer une ligne de lingerie doublée en polar après avoir été incommodée par le froid lors de la pratique d'activités extérieures en altitude. Dorénavant, il lui est possible de pratiquer des activités extérieures en hiver avec une sensation confortable de chaleur. Une entrepreneure du Mexique intéressée par le design et la mode, a constaté la difficulté pour les artisans autochtones locaux d'assurer la commercialisation de leurs produits, d'où son projet de réactiver l'économie rurale en mettant en relation l'industrie de la mode avec les communautés autochtones. D'autre part, on retrouve les entrepreneurs qui sont motivés par leur dévouement envers une cause, une mission, une entreprise ou une organisation qui les tiennent à cœur. Ils vont ensuite tenter de se constituer un réseau, puis un contenu, ils vont se créer une expertise et s'entourer de talents.

Par ailleurs, le constat que les entrepreneurs attendent trop souvent d'acquérir un certain niveau d'expertise avant de se lancer en affaires a été

relevé lors des échanges. Il faut plutôt se faire confiance pour démarrer un projet d'affaires et ne pas attendre d'avoir développé une expertise de pointe pour se lancer. Une jeune entrepreneure du Sénégal a expliqué que sa passion pour la cuisine l'a amenée à créer une plateforme de recettes afin de partager celle-ci et ce, sans avoir suivi une formation culinaire en amont. La création de ce blog s'est faite spontanément. Aujourd'hui sa plateforme connaît un succès croissant et elle se consacre pleinement à cette activité.

Trouver une bonne idée de création d'entreprise est certainement essentiel, toutefois il faut également pouvoir réussir la mise en marché du produit. Or, les risques associés à cette étape sont nombreux. Les entrepreneurs ont notamment évoqué le défi de se démarquer dans un marché de plus en plus compétitif. De plus, certains obstacles rencontrés lors de la mise en marché sont propres à ce secteur. Par exemple, une entrepreneure qui œuvre dans le domaine du livre numérique pour enfants, en France, a fait part de la nécessité de renouveler continuellement le contenu de la bibliothèque de livres numériques afin de donner la sensation de nouveauté aux lecteurs et lectrices. Encore une fois, l'importance de l'accompagnement dans le processus de démarrage et de mise en marché a été soulignée.

En terminant, les participants s'entendent pour dire que l'innovation est vitale pour permettre à l'entreprise de se démarquer dans le contexte concurrentiel actuel. Mais l'innovation ne se traduit pas uniquement par l'invention de nouveaux produits. Innover peut consister à proposer une solution nouvelle à un problème qui existe déjà ou encore à améliorer un produit. Prenons l'exemple d'un entrepreneur haïtien à la tête d'une entreprise spécialisée dans la fabrication de sandales artisanales, pour qui le caractère innovant de son entreprise réside dans les différents modèles et finitions qu'il propose.

## 4/ L'entrepreneuriat social

Les entreprises d'économie sociale se différencient dans la mesure où elles cherchent à avoir un impact sur la société. Rappelons que l'économie sociale est l'un des trois piliers de l'économie d'un pays, aux côtés du gouvernement et du secteur privé. Si les entreprises d'économie sociale sont appelées à jouer un rôle de premier plan dans l'économie, il faut toutefois préserver l'équilibre entre ces trois piliers.

Les entrepreneurs qui s'inscrivent dans cette thématique cherchent à répondre à des besoins de la collectivité. En guise d'introduction, les modèles du Mouvement des caisses Desjardins et de l'Association québécoise des centres de la petite enfance ont été présentés pour illustrer le mouvement de l'entrepreneuriat social au Québec.

D'emblée, les échanges ont permis de rendre compte des écarts réels entre les territoires en ce qui a trait à la reconnaissance, la promotion et le développement de l'économie sociale d'un territoire à l'autre. En Haïti, par exemple, l'économie sociale est encore considérée comme un secteur subordonné à l'économie de marché. Le pays est tout juste sur le point d'adopter une loi-cadre reconnaissant le statut et l'importance de l'économie sociale et solidaire.

Si la mission sociale est la première finalité des entreprises de ce secteur, elles doivent tout de même relever les mêmes défis de rentabilité, de mise en marché et de concurrence. Or, l'aspect financier, selon les entrepreneurs, a tendance à être laissé de côté. C'est pourquoi ils ont mis de l'avant l'importance de trouver un équilibre entre la finalité sociale et les impératifs économiques auxquels l'entreprise doit faire face.



© FANNIE LAURENCE

# ACTIONS CONCRÈTES

## PROPOSÉES PAR LES ENTREPRENEURS AFIN DE DYNAMISER LA FRANCOPHONIE ÉCONOMIQUE

À travers les échanges, conférences et activités de réseautage, proposés au cours de la Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone, les entrepreneurs ont pu approfondir leur réflexion quant aux défis liés à l'entrepreneuriat jeunesse. En tenant compte de leur histoire entrepreneuriale et de leur expérience dans le cadre de la Grande rencontre, les entrepreneurs ont été invités à réfléchir à des actions concrètes pour dynamiser la Francophonie économique et propulser la réalisation de leurs initiatives entrepreneuriales.

Rappelons que suite aux échanges brise-glace du 26 avril, cinq principaux défis liés à l'entrepreneuriat au sein de la Francophonie ont été identifiés. Dans le cadre de l'activité d'échange de la dernière journée, les entrepreneurs ont proposé des gestes concrets pour relever ces défis, passer à l'action et aider les entrepreneurs, une fois la Grande rencontre terminée, à pérenniser leurs initiatives.

### 1/ Premier objectif : Encourager la culture entrepreneuriale et, plus particulièrement, développer l'entrepreneuriat féminin

#### \_ Actions proposées

- Créer des programmes de sensibilisation et d'appui dédiés aux femmes, parmi lesquels seraient offerts des formations professionnelles, des services de mentorat au féminin et des espaces de travail collaboratifs (Fablab, concours, ...).
- Mettre en place des organismes mobiles destinés à appuyer et conseiller la clientèle féminine des régions isolées ou rurales des pays du Sud où l'accès à l'entrepreneuriat est plus difficile.
- Orienter les femmes vers des structures d'appui et de financement qui leur sont destinées.
- Sensibiliser et mettre en place des mécanismes d'appui pour les mères qui veulent entreprendre.
- Sensibiliser et développer des initiatives spécifiques pour la valorisation de l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat en général.
- Renforcer la culture entrepreneuriale notamment par la mise en place de formations à tous les niveaux scolaires pour développer le goût d'entreprendre des jeunes.
- Créer des incubateurs soutenus par des organismes institutionnels et développés par les entrepreneurs eux-mêmes.
- Mettre en place un réseau dynamique de formateurs et formatrices.
- Créer des plateformes interactives divisées par pays et domaines, accessibles à tous, conçues par les entrepreneurs et soutenues par l'OIF.

## **2/ Deuxième objectif : Faciliter l'accès aux dispositifs et aux ressources d'accompagnement**

### **\_Actions proposées**

- Créer une plateforme d'apprentissage en ligne offrant des formations et un service de mentorat, tout en permettant l'échange et le partage de connaissances entre entrepreneurs.
- Créer un incubateur de la Francophonie, en ligne, lequel couvrirait chaque aspect du plan d'affaires (structuration, lancement, stratégie de mise en marché, image de marque, financement, etc.). Des forums de discussions et une base de données des fournisseurs de services de la Francophonie seraient intégrés à la plateforme.
- Renforcer les réseaux d'accompagnement et de financement afin de rendre disponible et accessible l'information (réseaux publics, locaux, nationaux, internationaux).

## **3/ Troisième objectif : Obtenir du financement nécessaire pour une entreprise à tous les stades de son développement**

### **\_Actions proposées**

- Miser sur les campagnes de socio-financement et partager l'information concernant l'existence de ces plateformes.
- Créer un fond d'investissement plus tolérant aux risques et aux échecs, donnant la possibilité aux entrepreneurs de tester leurs idées. Ce fond géré par des entrepreneurs expérimentés serait, en partie, financé par les entrepreneurs ayant réussi leur démarrage, lesquels réinjecteraient un pourcentage de leur chiffre d'affaires.
- Instaurer une plateforme comprenant un volet financement, et qui intégrerait un indicateur du stade du développement financier de l'entreprise (prédémarrage, entreprise subventionnaire, entreprise rentable, etc.).
- Initier des partenariats publics-privés qui proposeraient un fonds financé par le public pour supporter le démarrage d'entreprises, et un fond privé pour soutenir les entreprises déjà lancées.
- Proposer un programme de financement réservé aux entrepreneurs qui ont poursuivi un programme de mentorat.
- Mettre en place une cellule dédiée à l'entrepreneuriat au sein de l'OIF.
- Utiliser les histoires à succès comme levier pour l'accès au financement.

#### **4/ Quatrième objectif : Développer les compétences régionales afin d'avoir accès à de la main-d'œuvre qualifiée**

##### **\_Actions proposées**

- Créer un regroupement des jeunes chambres de commerce au sein de la Francophonie économique, laquelle rassemblerait les chambres de commerce déjà existantes; elle pourrait notamment favoriser la mobilité internationale des entrepreneurs membres.
- Former une main d'œuvre spécialisée là où le besoin se trouve notamment en initiant des formateurs aguerris de l'international. Il serait également intéressant de favoriser la mobilité de cette main d'œuvre en offrant des stages d'immersion à l'échelle internationale.
- Mettre en place une plateforme par métier qualifié, laquelle favoriserait le développement de partenariats et la mobilité entre les villes et régions.
- Développer l'offre des programmes de mentorat en régions.
- Instaurer des centres régionaux destinés à l'enseignement technique dans des domaines spécifiques afin de combler la pénurie de main d'œuvre en régions.
- Favoriser l'accès à l'information concernant les secteurs en manque de main d'œuvre, et inviter les entreprises à partager avec les communautés les problématiques rencontrées au niveau du recrutement de la main d'œuvre.

#### **5/ Cinquième objectif : Développer les capacités de mise en marché des entreprises**

##### **\_Actions proposées**

- Instaurer un label « Fabriqué en Francophonie ».
- Organiser des rencontres rapides d'affaires (speed meeting) entre jeunes entrepreneurs et entreprises potentiellement intéressées à commercialiser leurs produits.
- Développer des indicateurs afin de mesurer les impacts sociaux et environnementaux des entreprises, et identifier des moyens pour valoriser ces indicateurs.
- Créer une plateforme interactive qui recense les meilleures pratiques en termes de développement durable et d'impact social.
- Développer les initiatives locales et internationales d'accompagnement, via des outils, des formations et des programmes de mentorat pour s'assurer que les entreprises disposent des informations nécessaires concernant les règlements environnementaux.

# ÉCHANGES AVEC LA SECRÉTAIRE GÉNÉRALE DE LA FRANCOPHONIE, SON EXCELLENCE LA TRÈS HONORABLE MICAËLLE JEAN

## 1/ Échanges avec les participants de la Délégation LOJIQ

Dans le cadre des activités organisées par LOJIQ le 26 avril, les entrepreneurs de la Délégation ont eu l'occasion d'échanger avec la Secrétaire générale de la Francophonie, Son Excellence la très honorable Michaëlle Jean, lors de la plénière consacrée au retour sur les échanges des groupes de discussion par thématique. Après avoir assisté aux présentations des rapporteurs qui ont effectué, à tour de rôle, un bref survol des enjeux abordés dans chacun des groupes de discussion, Mme Michaëlle Jean a répondu aux questions des entrepreneurs de la Délégation.

***Comment l'Organisation internationale de la Francophonie compte aider les jeunes entrepreneurs dans le déploiement de leurs initiatives entrepreneuriales?***

Mme Michaëlle Jean a présenté quelques initiatives déployées par l'OIF pour assurer la promotion de l'entrepreneuriat jeunesse et ainsi donner un sens tangible à la Stratégie économique pour la Francophonie. Parmi celles-ci, un programme de promotion à l'emploi par l'entrepreneuriat qui s'adresse spécifiquement aux femmes et aux jeunes. Par ce programme, l'OIF prévoit le déploiement d'incubateurs et d'espaces de travail collaboratifs au sein de 13 pays francophones de l'Afrique subsaharienne et éventuellement en Haïti qui sont des viviers de jeunesse.



Mme Michaëlle Jean a insisté sur la chance que représente cette jeunesse dès lors qu'on arrive à bien porter les initiatives portées par les jeunes et canaliser cette énergie entrepreneuriale. C'est pourquoi l'OIF entend être aux côtés de ces jeunes pour les accompagner de manière structurante en les

aidant notamment à porter leurs projets, à augmenter leur compétitivité et renforcer leur plan d'affaire. L'accompagnement financier des entrepreneurs est également une priorité de l'OIF, a rappelé Mme Michaëlle Jean. Par exemple, la plateforme « Libres ensemble » est un espace de partage qui est disponible pour les jeunes entrepreneurs qui souhaitent déposer un projet économique. Les meilleurs projets sont ensuite accompagnés financièrement.

### ***Quelles sont les mesures prises par l'OIF pour éradiquer le taux de chômage élevé chez les jeunes des pays francophones d'Afrique?***

Mme Michaëlle Jean a réinsisté sur l'importance d'accompagner les jeunes et les femmes dans le développement de leurs initiatives. L'OIF mène notamment un plaidoyer en faveur de l'accès au financement afin que ces entrepreneurs puissent pérenniser leurs initiatives. Elle a également rappelé l'importance de briser le sentiment d'isolement en multipliant les espaces qui regroupent les entrepreneurs et où ils peuvent mettre en commun les difficultés rencontrées, leurs succès, les meilleures pratiques. Par exemple, l'OIF cherche à créer un lieu qui regroupe les incubateurs dans l'espace Francophone pour propulser le développement de leurs entreprises.

L'OIF travaille également sur l'environnement des affaires et le renforcement des institutions. La création d'un label Francophonie pourrait également voir le jour pour aider les entreprises à améliorer leur compétitivité avec une offre singulière leur permettant de se démarquer. Toutes ces pistes d'actions visent à lutter contre le chômage des jeunes.

### ***Comment attirer des investisseurs et les intéresser à mon projet d'entreprise?***

Mme Michaëlle Jean a cité en exemple le projet de cet entrepreneur qui a pensé à un projet d'irrigation associant les collectivités locales afin de reverdir les terres victimes de la désertification, et ainsi transformer la réalité de ces paysans qui se croyaient vaincus par ce phénomène naturel. Ce projet rend

compte de l'importance de promouvoir le savoir-faire local et de favoriser cette synergie entre les acteurs qui détiennent le capital et ceux qui ont ce savoir-faire local. Il faut pouvoir infléchir l'attitude des banques qui pensent qu'investir dans des projets portés par des jeunes et des femmes comporte trop de risques. Au contraire, le risque provient plutôt du fait de ne pas investir dans ces projets qui permettent de créer de la stabilité.

En terminant, Mme Michaëlle Jean a insisté sur l'importance de se donner des espaces de visibilité (réseaux des jeunes entrepreneurs, des femmes entrepreneurs, des incubateurs, des chambres de commerce et d'industries) pour aller chercher les investisseurs et les convaincre d'investir du capital pour la pérennisation de ces initiatives remarquables à forte dimension humaine qui permettent de repenser l'économie autrement.

## **2/ Table ronde des partenaires jeunesse du gouvernement du Québec<sup>1</sup>**

### **Mise en contexte**

Organisée dans le cadre de la Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone, cette rencontre a permis à certains organismes jeunesse partenaires du gouvernement du Québec de se faire connaître, faire connaître leurs expériences à l'international et démontrer qu'ils sont des sources d'inspiration pour les pays de l'espace francophone. Ils étaient également invités à proposer des façons innovantes de développer l'entrepreneuriat jeunesse et de répondre aux défis rencontrés.

<sup>1</sup> D'après le compte rendu du Secrétariat à la jeunesse de la Table ronde avec des partenaires jeunesse du gouvernement du Québec

Cette activité modérée par M. Pierre Turgeon, coordonnateur p.i. de la direction des partenariats et des opérations du Secrétariat à la jeunesse, s'est tenue en présence de la Secrétaire générale de la Francophonie, Son Excellence la très honorable Michaëlle Jean, de la ministre des Relations internationales et de la Francophonie, Mme Christine St-Pierre, et de la sherpa du Québec pour la Francophonie et déléguée générale du Québec à Paris, Mme Line Beauchamp.

Les intervenants qui ont pris part à cette table-ronde :

- François Grégoire, Forces AVENIR
- Jean-François Archambault, La Tablee des chefs
- Manon Théberge, OSEntreprendre
- Pierre Duhamel, Fondation de l'entrepreneurship
- Alexandre Soulières, Réseau des carrefours jeunesse-emploi du Québec
- Michel Robitaille, Les Offices jeunesse internationaux du Québec
- Marianne Besème, Office franco-québécois pour la jeunesse en France

## **\_Défis relevés par les organismes**

Le modérateur de la table ronde a invité les dirigeants d'organisme à présenter leur organisation et exposer les défis qu'ils vivent ou ont vécus quand vient le temps de réaliser des projets à l'international et plus précisément dans la zone francophone. La Secrétaire générale a ensuite pris la parole pour résumer les échanges qui avaient eu lieu.

Plusieurs défis ont été relevés par les dirigeants d'organismes. Voici une liste des principaux défis et quelques solutions qui ont été exposés :

- La difficulté pour les organismes de créer des liens avec des organismes internationaux ou des instances gouvernementales étrangères pour favoriser l'implantation de programmes à l'international ;  
  
- Solution : Que les gouvernements, lors de missions commerciales ou missions étrangères,

facilitent la rencontre de représentants d'organismes pour favoriser les échanges et le développement de projets communs ;

- Solution : Que les ambassades et délégations étrangères facilitent et favorisent ces maillages entre organisations pour le développement de projets internationaux pour les jeunes.

- La difficile implantation de programmes à l'étranger et les coûts qui y sont associés et la difficulté pour certains d'obtenir du financement local ou gouvernemental pour développer et mettre en œuvre des projets internationaux ;

- Solution : Que les gouvernements financent davantage de projets internationaux pour les jeunes.

- Solution : Que les gouvernements, par les canaux des ambassades et délégations, puissent guider vers les bonnes ressources les organismes désireux de développer des projets pour les jeunes à l'international.

- L'importance de constamment devoir se réinventer comme organisation quand on travaille auprès de la jeunesse à l'international ;

- Solution : De constamment s'informer en regardant ce qui se fait de mieux ailleurs ou ici.

- L'accès aux visas pour certains participants comme ce fût le cas lors de cet événement ;

- Solution : De travailler avec le gouvernement fédéral pour assurer un accès plus rapide aux visas pour certains ressortissants dans le cadre de projets internationaux.

### 3/ Table ronde restreinte portant sur les enjeux liés à l'entrepreneuriat au féminin dans l'espace francophone<sup>1</sup>

#### Mise en contexte

Le programme de la Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone prévoyait la tenue d'une rencontre restreinte entre les personnalités politiques présentes et de jeunes entrepreneurs. Le thème choisi a été celui des enjeux de l'entrepreneuriat au féminin dans l'espace francophone et s'inscrit dans le cadre de la 2<sup>e</sup> Conférence des femmes de la Francophonie qui aura lieu à Bucarest (Roumanie), en novembre 2017. Cette activité visait à connaître les défis qui se posent aux jeunes femmes entrepreneures et les solutions qu'elles ont expérimentées pour atteindre leurs buts afin d'alimenter les réflexions en vue de cette 2<sup>e</sup> Conférence des femmes de la Francophonie. D'ailleurs, à l'issue de la séance, la Secrétaire générale a mentionné que tout ce qui a été dit sera relayé à l'occasion de la conférence de Bucarest.



Christine St-Pierre, ministre des Relations internationales et de la Francophonie  
© SYLVIE-ANN PARE

Les intervenants qui ont pris part à cette table ronde :

Dignitaires :

- **Michaëlle Jean**, Secrétaire générale de la Francophonie,
- **Christine St-Pierre**, ministre des Relations internationales et de la Francophonie
- **Line Beauchamp**, représentante personnelle du premier ministre pour la Francophonie et déléguée générale du Québec à Paris
- **Michel Robitaille**, président-directeur général de LOJIQ
- **Gabriel Bran Lopez**, président sortant de la JCCM

Jeunes femmes entrepreneurs :

- **Fatima Inés Alvaraz Herrerias** (délégation de LOJIQ), Someone Somewhere
- **Caroline Arnouk**, Technologies OPA inc.
- **Véronik Bastien**, Peppermint Cycling
- **Geneviève Bégin**, Popup Camp
- **Noémie Briand** (délégation de LOJIQ), Noemie Briand Joallerie
- **Diane Carey** (délégation de LOJIQ), Carey Consultants
- **Déborah Cherenfant**, Mots d'Elles
- **Camille Duval** (délégation de LOJIQ), projets Baby Sprout et Beerfood
- **Adeline Fradet** (délégation de LOJIQ), Whisperies
- **Yrina Janvier**, Zafè
- **Gracias Kasoki Katahwa**, Réseau des entrepreneurs et professionnels africains (REPAF)
- **Kim Limoges** (délégation de LOJIQ), Aventure Rose-des-vents
- **Jenna Mainge** (délégation de LOJIQ)
- **Amélie Morency**, Foodroom
- **Mariève Paradis**, Planète F
- **Célia Pourbais** (délégation de LOJIQ)
- **Élizabeth Stefanka**, Stefanka
- **Agathe Tupula-Kabola**, Clinique proaction
- **Karelle Vignon-Vullierme** (délégation de LOJIQ), Les gourmandises de Karelle

<sup>1</sup> D'après le compte rendu du Secrétariat à la jeunesse de la table ronde portant sur les enjeux liés à l'entrepreneuriat au féminin dans l'espace francophone

## **\_Défis relevés par les femmes**

La modératrice de la table ronde, Florence Côté, présidente de Citoyenneté jeunesse, a prononcé un mot d'ouverture au cours duquel elle a présenté les dignitaires et expliqué le déroulement de la table ronde. Les entrepreneures ont ensuite fait un tour de table pour se présenter et décrire leur projet /entreprise. Par la suite, les discussions ont été conduites spontanément sur la question des défis rencontrés, des solutions et des appuis dont les femmes ont bénéficié ou auraient aimé bénéficier.

### **Principaux défis identifiés :**

- La conciliation travail-famille.
- Le besoin d'appui pour la croissance de l'entreprise (et non seulement lors du démarrage).
- Le développement de la confiance en soi, de l'estime de soi.
- L'accès à des mentors féminins et le besoin de se reconnaître dans la réussite, d'avoir des modèles visibles présents dans des milieux non traditionnels. L'importance de célébrer les succès des femmes entrepreneures. L'importance de présenter ces modèles aux hommes également.
- Le soutien va souvent aux entrepreneurs qui ont des probabilités d'avoir une croissance rapide, par exemple dans le domaine des technologies.
- La confiance accordée aux femmes par les créanciers est souvent différente de celle donnée aux hommes.
- Les femmes n'ont souvent pas la même crédibilité que les hommes, notamment lors de négociations avec des fournisseurs d'une autre génération, du Québec ou de l'international.

- L'importance de la communication sur la parité et surtout d'avoir le même langage (il y a une différence de perception sur la place des femmes et des hommes dans les discours).
- La discrimination des femmes par des femmes.
- La difficulté de chiffrer l'impact social d'une entreprise et la nécessité de développer une façon de le faire.
- L'accès et la disponibilité de la formation ainsi que des outils en amont.
- La présence ou l'accessibilité de programmes pour encourager l'entrepreneuriat au féminin et l'innovation chez les femmes.
- Le fait que l'option de l'entrepreneuriat est peu présentée, notamment aux immigrants (elle devrait l'être davantage).
- L'accès au financement, la structure du financement (difficulté d'obtenir un premier financement) et l'absence de flexibilité du financement.



# PANELS, CONFÉRENCES & ACTIVITÉS

## 1/ L'écosystème entrepreneurial du Québec

### \_Mise en contexte

Cette table ronde, modérée par Francis Bélimé, avait pour ambition de présenter l'écosystème entrepreneurial québécois à travers les yeux de certains membres de la communauté entrepreneuriale, et d'offrir des conseils aux participants pour réussir leur séjour d'affaires au Québec. En se référant à leurs expériences entrepreneuriales et professionnelles, les intervenants se sont notamment prononcés sur la création d'entreprises au Québec, les principaux défis qui se posent aux entrepreneurs québécois ainsi que les diverses mesures d'accompagnement qui leur sont proposées. Les participants de la délégation ont également eu la possibilité de poser leurs questions aux panélistes.

Les panélistes qui ont pris part à cette table ronde :

- Gracia Kasoki Katahwa, présidente du Réseau des Entrepreneurs et Professionnels Africains (REPAF) 2016-2017.
  - Marcelina Jugureau, directrice générale de la Chambre de commerce et d'industrie Royal Roussillon et présidente de Systèmes Agro MJ Inc.
  - Nicolas Duvernois, président de la Jeune Chambre de commerce de Montréal 2017-2018 et président Directeur général de PUR vodka.
- Olivier Leblanc, cofondateur du Groupe Sub Rosa, BHLB et Nota Bene et coadministrateur du Programme Jeunes leaders du Sommet international des coopératives 2014 et 2016.

### \_Principaux constats

- Le Québec dispose de plusieurs atouts solides pour les entrepreneurs qui souhaitent se lancer en affaires, parmi lesquels la faible distance hiérarchique, l'accessibilité des gens d'affaires ainsi que l'accès à de multiples ressources. De par sa diversité culturelle, sa situation géographique et sa proximité avec les États-Unis, ses institutions d'enseignement de qualité, Montréal est, selon Nicolas Duvernois, probablement un des meilleurs endroits pour se lancer en affaires.
- Le manque d'initiatives et d'organismes pour soutenir et mettre en réseaux les entrepreneurs en démarrage est une réalité dans certaines régions du Québec. Ainsi, l'ouverture, prochaine du Centre d'entrepreneurship dans la région de la rive-sud vise justement à offrir un service d'accompagnement destiné aux entrepreneurs en démarrage, un volet qui n'était pas encore couvert dans la région.
- Les entrepreneurs issus de la diaspora africaine au Québec doivent pouvoir bénéficier de l'accompagnement de mentors ouverts à la diversité et qui comprennent le pourquoi de leurs idées. En effet, ces entrepreneurs cherchent, avec leur projet, à faire le pont entre le Québec et l'Afrique et ils ont le sentiment que leur projet d'affaires est incompris par les organismes d'accompagnement « traditionnels ». En intégrant le Réseau des Entrepreneurs et Professionnels Africains (REPAF), par exemple, ils ont la possibilité de prendre confiance en leurs idées, de réfléchir et d'imaginer la réalisation de leur projet, pour ensuite se retourner vers les autres ressources de l'écosystème entrepreneurial québécois.

- L'accès au financement représente le principal obstacle rencontré par les entrepreneurs au Québec, particulièrement à l'étape de démarrage, même si de plus en plus d'initiatives sont déployées pour venir monétairement en aide aux jeunes entrepreneurs. Nicolas Duvernois a lui-même lancé une initiative, Adobe inc., qui permet à l'entrepreneur d'être accompagné et de recevoir un salaire afin qu'il puisse se concentrer pleinement sur son projet d'affaires.
- Beaucoup d'entreprises disparaissent par manque de subventions ou en raison de coupures budgétaires. Olivier Leblanc a notamment insisté sur l'importance d'établir dès le départ un modèle financier qui soit autonome. Les subventions doivent représenter une seconde option pour l'entrepreneur, lequel doit pouvoir compter sur d'autres revenus autonomes afin d'être en mesure de fonctionner sans subventions.
- Il est nécessaire de bâtir des ponts entre les entrepreneurs émergents et les entrepreneurs expérimentés qui sont devenus des modèles de réussite, d'où l'importance des programmes de mentorat. Le programme Adopte inc. permet notamment à des PDG de grandes entreprises d'adopter des jeunes entrepreneurs et de les rencontrer sur une base mensuelle pendant 12 mois.
- Il y a toutefois des limites aux programmes de mentorat. Les conseils ne sont pas toujours adaptés à la réalité de l'entreprise. Selon Marcelina Jugureau, les expériences de mentorat ne doivent pas être contraignantes; elles doivent se faire de façon naturelle, informelle. Une bonne connaissance des mentors et des mentorés (personnalités, entreprises, attentes) est indispensable pour garantir la qualité et l'efficacité des jumelages et des expériences de mentorat.
- En réponse aux entrepreneurs qui ont demandé des conseils pour réussir leur expansion à

l'international, les intervenants ont notamment insisté sur l'importance d'aller sur le terrain, de réseauter, se joindre à des groupes de discussion afin de créer des contacts et d'entamer de nouvelles relations d'affaires, puis d'entretenir ces relations une fois de retour au Québec.

## **2/ Les retombées économiques suite à des missions commerciales en Francophonie**

### **\_Mise en contexte**

Les entrepreneurs invités à titre de panélistes à cette table ronde ont réalisé, avec le soutien de LOJIQ, des missions économiques en Francophonie. Les échanges, animés par M. Kako Nubukpo, ont donc porté sur les retombées de ces missions économiques sur le parcours d'affaires de ces entrepreneurs. Un premier tour de table a permis à chaque panéliste de présenter brièvement son parcours entrepreneurial. Puis, les questions posées et les réponses apportées ont permis de mettre en lumière les opportunités d'affaires qu'offrent les pays de la Francophonie.

Les panélistes de la table ronde :

- **Melior Joseph**, fondateur de Chocomax, une entreprise haïtienne de transformation du Cacao, et ancien participant LOJIQ à une mission de prospection entrepreneuriale au Québec en 2014.
- **Déborah Cherenfant**, fondatrice de l'Atelier Coloré Design et éditrice du blogue de réussite en affaires Mots d'Elles. Soutenue par LOJIQ pour participer au Forum mondial des femmes francophones à Paris en mars 2012, ainsi qu'à la mission économique Entrepren'Elle en Haïti et au Sommet de l'Alliance des jeunes entrepreneurs du G20 en 2015.

- **Bastien Poulain**, fondateur de Sodas 1642, boissons artisanales développées localement au Québec. Soutenu par LOJQ pour participer à la mission d'entrepreneurs mentorés de la Fondation de l'entrepreneurship en France et au Sommet de l'Alliance des jeunes entrepreneurs du G20 en 2016.
- **Serge Poueme**, fondateur de Camidus, une société de technologie civique qui développe des plateformes de gouvernance géospatiales et multifonctionnelles combinant la cartographie, l'informatique et l'urbanisme. Soutenu par LOJQ pour participer à une mission commerciale multiseCTORielle en Côte d'Ivoire et au Cameroun, ainsi qu'à des missions de prospection en Guinée et en Turquie.

## **\_Principaux constats**

Les missions commerciales sont déterminantes à plusieurs niveaux pour les entrepreneurs de l'espace francophone, tel est le message principal envoyé par la table ronde.

Voici quelques exemples de ces retombées :

- Les missions commerciales permettent à un entrepreneur qui cherche à percer un marché étranger de valider l'hypothèse de départ, de rencontrer des acteurs du domaine, d'aller à la rencontre des clients et utilisateurs potentiels, de faire des essais sur le terrain et de travailler avec les acteurs locaux pour améliorer le produit proposé.
- L'importance de la mise en réseaux dans le cadre de missions commerciales a été mise de l'avant par les panélistes. En effet, pour l'entrepreneur qui se sent isolé par rapport aux problématiques et défis qui se posent à lui, les missions commerciales sont l'occasion de briser cet isolement, de repousser ses limites et d'aller à la rencontre d'autres entrepreneurs qui effectuent le même cheminement et qui se posent les mêmes questions. Pour Déborah Cherenfant, la première

mission commerciale réalisée en 2012, tout juste après le lancement de son blog, lui aura permis d'échanger avec d'autres entrepreneurs faisant face aux mêmes défis, de progresser et ainsi prendre confiance en elle et en ses capacités.

- Les missions sont l'occasion de développer des relations avec d'autres pays et de bénéficier du savoir-faire d'autres entrepreneurs de l'espace francophone. Pour Melior Joseph par exemple, la mission de prospection réalisée au Québec lui aura permis de développer des relations avec le marché québécois, relations qu'il cherche maintenant à perpétuer. Il souhaite par exemple pouvoir faire venir des stagiaires québécois au sein de son entreprise afin de pouvoir mieux valoriser les produits offerts par son entreprise et ainsi accéder au marché québécois.
- Il y a un changement de perception qui se produit lors de la réalisation de missions commerciales, par rapport aux distances géographiques et structurelles considérables qui existent entre les pays de l'espace francophone, et qui peuvent de prime abord décourager les entrepreneurs de rechercher des opportunités d'affaires ailleurs. Or, c'est en prenant connaissance des opportunités d'affaires, des marchés potentiels et de clientèles cibles qui existent, qu'on se rend compte qu'on peut aller au-delà de ces barrières.
- La Francophonie représente un levier pour les entrepreneurs afin de faire le grand saut. Par exemple, pour Melior Joseph, la réalisation d'une mission commerciale dans un autre territoire francophone aura été un élément déclencheur lui permettant de développer une fibre entrepreneuriale. C'est d'ailleurs au retour de cette mission commerciale au Québec, qu'il a décidé de lancer une entreprise de transformation locale de cacao. Dans le cas de Serge Poueme, les missions commerciales réalisées lui ont permis prendre connaissance de la possibilité de transposer son produit au sein d'autres pays francophones où les mêmes problèmes et défis se posent.

### 3/ Les outils et les moyens pour passer à l'action en entrepreneuriat

À titre d'entrepreneur ayant une grande expérience internationale, ainsi que de mentor et de conseiller en entrepreneuriat, Francis Bélime a présenté aux participants quelques conseils pratiques pour dynamiser et mettre en œuvre de bonnes pratiques d'affaires.

Les entrepreneurs sont souvent isolés et se sentent seuls par rapport aux problématiques qui se posent à eux. Pour rompre l'isolement, plusieurs solutions existent, parmi lesquelles, l'accès aux espaces de travail collaboratif, un bon moyen pour l'entrepreneur de développer son réseau professionnel, de partager et d'acquérir de nouvelles connaissances, de développer sa créativité. L'intégration au sein d'un incubateur permet aux entrepreneurs d'être accompagnés, de développer des partenariats d'affaires et de propulser le développement de leur entreprise. Dans son intervention, Francis Bélime a également évoqué les programmes de mentorat, lesquels permettent d'établir une relation de confiance avec un entrepreneur d'expérience, d'aller plus loin dans son projet d'affaires et de bénéficier d'une aide précieuse. Il existe donc de nombreuses ressources à la disposition des entrepreneurs, lesquelles sont nécessaires tant pour la réussite de leur entreprise que pour eux-mêmes, afin qu'ils soient bien disposés mentalement.



### 4/ Le financement participatif comme outil de développement en affaires

#### \_Mise en contexte

Lors des échanges, le problème de l'accès au financement à l'étape de démarrage a été soulevé à plusieurs reprises par les entrepreneurs. Ce panel sur le financement participatif visait justement à démontrer que les initiatives de financement participatif représentent une nouvelle avenue pour les entreprises en contribuant à la réalisation de leurs projets d'affaires.

Les intervenants de ce panel :

- **Alexandre Boucherot**, co-fondateur de Ulule - Ulule est une plate-forme de socio-financement qui vise à redonner du pouvoir aux créateurs, aux entrepreneurs et aux idéateurs du monde entier.
- **Antony Diaz**, co-fondateur UVOLT - UVOLT, dont la mission est de rendre l'énergie renouvelable plus accessible au quotidien, a lancé une campagne de financement participatif qui a connu beaucoup de succès.

#### \_Principaux constats

- Les plateformes de socio-financement ou de financement participatif permettent aux entrepreneurs de présenter leur projet aux internautes afin que ces derniers participent à leur financement en échange de contreparties non financières.
- Il existe plusieurs avenues de financement pour les entrepreneurs, le financement participatif représente une de ses avenues. Les entrepreneurs combinent cette solution à d'autres modes de financement dits « classiques ».
- La dynamique du financement participatif fonctionne par cercles. Les premières personnes

à financer proviennent de l'entourage immédiat de l'entrepreneur. Puis une relation de confiance va s'installer avec ses connaissances et ses amis, soit le 2<sup>e</sup> cercle de soutien pour ensuite rejoindre le grand public. Cette relation de confiance est très importante dans le succès d'une campagne de socio-financement.

- On constate un réel engouement pour les campagnes de socio-financement, engouement qui peut être attribué à l'intérêt du public pour participer à des aventures entrepreneuriales ainsi qu'aux retombées positives associées à la création d'un lien direct entre le public et le créateur du projet.
- Au-delà du financement, certaines plateformes offrent un service d'accompagnement à l'entrepreneur, lequel est primordial pour la réussite de sa campagne. C'est notamment le cas de la plateforme Ulule qui travaille en amont et pendant la campagne, avec l'entrepreneur, pour clarifier la façon de présenter son projet. Cet engagement dans l'accompagnement des porteurs de projets explique, selon son fondateur, le taux de succès de 70% que connaît la plateforme.
- Les campagnes de financement s'avèrent également être des outils précieux pour faire la promotion de l'entreprise et du projet, de même que pour construire une communauté autour du projet.
- Il y a une prise de conscience de la problématique de l'accès aux plateformes de financement en Afrique. En effet, les solutions de paiement auxquelles ont recours ces plateformes ne sont pas disponibles dans certains pays africains. Il y a une volonté de trouver des solutions pour permettre aux entrepreneurs africains d'accéder directement à ces plateformes, mais la mise en place de ces solutions est fastidieuse.

## 5/ L'entrepreneuriat et la Francophonie économique

### \_Mise en contexte

Ce panel visait à conclure les échanges en faisant intervenir des personnes qui travaillent activement pour la dynamisation de la Francophonie économique et qui sont susceptibles de pouvoir agir à titre de conseillers pour les entrepreneurs de la délégation LOJIQ.

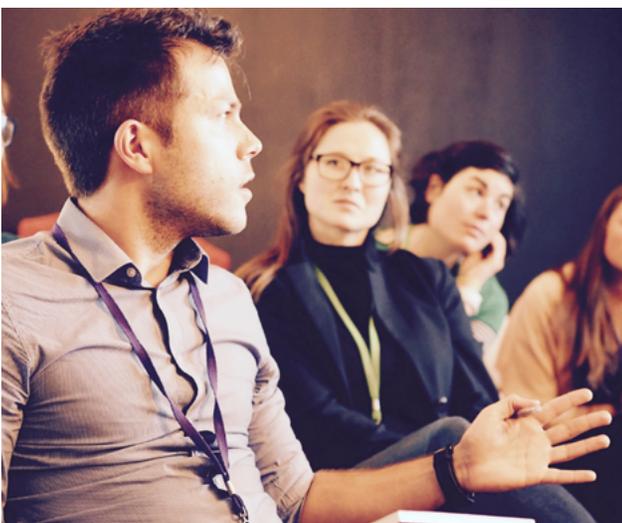
Les intervenants présents à ce panel :

- **Mariam Sy Diawara**, présidente-Directrice générale de la Maison d'Afrique et de l'Africa Web Festival.
- **Marjorie Villefranche**, directrice générale de la Maison d'Haïti.
- **Monsef Derraji**, président-directeur général du Regroupement des jeunes chambres de commerce du Québec (RJCCQ).
- **Pierre-Luc Lachance**, directeur général de Québec Numérique.

### \_Principaux constats

- L'Afrique est un continent qui offre des occasions d'affaires exceptionnelles. Les jeunes entrepreneurs africains doivent donc développer des projets qui répondent à leurs besoins tout en tenant compte des réalités de leur territoire. Il est important pour eux de trouver les ressources nécessaires par eux-mêmes et travailler à partir de ce qu'ils ont pour mettre en place ces projets. Il importe également de ne pas être dans une situation constante de quête financière. Par exemple, diverses initiatives déployées par Mariam Sy Diawara visent à accompagner ces jeunes dans le déploiement de leur initiative sans pour autant leur donner une aide financière.

- Avant de lancer son entreprise, il est important de cibler les secteurs porteurs afin d'augmenter ses chances de réussir. Il faut aussi penser à créer des contextes humains favorables plutôt que de penser tout de suite aux occasions d'affaires.
- Si la persévérance et la volonté d'entreprendre ont été mises de l'avant de façon unanime par les intervenants, en tant que qualités déterminantes dans le succès d'une entreprise, la nécessité pour l'entrepreneur de bien s'outiller s'il veut réussir et faire face aux défis qui se présenteront à lui, a été reconnue comme étant aussi fondamentale.
- La Grande rencontre des jeunes entrepreneurs aura permis de mettre en évidence plusieurs bonnes initiatives entrepreneuriales qui existent au sein de la Francophonie. Or, il importe de structurer ces initiatives entrepreneuriales au sein d'un réseau qui va permettre de mettre en évidence ces initiatives et de les appuyer. L'une des options est celle du Regroupement des jeunes chambres de commerce du Québec qui travaille en ce sens avec un projet de création d'un réseau de jeunes chambres de commerce de la francophonie.
- Il y a également un projet de créer un rassemblement francophone d'événements autour du numérique afin de favoriser l'échange entre les entrepreneurs, lequel est indispensable à la création de projets entrepreneuriaux.



## 6/ Activités organisées par la Jeune Chambre de commerce de Montréal

### –Panels et conférences

Le 27 avril, à l'espace New City Gas, a eu lieu la principale journée de conférences, d'ateliers et de compétitions éclair d'affaires réunissant environ 600 personnes. Les jeunes de la délégation LOJIC ont eu notamment l'occasion d'assister à trois conférences ayant comme trame de fonds « Au delà des notions traditionnelles, les meilleures pratiques d'ici et d'ailleurs » .

Une première conférence axée sur « la stratégie et image de marque » a permis de relever l'importance pour toute entreprise de définir une stratégie de marque efficace, un processus qui demande temps et réflexion, et qui impose à l'entrepreneur de faire un travail de rétrospection afin de répondre à un certain nombre de questions concernant la mission de l'entreprise, ses valeurs, sa clientèle cible et les besoins auxquels le produit cherche à répondre. Puis vient la conception de l'identité visuelle afin que les clients puissent facilement s'identifier à cette image et devenir ensuite des ambassadeurs de l'entreprise et du produit.

La thématique de l'innovation et de la créativité a fait l'objet d'une table ronde au cours de laquelle les intervenants ont suggéré des moyens pour favoriser l'innovation au sein d'une entreprise. Parmi ceux-ci, la nécessité pour l'entrepreneur d'aller voir ailleurs, d'aller à la rencontre de personnes d'autres secteurs d'affaires pour s'inspirer et générer de nouvelles idées.

Finalement, dans le cadre de la table ronde axée sur le développement durable et les changements climatiques, les différentes interventions ont permis de démontrer que les changements climatiques ont ouvert la porte à plusieurs mouvements et initiatives entrepreneuriales qui sont encourageantes et optimistes.

Un moment fort de ce grand rassemblement a été la présentation des discours très inspirants de la Secrétaire générale de la Francophonie, son Excellente la très honorable Michaëlle Jean, et de la ministre des Relations internationales et de la Francophonie, madame Christine St-Pierre. Elles ont de plus participé à deux tables rondes, dont une avec des organismes partenaires du Gouvernement du Québec oeuvrant dans le domaine de l'entrepreneuriat jeunesse et l'autre portant sur les enjeux reliés à l'entrepreneuriat au féminin dans l'espace francophone. Pour rappel, les comptes rendus de ces tables rondes figurent dans ce rapport.

## **\_Compétition de présentations éclair d'affaires**

Une compétition de présentations éclair d'affaires figurait également à l'ordre du jour de la journée du 27 avril. Il s'agissait d'une occasion privilégiée pour les entrepreneurs d'affaires présélectionnés, de se faire conseiller par des personnalités de renom et de pouvoir réagir en direct à leurs commentaires. Au terme de la première ronde, le finaliste de chaque catégorie a présenté sur scène son projet d'entreprise devant les juges et le public.

LOJIQ a offert quatre bourses de mobilité LOJIQ de 1500 \$ chacune, aux candidats ayant démontré le plus grand potentiel de développement international lors de la première ronde du concours de présentations éclair d'affaires. Un entrepreneur par catégorie a été choisi :

- **Catégorie 1**  
Développement durable et changements climatiques, **El Amine Souef**, originaire de Montréal, cofondateur de Massi solutions d'habitation.
- **Catégorie 2**  
Industrie numérique, **Jean-Luc Francisco Semedo**, originaire du Sénégal, à la tête de Technologique Diambars mobile.

- **Catégorie 3**  
Économie créative, **Marie-Hélène David**, originaire de Québec, cofondatrice de Kanevas.
- **Catégorie 4**  
Entrepreneuriat social, **Tidiane Ball**, originaire du Mali, fondateur de Malisanté.

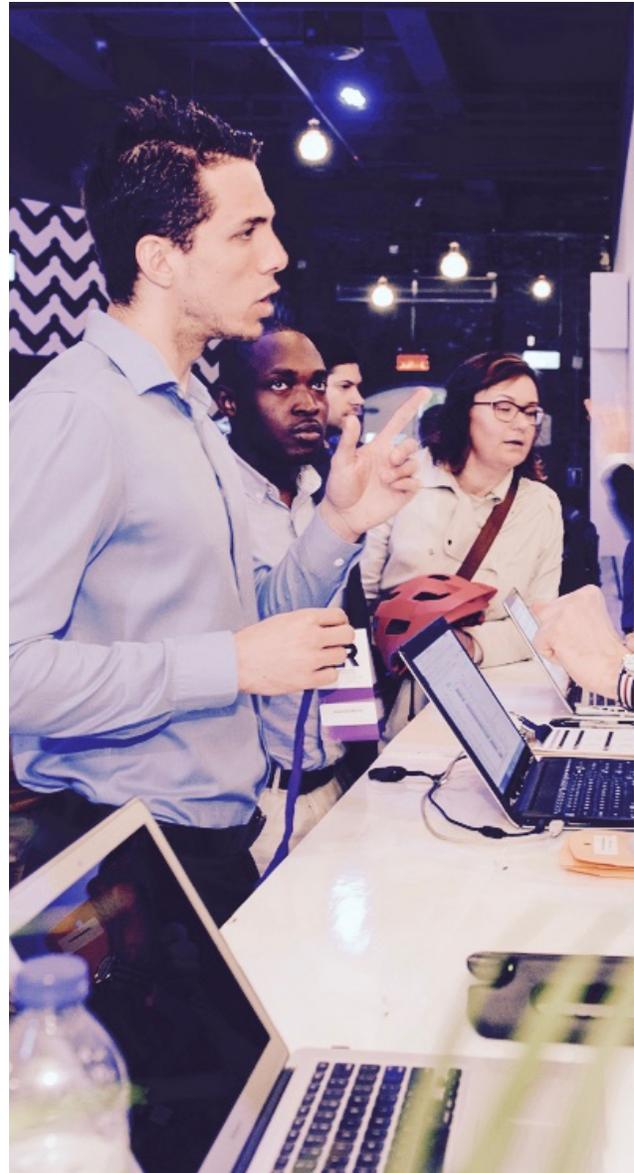
D'autres bourses ont été remises aux finalistes de chaque catégorie ainsi qu'au grand gagnant :

- **Catégorie 1**  
Développement durable et changements climatiques, remise par District 3, **Mohamed Khalil**, originaire de Montréal, fondateur de Pyrocycle Montréal.
- **Catégorie 2**  
Industrie numérique, remise par KPMG, **Jean-Luc Francisco Semedo**, originaire du Sénégal, à la tête de Technologique Diambars mobile.
- **Catégorie 3**  
Économie créative, remise par Gowling WLG, **Marie-Hélène David**, originaire de Québec, cofondatrice de Kanevas.
- **Catégorie 4**  
Entrepreneuriat social, remise par la Société de développement et d'habitation de Montréal (SHDM), **Marianne Burkic**, originaire de Montréal, fondatrice de Yapouni.
- **Grand prix**,  
remis par la Banque Nationale, **Marianne Burkic**, originaire de Montréal, fondatrice de Yapouni.

## **\_Visites d'entreprises<sup>1</sup>**

L'objectif des visites d'entreprises de la Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone était de favoriser l'échange de connaissances avec des entrepreneurs de renom montréalais et de jeunes entreprises d'ici. Les participants étaient divisés en quatre groupes, selon l'intérêt principal de chacun, afin de visiter différentes entreprises au cours de la journée. Les quatre parcours thématiques ont été créés en lien avec les thèmes abordés et les catégories de la Compétition de présentations éclair d'affaires du 27 avril.

Ces visites ont permis aux membres de la délégation de découvrir des entrepreneurs montréalais et d'avoir des échanges personnalisés sur les parcours et réalités de chacun. Il s'agissait également d'une occasion pour les entrepreneurs d'ici d'échanger, de s'inspirer de nouvelles pratiques et de prendre connaissance des défis de chacun liés à l'entrepreneuriat dans le monde francophone.



© SYLVIE-ANN PARE

<sup>1</sup> Retrouvez le programme détaillé des visites d'entreprises dans le guide du participant (cf. table des matières).

# CONCLUSION

Au terme de cette Grande rencontre des jeunes entrepreneurs du monde francophone, la francophonie économique s'est enrichie des histoires entrepreneuriales, des expériences, du savoir-faire des jeunes entrepreneurs présents. À travers les échanges, les conférences et les activités de réseautage, ils ont fait part de leurs motivations, aspirations et frustrations. Ils ont mis de l'avant les défis auxquels ils font face, défis qui sont parfois communs aux entrepreneurs quels que soient leur domaine d'activité et leur réalité territoriale. Ce fut notamment le cas en ce qui a trait à la recherche de financement, à la prise de risque et à la mise en place d'une stratégie de marque. Les discussions ont relevé l'existence de défis propres à certains territoires de l'espace francophone, tels que le taux de chômage élevé chez les jeunes au sein de certains pays francophones africains, l'accès limité aux nouvelles technologies ainsi que la perception négative de la nature du rôle et du statut de la femme qu'on observe plus particulièrement dans les pays du Sud. Ces défis demandent de mettre en place des solutions à plus petites échelles qui tiennent compte des réalités locales.

Ainsi, en réponse aux problématiques globales évoquées, les entrepreneurs ont identifié des pistes de solutions qui pourraient être mises en place sur une plus grande échelle, au sein même de l'espace francophone. Ces actions visent à permettre aux entrepreneurs de profiter des opportunités d'affaires liées à l'espace francophone, favoriser leur mobilité internationale et multiplier les occasions de réseautage, d'échanges et de partenariats entre eux. On remarque également que la mise en œuvre de ces actions repose en partie sur des institutions gouvernementales et internationales tel que l'Organisation internationale de la Francophonie. Parmi ces pistes d'actions, la création d'un réseau de jeunes entrepreneurs et de chambres de commerce au sein de la Francophonie économique,

la création d'un incubateur de la Francophonie en ligne ou encore l'instauration d'un label « Fabriqué en Francophonie ». En complément de ces actions à grande échelle, des actions plus locales ont été proposées, lesquelles doivent être portées par les entrepreneurs et les acteurs locaux qui détiennent une certaine expertise. A titre d'exemple, mentionnons la mise en place d'organismes mobiles destinés à appuyer et conseiller la clientèle féminine des régions isolées ou rurales des pays du Sud, la diffusion des histoires à succès et des bonnes pratiques via des plateformes et blogues, l'augmentation des occasions de réseautage afin d'aller à la rencontre d'autres entrepreneurs et ainsi trouver des réponses aux défis rencontrés tout en prenant confiance en soi.

S'il ressort des discussions que les réseaux font partie des solutions mises de l'avant pour renforcer la connexion entre les entrepreneurs de l'espace francophone, le développement de ces réseaux doit pouvoir permettre d'aller chercher et d'associer les collectivités territoriales afin de favoriser et valoriser le savoir faire. Ces réseaux doivent donner un espace de visibilité aux jeunes entrepreneurs car, comme l'a rappelé la Secrétaire générale de l'Organisation internationale de la Francophonie, les entrepreneurs, de par les initiatives qu'ils portent, font eux-mêmes partie des solutions pour répondre aux défis de la Francophonie économique.

# PARTICIPANTS

## ÉCONOMIE CRÉATIVE

**MENDY Bénédicte**  
Okana - Côte d'Ivoire

**LAVACK Liliane**  
Les productions MixtE Inc - Canada

**PÉPIN Valécia**  
Avenue 4 Production - Canada

**TCHUIGOUA Marlyse**  
Kem's Fashion Inc. - Canada

**BRIAND Noémie**  
Noémie Briand EURL - France

**FAVRE Marion**  
Ici Là Là - France

**FRADET Adeline**  
Whisperies - France

**SMITH Makendy**  
Mak Pa Nou Création - Haïti

**VOLSAINT Abner**  
La Confiserie Soulouquoise - Haïti

**EL KHALIDY Rime**  
Lioumness - Maroc

**TAHIRI Chama**  
Encore - Maroc

**ALVAREZ HERRERIAS Fatima Ines**  
Someone Soewhere - Mexique

**FLORES TOBIAS Carolina Elizabeth**  
La Marchanta - Mexique

**HERNANDEZ TAVARES Cesar Francisco**  
Ingénieur et entrepreneur en démarrage - Mexique

**BARRY IBRAHIM O Fatoumata**  
Adelle & Compagnie - Niger

**MALAM IBRAHIM Mahaman Saguirou**  
Dangarama - Niger

**LIMOGES Kim**  
Aventure Rose-des-Vents - Québec

**MARTIN Owen**  
Moringa - Québec

**SIMARD Judy**  
Lumigny - Québec

**VIGNON-VULLIERME Karelle**  
Blogue «Les Gourmandises de Karelle» - Sénégal

**HOINSOU Koffi Edem**  
The Paul Jams Bureau - Togo

**DE RIDDER Marie-Odile**  
Flocon - Wallonie-Bruxelles

**POURBAIX Célia**  
Projet de réhabilitation des lieux abandonnés à Charleroi - Wallonie-Bruxelles



## DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES

**DIALLO Amadou Tidiane**  
Énergie du ciel Guinée - Guinée

**HOUNGUEVOU Justin**  
Le Zénith - Bénin

**KOUAKOU Kouame Sylvere Romaric**  
Green Countries - Côte d'Ivoire

**NDAYIKENGURUKIYE Ninon**  
Le Marché Mobile - Burundi

**DOUVILLE Martin**  
Carrefour Nunavut - Canada

**EL-KHOURY Youssef**  
Mico Vie - Canada

**JAMESON Derrick**  
Jameson Saltwater Ecosystems Inc - Canada

**SHALE Kevin**  
Low Environmental Impact technologies - Canada

**PROUX Mathieu**  
G-Keep - France

**ROSSIGNOL Chloé**  
Fleurs d'Ici - France

**AGOUMALLAH Leila**  
Safaree Dream - France

**BASKOUN Yassine**  
EasyControl - Maroc

**TORAL ROBLES Adrian**  
Nutrisec - Mexique

**GHOMSI Didier**  
Bâtiment et travaux publics - Cameroun

**VILLANI CATALAN Elvia**  
Entrepreneure en démarrage dans la production de  
café organique - Mexique

**MONTALVAN IBARRA Samantha**  
NopaTe - Mexique

**IBRAHIMA MOUNKAILA Ridouane**  
Eco-Services Plus - Niger

**DORCÉAN Claude Jessica**  
Moringa - Québec

**NAKOUTELAMIO Vlady**  
Vlady Conseils & Services (VCS) - Québec

**TSHISHIMBI Etienne**  
TKEB Groupe - Sénégal

**KELGUE Salomon**  
Projet d'entreprise dans le domaine de la collecte  
et le recyclage des déchets ménagers - Tchad

**OUANES Mohamed Haroun**  
Phytague - Tunisie

**DOLAGBENOU Kossi**  
EP-Group | Energy For People - Togo

**BELGRADO Sandrine**  
Le Boentje café - Wallonie-Bruxelles

**BRANDERS Gauthier**  
Projet de démarrage d'une entreprise  
indépendante d'expert/conseil en agriculture -  
Wallonie-Bruxelles

**COGNAUX Nicolas**  
CovEvent - Wallonie-Bruxelles

**LAVENNE Victoria**  
Le Boentje café - Wallonie-Bruxelles



# PARTICIPANTS *SUITE*

## ENTREPRENEURIAT SOCIAL

### **AYENAN Mathieu**

Coopérative Agro-pastorale et Agro-alimentaire du Bénin - Bénin

### **DARI John**

Apiservices Monde - Bénin

### **CAREY Diane**

Carey Consultants - Canada

### **HENRIE Marc**

JMH Consultations et développement - Canada

### **KACEM Tarik**

interLUDENS - Canada

### **KATAGURUTSE Jules César**

Le Labo des Jeunes à Moncton - Canada

### **MOHAMMAD Ansa**

Bridgeóix - Canada

### **DECUIR Rachel**

Cooperative Adventures Freelance - États-Unis (Louisiane)

### **MAINGE Jenna**

Tourisme durable et solidaire - France (Martinique)

### **BRUCHLEN David**

Science me Up - France

### **FAUCHILLE Claire**

Humaniteam - France

### **SOVIGNET Audrey**

I Wheel Share - France

### **OUATTARA Sarah**

Samara Conciergerie - France

### **SEBAIHI Sabrina**

Association Cercle Franco-Algérien - France

### **THELUSMA Marc-Edwens**

Groupe Praxis d'Haïti - Haïti

### **JOSEPH Melior**

Chocomax - Haïti

### **RAONISON Andrianjaka Hasina Maminirina**

CyberCLIC - Madagascar

### **BALL Tidiane**

Malisanté - Mali

### **BADIBANGA Leattytia**

Les Pattes Jaunes - Québec

### **BERNARD Marie**

Coopérative de solidarité les 7 vies - Québec

### **KELLEY Rémi**

Sérigraphie textile - Québec

### **KWETCHEU GAMO Annick**

Forum Jeunesse Afro-Québécois - Québec

### **KOUO Sonia**

CamCoa - Québec

### **HONOU Koffi Dodji**

Digitex Plus - Sénégal

### **DUVAL Camille**

Into the spoon & Beerfood - Wallonie-Bruxelles

### **VOSTERS Charles**

Skilliz - Wallonie-Bruxelles

### **OBIN Guiako**

Kid Lab - Côte d'Ivoire

### **NAHOA Sahoné Pierre-Augustin**

Optimize Africa SARL - Côte d'Ivoire

**SESHIE Richard**  
L'Association 3535 - Côte d'Ivoire

**NÉRON Laurence-Olivier**  
Entreprise Femme Alpha - Québec

**ARREDONDO RODRIGUEZ Daniel**  
NearWork - Mexique

**SÁNCHEZ GARCÍA Janette Lizette**  
La Route Mexicaine - Mexique

**GUEYE Ndeye awa**  
WICHI Assistant - Sénégal

**FAYE Malick**  
móinformatique - Sénégal

**NGUYEN Hoai-Tuong**  
ACTICIO - Vietnam

**NGUYEN Thu**  
StarShade - Vietnam

**BROZE Louis-Philippe**  
Spentys - Wallonie-Bruxelles

**CORMAN Jeremy**  
Plunch - Wallonie-Bruxelles

**FICARROTTA Michaël**  
Perfectpitch.be - Wallonie-Bruxelles

**TOMBEUR Alexandre**  
Venga - Wallonie-Bruxelles

**RIVOSOANIAINA Alain Nimbol**  
Société ARAM Fianarantsoa Madagascar -  
Madagascar

**SEMEDO Jean Luc Francisco**  
HOPE - Sénégal

**HABACHI Ahmed**  
Cybersécurité - Tunisie

**GBEKPON Sevi Samuel N'guessan**  
Young Power - Côte d'Ivoire



## INDUSTRIE NUMÉRIQUE ET TECHNOLOGIQUE

**AKOTOSSODE Elodie**  
Women TechMakers - Bénin

**MILLA Balloud Gregory**  
Traffety - Côte-d'Ivoire

**ABDOULAYE SAMRI Yacouba**  
Nunavut Moving & Services - Canada

**FUNDI Serge**  
WinnovICT - Canada

**GRELET Adrien**  
Tobeca - France

**SCALIA Jérôme**  
Awaken - France

**DIARRA Smaila**  
Dioki - France

**BERRADA Nadir**  
Seekook - Maroc



PHOTOS © LOJIQ

**Merci** à nos partenaires

