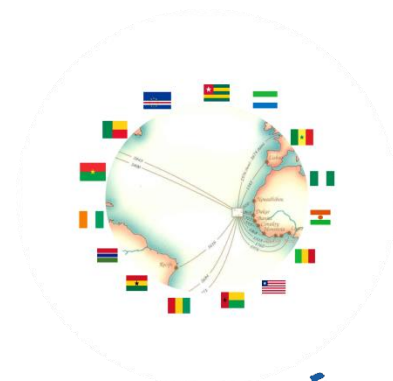


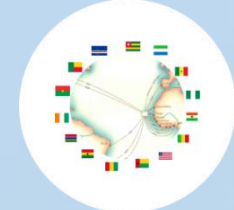
ATLANTIC BUSINESS FORUM POSITIONNEMENT DES ENTREPRISES ET PRODUITS SUR DES MARCHÉS D'EXCELLENCE



CAP VERT
PRAIA
ÎLE DE SANTIAGO
CAP VERT

CAP VERT
UN
LIEN AVEC LES MARCHÉS D'EXCELLENCE





Item	Pag	Item	Pag	Item	Pag
Résumé exécutif	3	Programme de fédéralisation	15	Assistance juridique et traducteurs	25
Espace Entreprises	4	Conseil d'Affaires	16	Modalité de paiement	26
<i>Le marché africain</i>	5	Exportation et reexportation du Cap Vert	17	Soutien aux affaires	27
Événement d'Atlantic Business Forum	6 - 7	Avantages du système proposé	18	Commissions sur les ventes réalisés	28
Plateforme en ligne d'Atlantic Business Fórum	8 – 9	Flux d'affaires de la chaîne production	19	Flux de paiement des commissions	29
Chaîne de Valeur d'Atlantic Business Forum	10-11	Planification et gestion du marketing	20	Modalité d'analyse d'impact des activités	30
L'intégration des applications	12	Participation au marché	21-22	Synergies stratégiques	31
Produis et services à commercialiser	13	E-commerce en Afrique	23	Calendrier de mise en œuvre de la plateforme	32
Modèle élargi développement des services	14	Forfaits solution petits import / export	24	Point Focaux	33





SOMMAIRE EXÉCUTIF

Ce document résume le potentiel des marchés et un ensemble d'outils disponibles pour faciliter l'accès à ces mêmes marchés qui sont pleins d'opportunités et de potentiel.

Les marchés considérés sont :

- Marché de la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest – *CEDEAO*, avec plus de 400 millions de consommateurs ;
- Marché Européen, avec plus de 500 millions de consommateurs, dans le cadre du partenariat privilégié entre le Cap Vert et l'Union Européenne ;
- Le marché américain, avec plus de 300 millions de consommateurs, dans le cadre du programme *AGO* ;
- Marché brésilien, avec plus de 200 millions de consommateurs, dans le cadre de la Communauté des pays de langue portugaise, *CPLP*, dont le Cap Vert et le Brésil font partie intégrante ; et
- Le marché de la Zone de Libre-Échange Continentale Africaine (*AFCFTA*), avec plus de 1 300 millions de consommateurs dont le Cap Vert, en plus d'être partie intégrante, occupe des positions stratégiques sur ce grand marché grâce à des liens de plus de 500 ans avec les Pays Africains de Langue Officielle Portugaise (*PALOP*) : Angola ; Cap Vert ; Guinée Bissau ; Le Mozambique et São Tomé et Príncipe. Ce marché est considéré comme le plus grand au monde en nombre de pays impliqués.

Les instruments à la disposition des entreprises sont :

- Un événement qui constitue un véritable contexte d'affaires et de mise en réseau : L'Atlantic Business Forum ;
- Des sessions spécifiques pendant l'événement pour présenter les produits, services et opportunités de partenariat d'affaires ;
- Une plateforme de placement de produits, gratuite, avec possibilité de vente en ligne et hors ligne ;
- Un solide programme de Marketing Digital visant à positionner les entreprises et les produits sur les marchés susmentionnés ;
- Services de logistique maritime et aérienne permettant des expéditions de petits volumes pour les petits importateurs et exportateurs ;
- Conseil Juridique et Fiscal permettant le positionnement et le suivi des entreprises sur les marchés et la consolidation de ces positions ;
- Equipe Conseil en communication avec le marché en trois langues : Portugais ; Français et Anglais.
- Un réseau de Points Focaux sur les marchés qui accompagnent les entreprises dans leurs relations avec les institutions appropriées, les fournisseurs, les importateurs, les exportateurs et les clients.

Les entreprises livrent leurs produits à l'Atlantic Business Forum, avec la garantie de qualité et des prix compétitifs, des équipes de professionnels expérimentés et une connaissance approfondie des marchés créant de la valeur pour ces produits et générant de la richesse pour les entreprises et les pays concernés. L'Atlantic Business Forum est ainsi un lien entre les producteurs, les distributeurs et les marchés.

ESPACE ENTREPRISES présente une solution capable d'établir et de maintenir des entreprises connectées en permanence aux marchés et au monde des affaires à partir d'un seul Center de Service.

Solution capable d'accumuler de l'expérience, de gérer et de distribuer des produits, d'émuler l'excellence commerciale dans la valorisation, de tirer parti des opportunités d'affaires et de partager les ressources et les tâches administratives, technologiques et logistiques.

ESPACE ENTREPRISES est une unité organique qui intègre et gère tous les services nécessaires aux importateurs et exportateurs, de la collecte des volumes depuis l'origine et la livraison jusqu'à la destination finale, y compris l'expédition par voie maritime ou aérienne

Notifications électroniques des commandes

Espace réservé aux entreprises

Services en ligne

Alertes e-mail et SMS

Notification de paiement

Paiement en ligne

Facturation en ligne

iBUSINESS

Gestion des stocks et des commandes

Gestion des fournisseurs et des clients

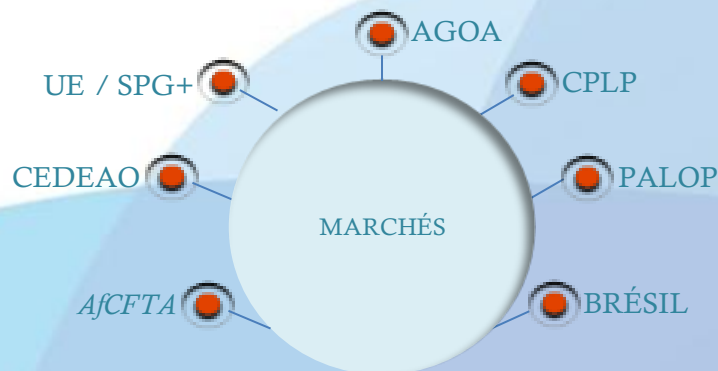
Communication et notification de paiement

Assistant virtuel de gestion des commandes

Dialogue interactif et assisté avec assistant virtuel

Système de gestion intégré d'entreprise

Accès égal au marché pour les petites et grandes entreprises



ESPACE
ENTREPRISES

PARTAGER

Tirer parti de la compétitivité des entreprises

Interopérabilité

Sécurité et fiabilité

Gestion des ventes

Services en temps réel

Processus d'affaires visuels

Décentralisation

Capacités en temps réel

Distribution en ligne de catalogues et produits

**RÉSEAU
VIRTUEL**

Réseau de télétravail

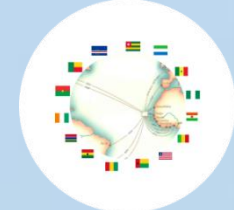
Présence sur le marché global

Satisfaction des clients

Partage de ressources

Réduction des coûts

Bureau virtuel





LE MARCHÉ AFRICAINE ZONE DE LIBRE ÉCHANGE CONTINENTALE AFRICAINE

La Zone de Libre-Échange Continentale Africaine (AFCFTA) est une zone de libre-échange fondée en 2018, qui est entrée en vigueur le 1er janvier 2021. Le pacte relie plus de 1,3 milliard de personnes dans 54 pays africains.

La Zone de Libre-Échange Continentale Africaine (AFCFTA) est la plus grande au monde en nombre de pays concernés, 54 pays ; la population africaine de 1 373 486 514 habitants, représentant 17,4 % de la population mondiale ; 594 008,09 internautes (au 31 mars 2021) ce qui représente 43,2 % de la pénétration de la population ; le taux de croissance des internautes sur le continent ayant augmenté de 2000 à 2021 de 13 058 % (treize mille cinquante-huit pour cent). Cela représente une énorme opportunité pour les entreprises dans un contexte où la transition numérique et la numérisation de l'économie représentent un facilitateur incontournable d'accès aux marchés sans barrières.

L'accord propose que les membres suppriment les droits de douane sur 90% des marchandises, permettant un accès gratuit aux produits de base, aux biens et aux services à travers le continent. La Commission Économique des Nations Unies pour l'Afrique estime que l'accord augmentera le commerce intra-africain de 52% d'ici 2022.

Les objectifs généraux de la Zone de Libre-Échange Continentale Africaine sont :

- » La Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAF) représente une énorme opportunité pour les pays africains pour le développement économique, social et pour augmenter la productivité ;
- » La mise en œuvre de la ZLECAF a un impact direct et très positif sur les mesures de facilitation du commerce, sur la réduction de la bureaucratie et la simplification des procédures douanières, et sur l'augmentation des gains de revenus pour les citoyens.
- » Contribuer à faire avancer plusieurs réformes profondes en cours sur le continent, visant à accroître la croissance à long terme dans les pays du continent africain.
- » Création d'un marché unique, visant à approfondir l'intégration économique du continent ;
- » Mise en place d'un marché continental libéralisé ;
- » Aider à la mobilité des personnes, des biens et des capitaux, en facilitant les affaires et les investissements sur le continent ;
- » Instituer la mise en place d'une union douanière continentale ;
- » Réaliser un développement socio-économique durable et inclusif et des transformations structurelles dans les États membres ;
- » Accroître la compétitivité des pays membres sur le continent et sur le marché mondial ;
- » Encourager le développement industriel par la diversification et le développement de la chaîne de valeur régionale, le développement agricole et la sécurité alimentaire sur le continent.

Le Secrétariat de la Zone de Libre-Échange Continentale Africaine a son siège au sein de la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest - CEDEAO. La CEDEAO est l'un des blocs économiques les plus importants du continent africain et compte plus de 400 millions de consommateurs et environ 221.724.638 internautes. Dans ce contexte, l'existence d'un outil et d'une stratégie de Marketing Entrepreneurial robustes et le positionnement des entreprises et des produits sur ce marché et sur d'autres marchés d'excellence fournis par le Cap-Vert est crucial.





L'ÉVÉNEMENT ATLANTIC BUSINESS FORUM

L'Atlantic Business Forum est une plateforme d'affaires et de mise en réseau. A travers la plateforme web respective et les micro-sites associés, un ensemble d'outils de positionnement des entreprises et des produits sur différents marchés est mis à disposition, à savoir :

L'Atlantic Business Forum est une plateforme d'affaires et de mise en réseau, propriété du groupe **ABRIMAR INVESTMENT**, SA, qui, à travers sa plateforme web et les micro-sites associés, fournit un ensemble d'outils pour positionner les entreprises et les produits sur différents marchés, notamment :

- Une plateforme permettant aux entreprises de déposer leurs produits et services, gratuitement et dans les conditions présentées dans ce document ;
- Un accompagnement personnalisé d'une équipe dédiée dans la gestion des Plans Marketing Digital et la promotion des produits et services sur les marchés sur les plateformes de l'Atlantic Business Forum ;
- Gestion et maintien de la présence des produits et services des entreprises participant à l'événement sur la plateforme web susmentionnée, afin de les positionner et de consolider leur présence constante sur les marchés principaux ;
- Edition et diffusion périodiques d'une newsletter à travers laquelle les produits et services des entreprises participant à l'événement seront divulgués dans les marchés cibles.
- Positionner les entreprises participant à l'événement sur les marchés cibles en tant qu'acteurs d'affaires, de croissance, de développement et de création de richesse.

1.0 Divulcation des produits et services des entreprises participant à l'événement

Dans le but de faire connaître leurs produits et services, les entreprises participant à l'événement disposent d'une plate-forme Web spécifique à travers laquelle leurs produits et services peuvent être divulgués sur tous les marchés couverts par les objectifs de l'événement :

1.1 Pour chaque entreprise participant à l'événement, en plus du logo correspondant, il y aura une brève description des caractéristiques des produits et services, en trois langues : Portugais ; Anglais et Français;

1.2 Les informations publiées sur ce site Web seront conservées jusqu'à 120 jours avant la date de la prochaine édition de l'événement, au cas où l'entreprise déciderait de ne pas participer à l'édition suivante;

1.3 L'inscription sur la Plateforme, ainsi que les services fournis pour l'insertion et la maintenance des produits et services sur la Plateforme, ne nécessitent aucun paiement de la part des entreprises participant aux événements organisés par l'Atlantic Business Forum ou par toute entité faisant partie de son groupe d'entreprises.

1.4 Tous les paiements seront effectués sur la base d'un pourcentage basé sur la valeur des produits ou services réellement commercialisés via cette plate-forme.

1.5 Les entreprises ne participant pas à l'événement et souhaitant divulguer leurs produits et services sur la plate-forme Web susmentionnée, peuvent le faire en payant en plus d'un pourcentage de la valeur de chaque produit ou service réellement traité, un paiement mensuel, trimestriel, semestriel ou annuel ;

1.6 Une équipe spécialisée maintiendra en permanence les informations saisies sur la plateforme web et les entreprises pourront demander des modifications / corrections / mises à jour de ces informations à tout moment et sans frais ;

L'ÉVÉNEMENT ATLANTIC BUSINESS FORUM



1.7 Les entreprises participant à l'événement peuvent également, pendant la période de validité des informations respectives dans l'espace réservé sur la plateforme web, publier des bulletins d'informations trimestriels, qui seront personnalisées avec l'identité graphique de l'Atlantic Business Forum, à travers lesquelles les informations relatives aux produits et services respectifs en trois langues : portugais ; anglais et français. L'équipe spécialisée susmentionnée diffusera périodiquement et sélectivement des informations aux importateurs et exportateurs potentiels, et le bulletin d'information susmentionné sera personnalisée par l'équipe chargée de gérer le système d'information de l'Atlantic Business Forum ;

2.1 Toute demande d'informations sur les produits ou services par des parties potentielles intéressées, y compris toute commande, sera aisément communiquée à la société cible.

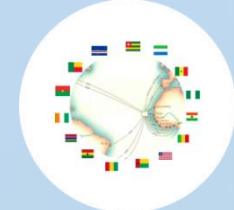
Networking pour les principaux marchés :

- » Communauté Economique des États de l'Afrique de l'Ouest – *CEDEAO*, avec plus de 400 millions de consommateurs, le Cap-Vert étant l'un des 15 pays membres ;
- » Union Européenne, avec plus de 500 millions de consommateurs, à laquelle le Cap-Vert est lié par un accord spécial de partenariat ;
- » Les États-Unis d'Amérique avec plus de 300 millions de consommateurs, le Cap-Vert étant lié par le programme AGOA, on estime que plus de citoyens d'origine capverdienne résident aux États-Unis d'Amérique que ceux résidant sur le territoire national ;
- » Le Brésil avec plus de 200 millions de consommateurs, avec lequel le Cap-Vert est lié par des liens historiques et partage la même langue officielle et intègre le même bloc économique et culturel la Communauté des Pays de Langue portugaise – *CPLP*.
- » Depuis plusieurs siècles, le Cap-Vert entretient une relation de grande complicité et des relations fortes avec un groupe de pays africains dont la langue officielle est le portugais. La dispersion géographique entre ces pays confère au Cap-Vert une position économique sur des marchés très pertinents, permettant ainsi au Cap-Vert la possibilité d'une présence sur toute la longueur du continent africain, notamment dans le cadre de la Zone de Libre-Échange Continentale Africaine.

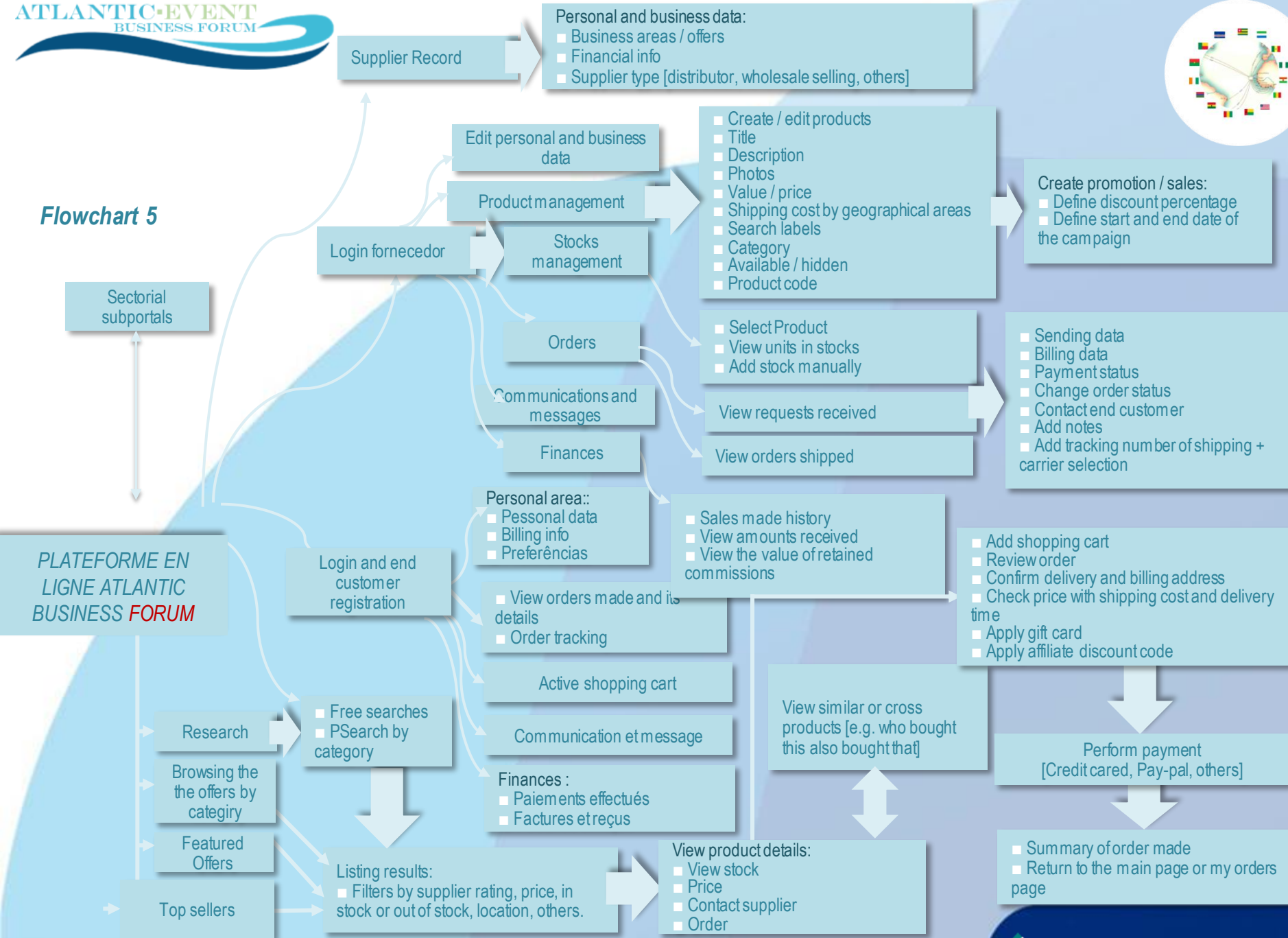
Ce document résume les avantages dont les entreprises, en général, pourront profiter en participant à l'événement Atlantic Business Forum, gagnant le droit d'avoir une présence sur une plateforme Web à travers laquelle leurs produits et services seront présents sur ces marchés. Lorsque les entreprises rejoignent ce réseau d'affaires, elles bénéficient d'un ensemble d'avantages, parmi lesquels se distinguent :

- Les produits et services respectifs seront promus gratuitement sur les plateformes Web de l'Atlantic Business Forum ;
- L'accès à un ensemble de services assistés numériquement mis à disposition via la plateforme Atlantic Business Forum ; profitant des avantages de la dématérialisation et de la désintermédiation dans les ventes de produits, proposés sur la plateforme référencée ;
- Ils ont à leur disposition le réseau de Points Focaux pour les assister dans toutes les phases et processus commerciaux, de missions commerciales, ainsi que pour avoir accès au stock de partenaires commerciaux sur les différents marchés ;
- Accès aux bases de données d'appels d'offres pour la fourniture de produits et services, fournisseurs, importateurs, exportateurs, ressources naturelles et coûts des facteurs de chacun des pays membres de la *CEDEAO* ;
- Sur demande, ils peuvent bénéficier de tout autre type d'assistance ou de prestation de service dans leurs affaires et projets d'investissement dans l'espace de la *CEDEAO*.

Grâce à la plateforme, les entreprises peuvent, en remplissant un simple formulaire, établir des contacts avec des milliers d'entreprises dans les différents secteurs d'activité économique et commerciale, selon le produit ou le service dont elles ont besoin à la fois pour acheter et vendre.



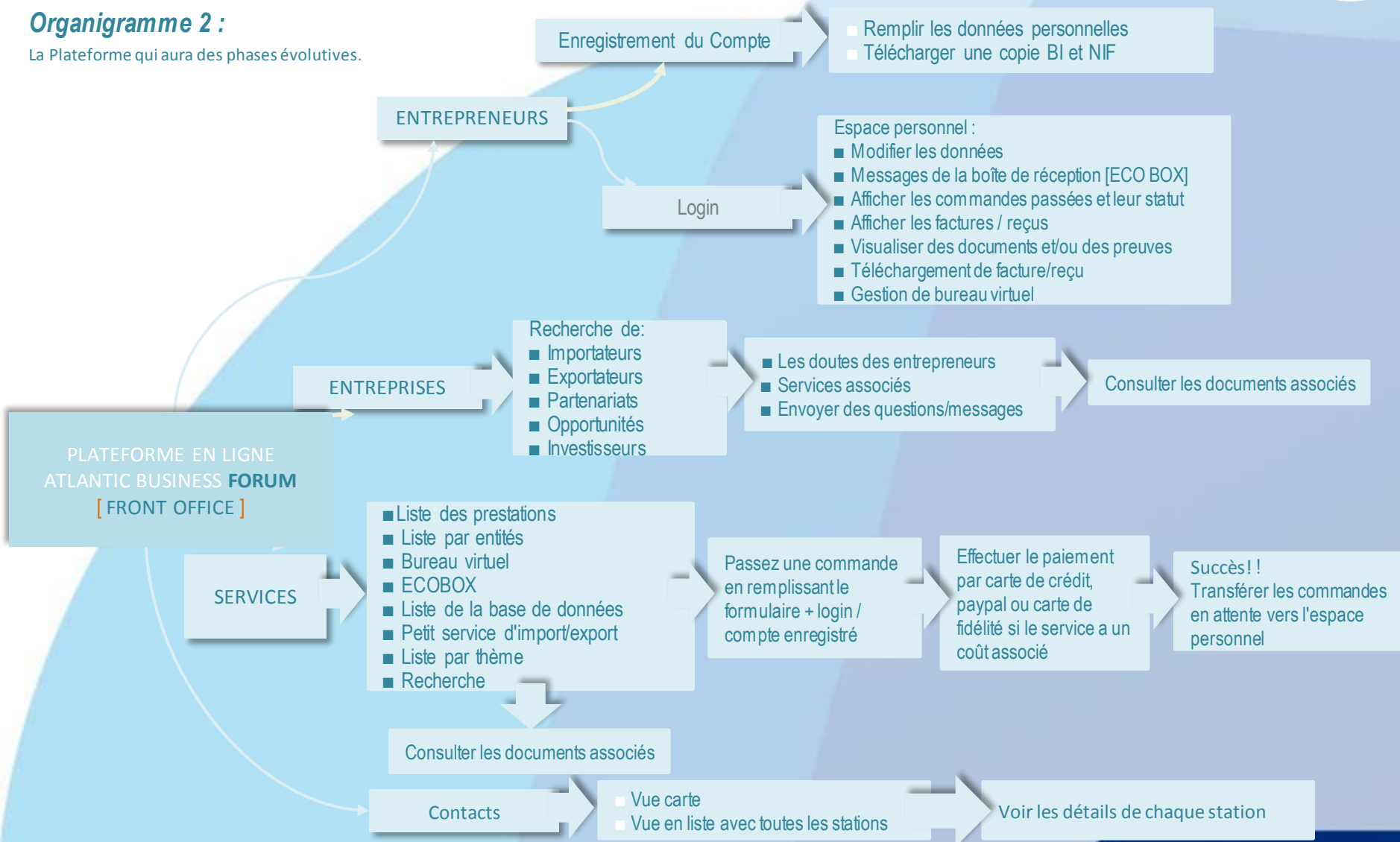
Flowchart 5



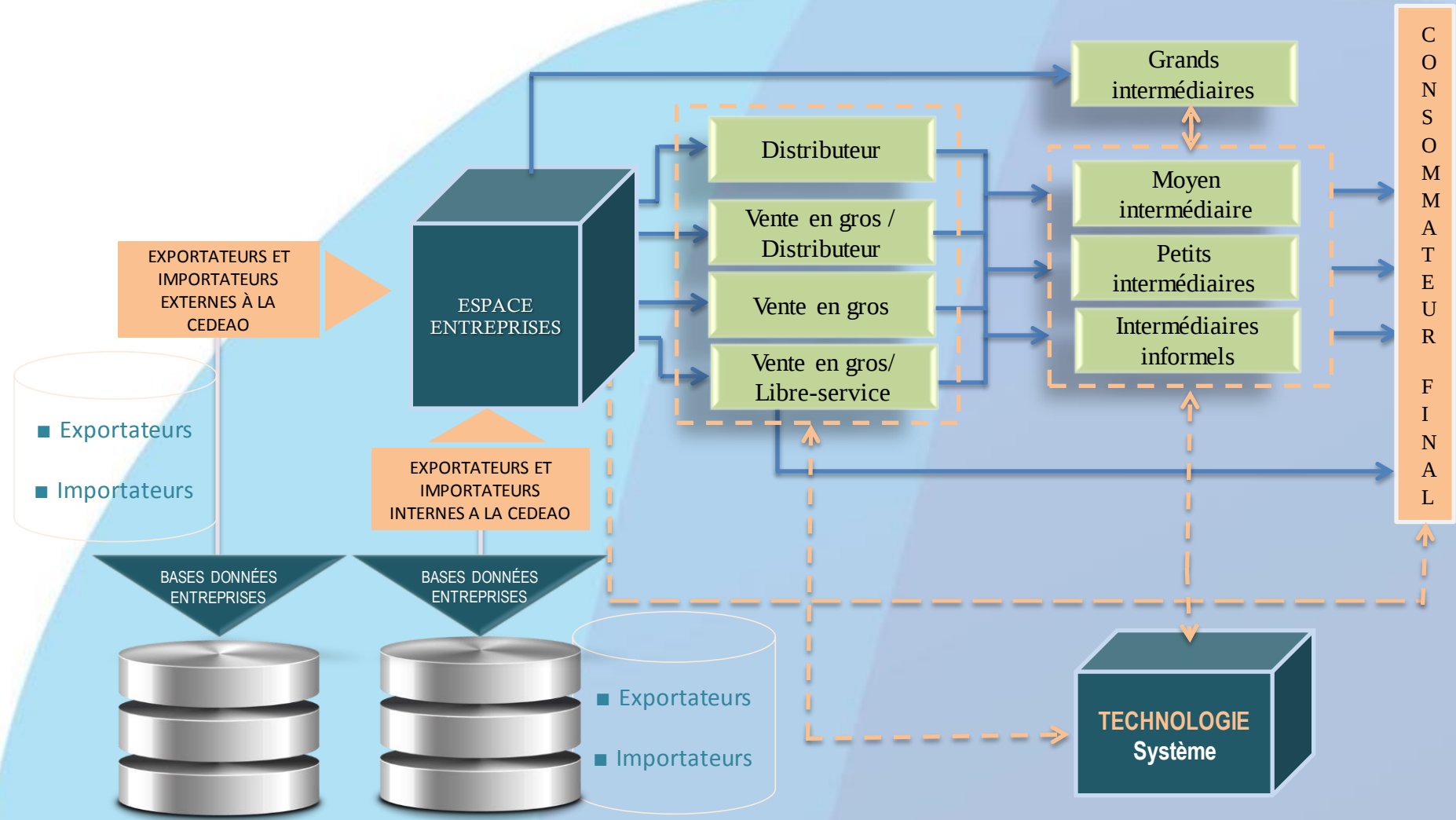


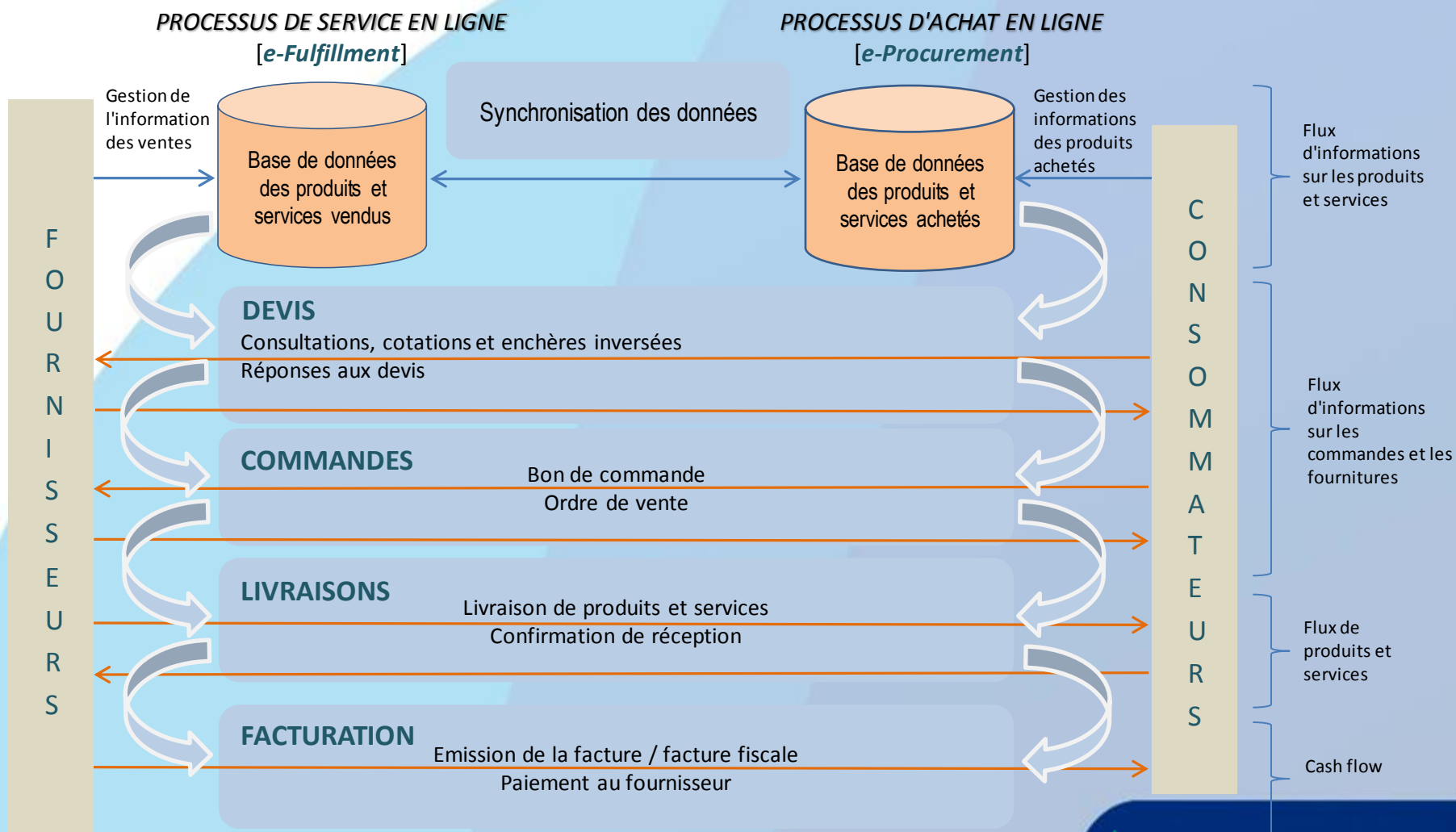
Organigramme 2 :

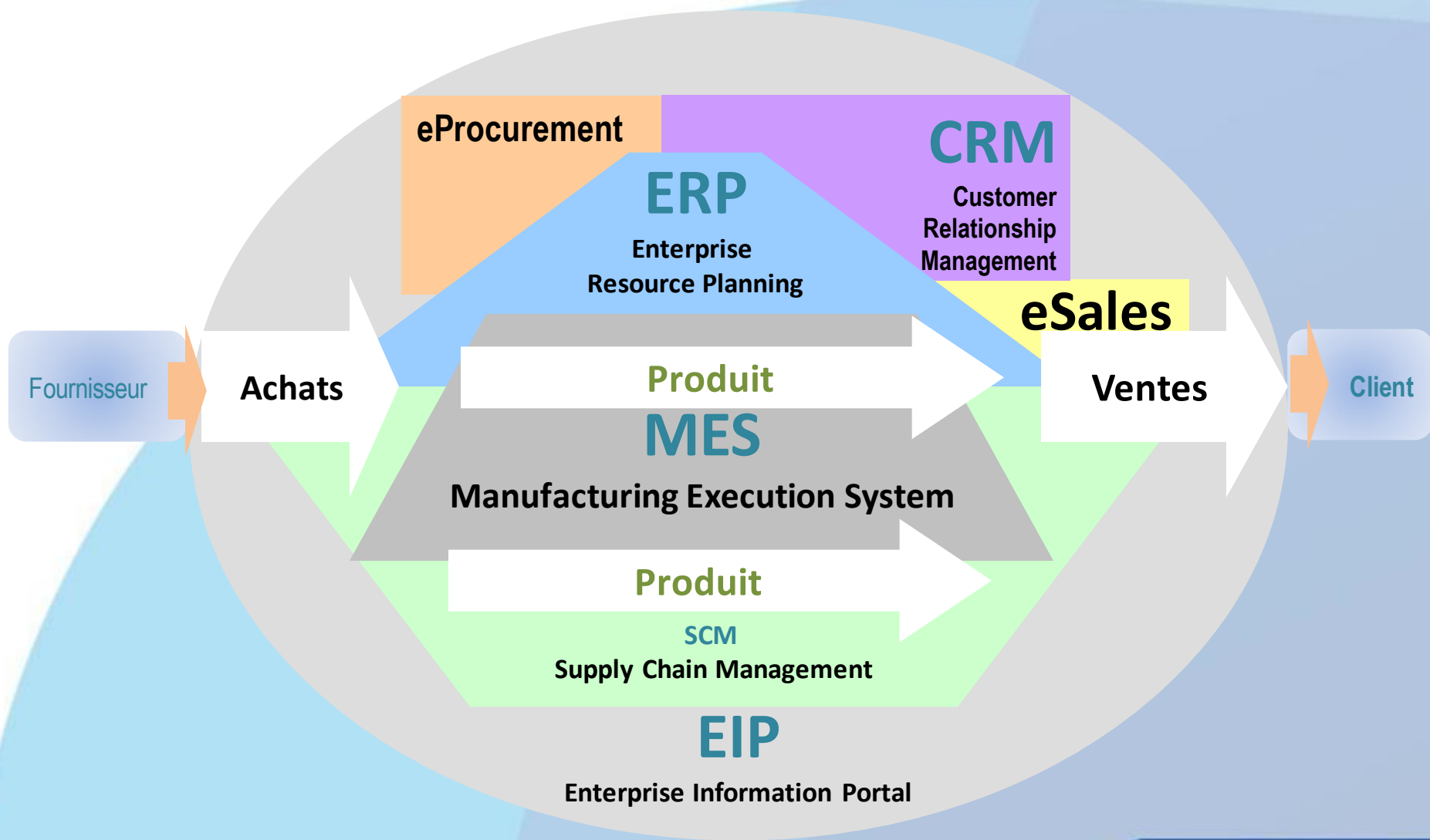
La Plateforme qui aura des phases évolutives.



ATLANTIC BUSINESS FORUM
CHAÎNE DE VALEUR







PRODUITS ET SERVICES A COMMERCIALISER

1

Accessoires numériques (y compris les accessoires mobiles, les accessoires électroniques et les accessoires PC), la maison, la cuisine, les bagages, les téléphones portables, les films, la musique.

17

Ustensiles de soins personnels, Ordinateurs personnels, Tablettes, Jouets, Jeux vidéo (consoles et jeux), Horloges, Meubles et articles d'ameublement.

18

Vêtements pour hommes et femmes, Accessoires pour hommes et femmes (Chaussures, Sacs, Lunettes de soleil, Parfums),

2

Vêtements, articles et produits pour bébés, papeterie, fournitures de bureau, produits hôteliers, livres, musique et artisanat.

16

Produits pour bébés, produits de beauté, livres, consommables électroniques (y compris appareils photo, jeux vidéo et consoles)

19

Accessoires de santé et de sport (Nutrition, exercice, tapis, batte de cricket etc.), Voitures et accessoires.

4

Équipement de transport

15

Services de voyages, de tourisme, de transport, d'exportation et d'importation.

3

Textiles, produits textiles, cuir et chaussures, terrains, appartements, voitures, Mode et art africains.

5

Machines et équipements

6

Produits et articles pour la maison, produits d'hygiène, articles scolaires, matériel informatique, matériel de bureau et consommables

7

Produits en métaux communs et en métaux ouvrés

14

Bois et produits en bois et liège.

13

Produits chimiques, caoutchouc et plastiques

8

Pâte à papier, papier, produits du papier, impression et édition

12

Autres non métalliques, Produits minéraux

9

Produits de l'agriculture, de la chasse, de la sylviculture et de la pêche.

10

Produits alimentaires et boissons

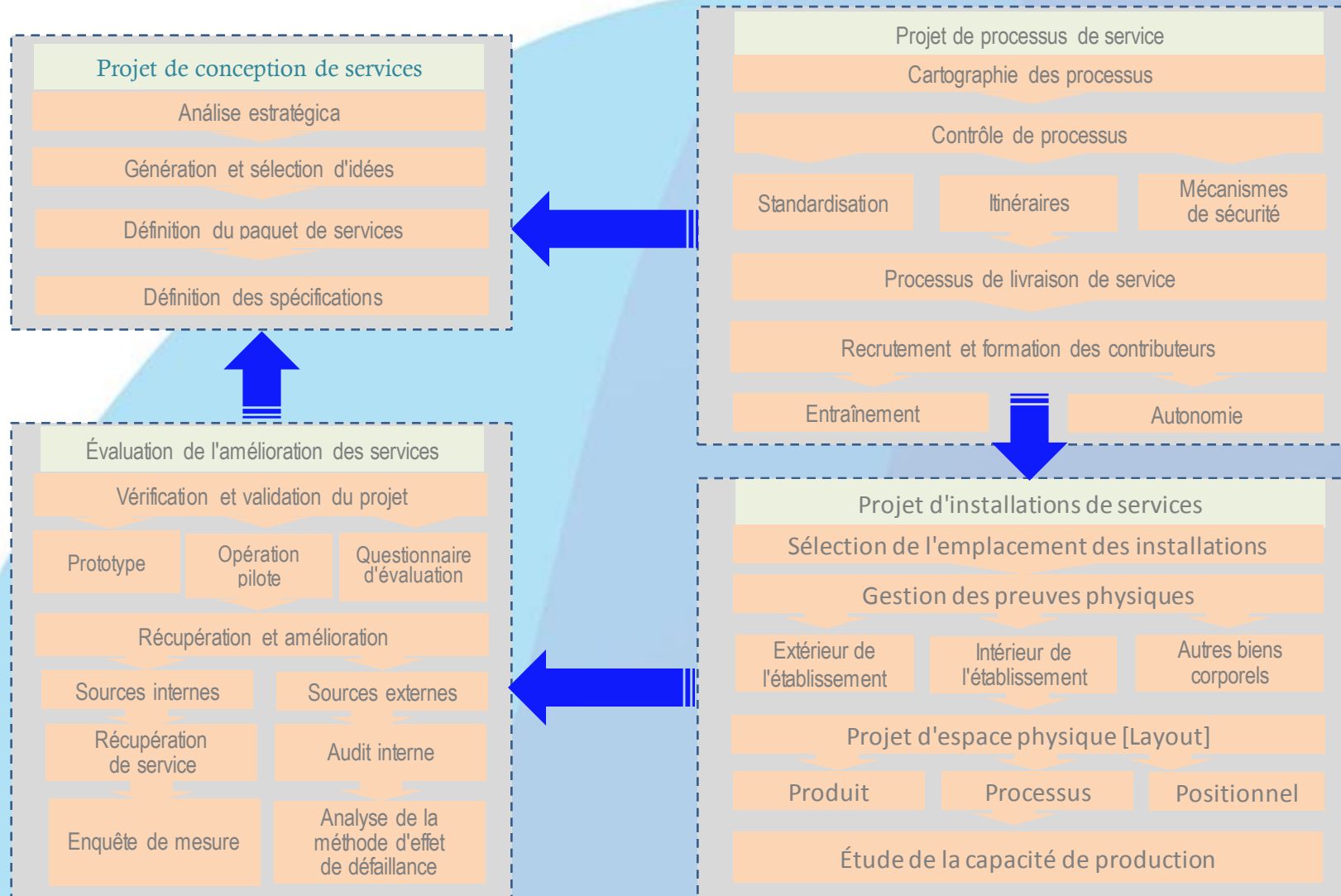
11

Équipements et matériaux de construction

Commentaires:
Plus de catégories à venir.

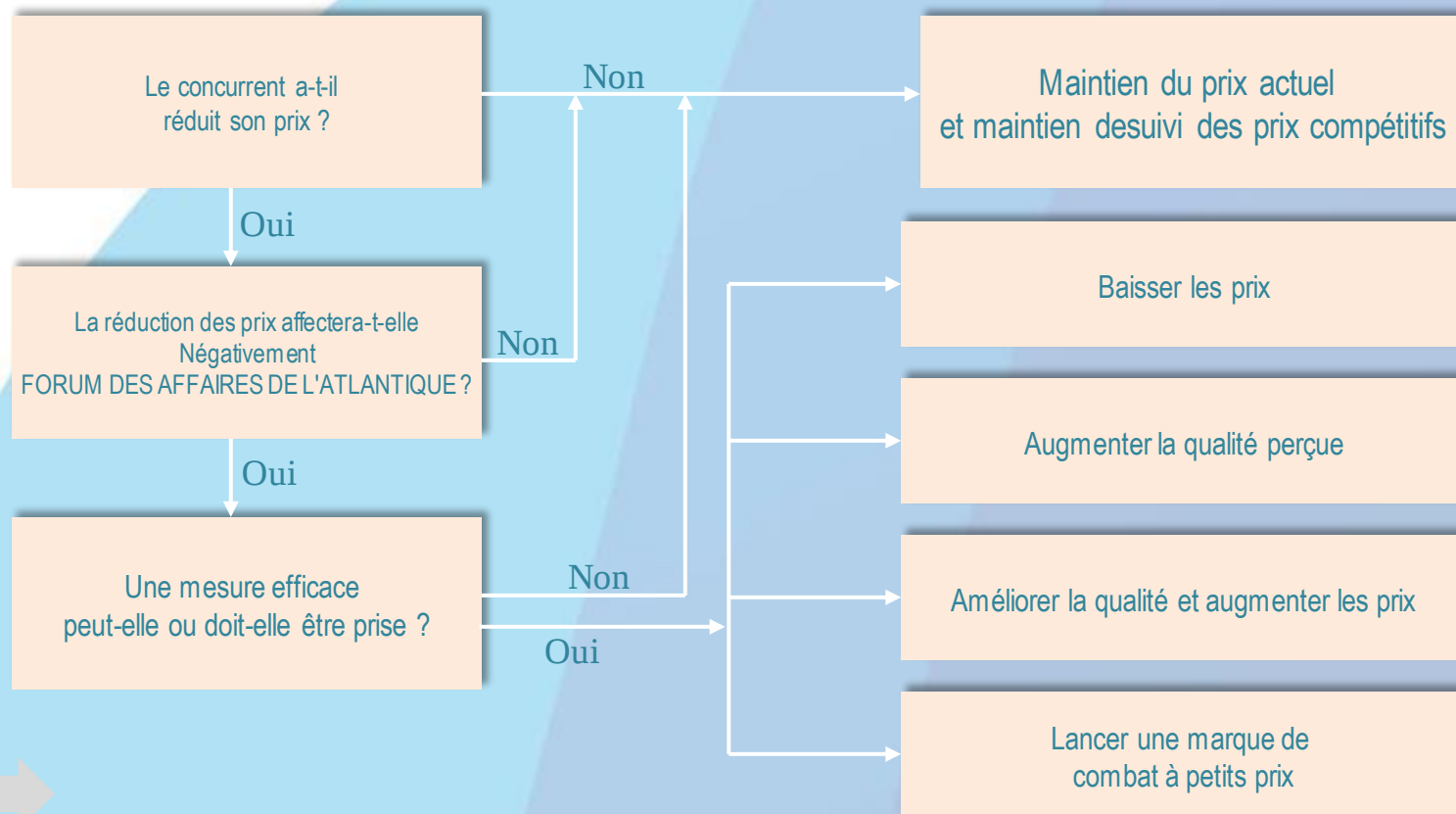


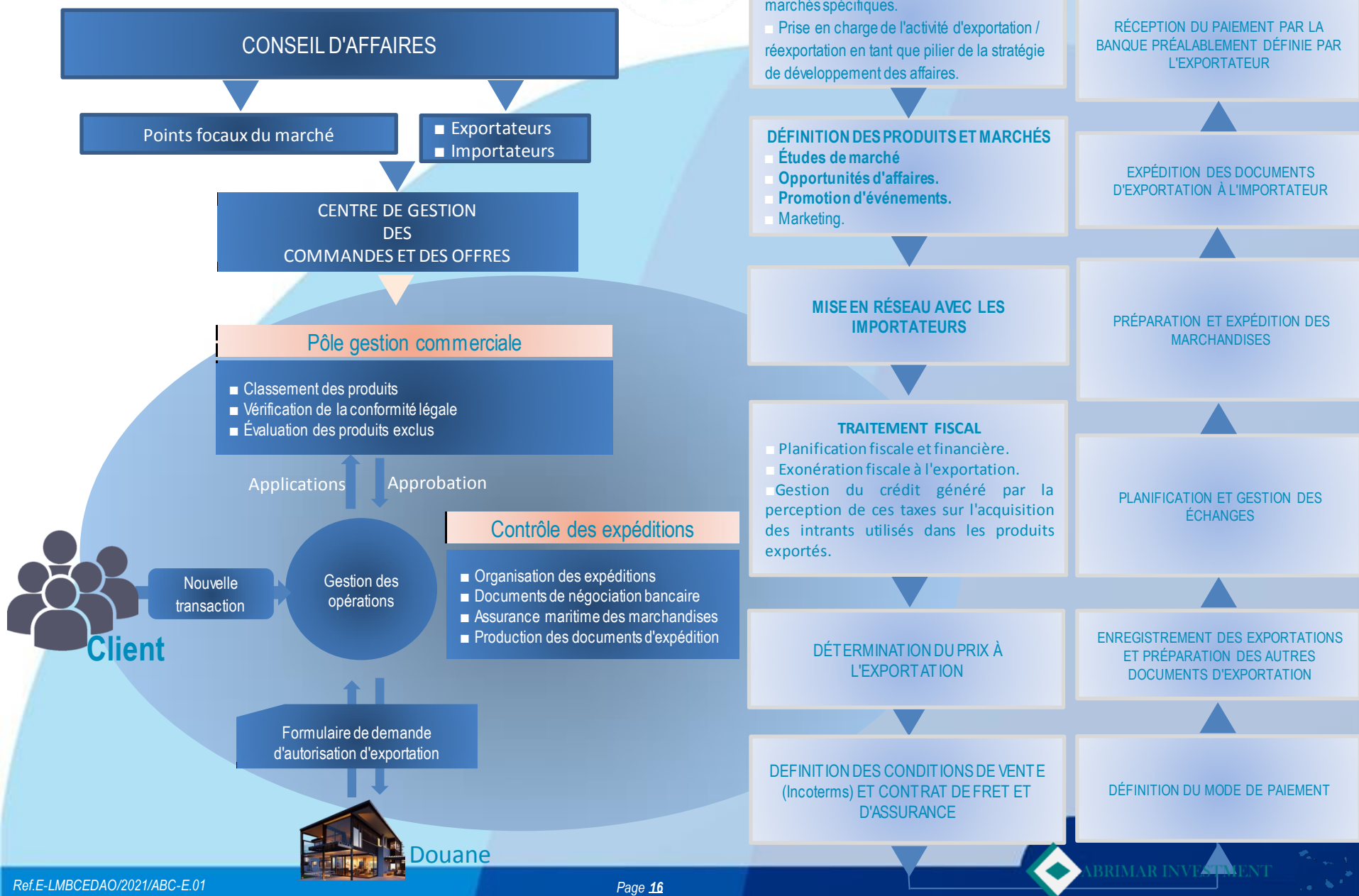
MODÈLE ÉLARGI DÉVELOPPEMENT DES SERVICES



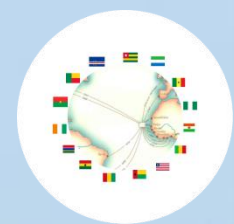


PROGRAMME DE FÉDÉLISATION ÉVALUER ET RÉAGIR AUX VARIATIONS DE PRIX DES CONCURRENTS





EXPORTATION ET REEXPORTATION DU CAP VERT



Le CIN - Centre des Affaires Internationales, créé par le Décret Législatif n°1/2011, du 31 janvier, destiné à promouvoir le commerce international et encourager les investissements, permettant ainsi un plus grand développement économique et social au Cap-Vert. Le décret-loi n°57/2017 du 6 décembre, modifie la loi n°1/2011, du 31 janvier et réglemente le Centre d'affaires international du Cap-Vert - CIN-CV et définit les règles d'installation et de fonctionnement des opérateurs économiques qui exercent les activités économiques respectives, ainsi que le régime fiscal et douanier auquel ils ont accès dans ce domaine.

Cadre

Les opérateurs économiques peuvent être agréés pour exercer des activités industrielles au CII - Centre Industriel International, des activités commerciales au CIC - Centre du Commerce International et des activités de prestations de services à vocation exportatrice au CIPS - Centre International de Prestations de Services.

Avantages fiscaux

A. Des avantages fiscaux sous forme de taux IRPC réduits sont applicables aux entités agréées au CIN-CV en relation avec les revenus provenant de l'exercice d'activités industrielles ou commerciales, et de leurs activités accessoires ou complémentaires, ainsi que la prestation de services :

■ International Industry Center et International Trade Center :

» 5 % pour les entités comptant cinq salariés ou plus ;

» 3,5 % pour les entités de vingt salariés ou plus ;

» 2,5% pour les entités de cinquante salariés ou plus.

■ Centre de prestation de services internationaux :

» 2,5 % pour les entités comptant deux salariés ou plus ;

B. Ces avantages s'appliquent également aux revenus résultant d'activités exercées exclusivement auprès d'autres entités installées et opérant à la CIN ou d'entités non-résidentes sans établissement stable au Cap-Vert.

C. Les entités qui participent au capital social des sociétés agréées et opérant dans la CIN bénéficient d'une exonération de l'impôt sur le revenu, en ce qui concerne :

» Les bénéfices mis à votre disposition par ces sociétés, et qui ont été imposés selon les taux précités (visés au point A) ;

» Intérêts et autres formes de rémunération pour les fournitures de capital ou les avances que vous avez faites à l'entreprise, ou dus pour ne pas avoir généré de bénéfices ou la rémunération mise à votre disposition.

■ Avantages douaniers Les entités agréées au titre du CIN-CV sont exonérées de droits de douane sur les importations et n'ont pas de licence d'importation pour les marchandises, les produits et les matières premières.

EXPORTATION DU CAP-VERT VERS LA CEDEAO / ELTC

■ CEDEAO - Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest ELTC. - Schéma de Libéralisation des Échanges de la CEDEAO

L'ETLS est un mécanisme de mise en œuvre de l'union douanière entre les États membres (Bénin, Burkina Faso, Cap-Vert, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée Conakry, Guinée-Bissau, Libéria, Mali, Niger, Nigéria, Sénégal, Sierra Leone et Togo), par la suppression des droits de douane et des taxes d'effet équivalent, la suppression des barrières non tarifaires et la mise en place d'un TCE - Tarif Extérieur Commun.

■ Qui peut bénéficier de l'ELTC

Toute entreprise, dès lors qu'elle est établie et exerce ses activités dans l'un des 15 États membres de la CEDEAO. Les entreprises doivent respecter les règles prévues dans les protocoles et règlements qui régissent l'ELTC.

EXPORTER DU CAP-VERT VERS L'UE

UE / SPG+

■ SPG+ - Système généralisé de préférences

Le SPG+ est d'une importance particulière pour le Cap-Vert, notamment en ce qui concerne la compétitivité externe des produits capverdiens qui, sous ce régime préférentiel, peuvent être exportés vers le marché de l'UE sans quotas ni droits de douane.

DU CAP VERT AUX USA.

AGOA

■ African Growth and Opportunity Act (AGOA)

L'African Growth and Opportunity Act promulgué en 2000 permet aux pays africains éligibles d'exporter environ 6400 produits hors taxes vers les États-Unis. Cette loi est basée sur une extension des avantages déjà disponibles dans le cadre du SPG américain, en vigueur jusqu'en 2025.





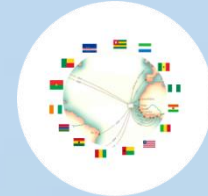
AVANTAGES DU SYSTÈME PROPOSÉ

Avantages

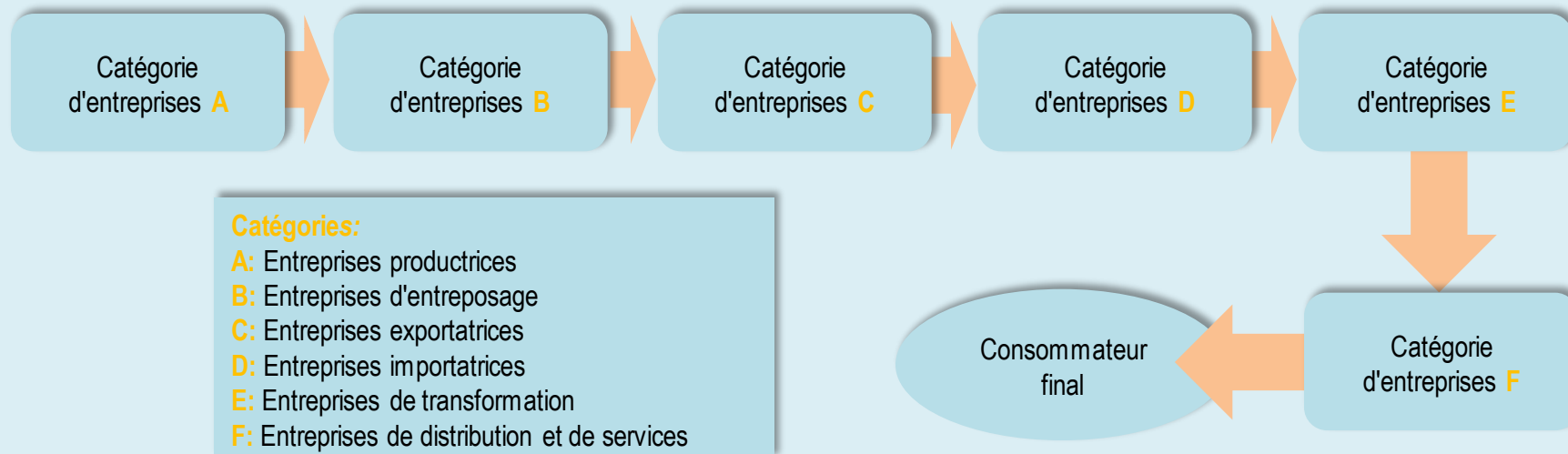
- Augmentation des ventes et des revenus sur les marchés où la marque est déjà présente et sur de nouveaux marchés;
- Possibilité de pénétrer de nouveaux marchés à un coût relativement faible;
- Nouvelle source de financement, car les dépenses seront partagées entre les partenaires impliqués;
- Partage des risques dans des conditions défavorables;
- Possibilité d'entrer sur les marchés plus facilement et plus rapidement, grâce à l'association avec l'expérience accumulée sur le marché cible;
- Possibilité de vendre des produits à un prix plus élevé en raison de la valeur ajoutée;
- Obtention, par les consommateurs, de produits dotés de fonctionnalités, de fonctions et d'applications supplémentaires;

Avantages

- Gagner en synergies en se spécialisant dans la gestion commerciale et de marché dans différents domaines;
- Des efforts de marketing conjoints pouvant entraîner une couverture géographique et une exposition médiatique accrues;
- L'image et la crédibilité du produit et de la marque sont mises en avant;
- Meilleure perception par les consommateurs de la marque et des produits et services;
- Augmentation de la notoriété et de la reconnaissance de la marque;
- Les associations positives des marques originales sont transférées sur le marché;
- Les petites marques peuvent bénéficier d'avantages en se connectant à de nouveaux marchés, en ayant une plus grande portée sur le marché cible, une association positive, une crédibilité, une image et une réputation.



FLUX D'AFFAIRES DE LA CHAÎNE PRODUCTION DU RESEAU EN FONCTION DE LA CATEGORIE D'ENTREPRISES



Le réseau d'affaires est composé d'un groupe d'entreprises qui ont des caractéristiques qui déterminent des intérêts communs. Cet ensemble a un flux d'affaires qui constitue une chaîne de production formée de catégories d'entreprises comme le montre le schéma ci-dessous.





PARTICIPATION AU MARCHÉ

En termes numériques, on peut observer que ces dernières années, l'utilisation d'Internet a connu une croissance exponentielle, à la fois en termes de temps d'utilisation, de nombre d'utilisateurs et de nombre de pages Web créées. Le site Internet World Stats montre qu'à fin 2014, 3 079 339 857 personnes, soit 42 % de la population mondiale, étaient des internautes. Ce nombre est passé à 3 611 375 813 en seulement un an et demi, soit plus de 500 millions de nouveaux utilisateurs dans le monde.

Il est à noter le développement fulgurant d'Internet en Afrique. En seulement 15 ans, il est passé d'un chiffre insignifiant de 4 514 400 en 2000 à environ 594 008 009 en mars 2021, soit une augmentation de plus de 13.058 %. Dans l'espace CEDEAO, le nombre d'utilisateurs est passé de 452.000 en 2000 à 221.724.634 en juin 2020, correspondant à un taux de pénétration d'environ 54,48% selon les données Internet de World Stats, ce qui représente une large marge de progression sur le marché.

L'UTILISATION D'INTERNET DANS LE MONDE

Régions	Population (2021 Est.)	Population % global	Internautes 31 Mars 2021	Pénétration (% Population)	Croissance 2000-2021	% mondiale
Afrique	1.373.486.514	17.4 %	594.008.009	43.2 %	13,058 %	11.5 %
Asie	4.327.333.821	54.9 %	2.762.187.516	63.8 %	2,316.5 %	53.4 %
Europe	835.817920	10.6 %	736.995.638	88.2 %	601,3 %	14.3 %
Latin America / Caribbean	659.743.5222	8.4 %	498.437.116	75.6 %	2,658.5 %	9.6 %
Middle East	265.587.661	3.4 %	198.850.130	74.9 %	5,953.6 %	3.9 %
North America	370.322.393	4.7 %	347.916.627	93.9 %	221.9 %	6.7 %
Oceania /Australia	43.473.756	0.6 %	30.385.571	69.9 %	298.7 %	0.6 %
World Total	7.875.765.587	100.0 %	5,168,780,607	65.6 %	1,331.9 %	100.0 %



PAYS	Population [2021 Est]	Utilisateurs d'Internet		Pénétration de l'Internet		PARTICIPATION AU MARCHÉ D'ATLANTIC BUSINESS FORUM											
				CEDEAO		Utilizadores da Internet com acesso ao ABC		Taux de conversion		ÉVOLUTION DU MARCHÉ							
		ANS		[% Pop]	Croissance Internet [%] 2000 - 2021			%	Nombre	%	Market range	Taux	ANS				
												31-12-2000					
Benin	12 451 040	15.000	3 801 758	30.5 %	25.245%	25%	950 440	10%	95 044	5%	99 796	104 786	110 025	115 527	121 303		
Burkina Faso	21 497 096	10.000	4 594 265	21.4%	45.842 %	25%	1 148 566	10%	114 857	5%	120 599	126 629	132 961	139 609	146 589		
Cabo Verde	561 898	8.000	352 120	62.7%	4.302 %	25%	88 030	10%	8 803	5%	9 243	9 705	10 191	10 700	11 235		
Cote d'Ivoire	27 053 629	40.000	12 253 653	45.3%	30.534 %	25%	3 063 413	10%	306 341	5%	321 658	337 741	354 628	372 360	390 978		
the Gambia	2 486 945	4.000	472 550	19.0%	11.713 %	25%	118 138	10%	11 814	5%	12 404	13 025	13 676	14 360	15 078		
Ghana	31 732 129	30.000	14 767 818	46.5%	49.126 %	25%	3 691 955	10%	369 195	5%	387 655	407 038	427 390	448 759	471 197		
Guinée	13 497 244	8.000	2 551 672	18.9%	31.795 %	25%	637 918	10%	63 792	5%	66 981	70 330	73 847	77 539	81 416		
Guinée Bissau	2 015 494	1.500	250 000	12.4%	16.566 %	25%	62 500	10%	6 250	5%	6 563	6 891	7 235	7 597	7 977		
Libéria	5 180 203	500	760 994	14.7%	152.098 %	25%	190 249	10%	19 025	5%	19 976	20 975	22 024	23 125	24 281		
Mali	20 855 735	18.800	12 480 176	59.8%	66.284 %	25%	3 120 044	10%	312 004	5%	327 605	343 985	361 184	379 243	398 205		
Niger	25 130 817	5.000	3 363 848	13.4%	67.177 %	25%	840 962	10%	84 096	5%	88 301	92 716	97 352	102 219	107 330		
Nigeria	211 400 708	200.000	154 301 195	73.0%	101.484 %	25%	38 575 299	10%	3 857 530	5%	4 050 406	4 252 927	4 465 573	4 688 852	4 923 294		
Sénégal	17 196 301	40.000	9 749 527	56.7%	24.273 %	25%	2 437 382	10%	243 738	5%	255 925	268 721	282 157	296 265	311 079		
Sierra Leone	8 141 343	5.000	1 043 725	12.8%	20.774 %	25%	260 931	10%	26 093	5%	27 398	28 768	30 206	31 716	33 302		
Togo	8 478 250	100.000	1 011 837	11.9%	912%	25%	252 959	10%	25 296	5%	26 561	27 889	29 283	30 747	32 285		
Total	407 000 000	485.800	221 755 138	54,49%	35.822%	25%	55 438 785	10%	5 543 878	5%	5 821 072	6 112 126	6 417 732	6 738 619	7 075 550		



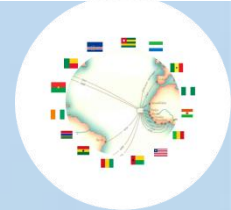
E-COMMERCE

En Afrique

Taux de pénétration du commerce électronique en Afrique de 2017 à 2025



Source: Statista



FORFAITS SOLUTION POUR PETITS IMPORTATEURS / EXPORTATEURS

Pour les petits importateurs/exportateurs qui n'ont pas les conditions ou la capacité d'importer / exporter des volumes pouvant remplir un conteneur, ils sont pourvus de conditions logistiques en termes de transport maritime et aérien pour exporter / importer des volumes allant en poids de 30 kg à 1000 kg . Il existe 4 colis de base, chaque colis peut avoir une autre combinaison de poids ainsi qu'être transporté vers certaines destinations combinant le transport aérien et maritime.

■ **ECO PACKAGE** : qui comprend un volume jusqu'à 100 kg avec expédition par voie aérienne ou maritime ; Assurance; les frais d'expédition et les bons de réduction pour les achats de produits et services auprès des entreprises présentes sur la plateforme.

■ **FORFAIT Entreprise** : qui comprend un volume jusqu'à 200 kg avec expédition par voie aérienne ou maritime ; Assurance; les frais d'expédition et les bons de réduction pour les achats de produits et services auprès des entreprises présentes sur la plateforme.

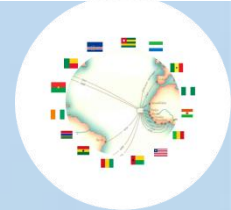
■ **FORFAIT Famille** : qui comprend un volume jusqu'à 500 kg avec expédition par voie aérienne ou maritime ; Assurance; les frais d'expédition et les bons de réduction pour les achats de produits et services auprès des entreprises présentes sur la plateforme.

■ **FORFAIT Entreprise** : qui comprend un volume jusqu'à 1 000 kg avec expédition par voie aérienne ou maritime ; Assurance; les frais d'expédition et les bons de réduction pour les achats de produits et services auprès des entreprises présentes sur la plateforme.

Dans certains ports d'origine, les colis peuvent inclure des droits de stockage, gratuitement, pendant un certain nombre de jours avant chaque expédition.

Les forfaits peuvent également, dans certaines circonstances, inclure le billet d'avion, avec le droit d'enregistrer le poids des bagages et des bagages à main (qui varie selon la politique de chaque compagnie aérienne).





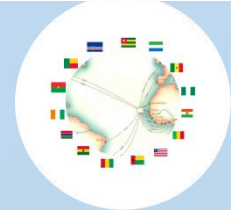
ASSISTANCE JURIDIQUE ET TRADUCTEURS

Deux équipes spécialisées seront disponibles en permanence pour accompagner les entreprises dans la formalisation et la consolidation d'entreprises sur le marché de la [CEDEAO](#). L'une dédiée au conseil juridique et fiscal et l'autre dédiée à la linguistique, permettant ainsi aux entreprises d'avoir accès à une assistance spécialisée dans le domaine juridique et fiscal et en trois langues : portugais ; anglais et français.

Avec la sécurité de la protection juridique des experts, les entreprises sont en mesure de traiter tous types de problématiques juridiques et fiscales, dans l'ensemble des pays de la [CEDEAO](#).

En tant que participant au [ATLANTIC BUSINESS FORUM](#), les dirigeants sont assurés qu'ils peuvent se concentrer sur leur activité, que les experts traiteront efficacement toutes les questions juridiques et fiscales, ainsi que la communication sans obstacle, dans les pays de la [CEDEAO](#).





MODALITÉS DE PAIEMENT AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DES MODALITÉS

Dans les transactions commerciales internationales, il existe différentes méthodes de paiement qui offrent des avantages et des inconvénients à la fois à l'importateur et à l'exportateur. Il existe des modalités qui ne favorisent que l'exportateur et d'autres qui ne favorisent que l'importateur. Toutes les parties doivent être protégées afin de ne pas être exposées à des risques, et sans garanties, pour éviter les dommages qui pourraient survenir.

La modalité de lettre de crédit est un document qui apporte des avantages à l'exportateur, car l'exportateur a la garantie, faite par une banque émettant le document référencé, qu'il recevra après avoir livré les documents prouvant l'exportation.

Une équipe multidisciplinaire comprenant des conseils juridiques, des conseils fiscaux et des analystes de marché sera en permanence à la disposition de l'exportateur et de l'importateur lors de chaque transaction pour les accompagner.

Par rapport à l'importateur, la lettre de crédit présente des inconvénients, car c'est un document qui a un coût, cela augmente les dépenses de l'importateur, puisque l'entité responsable de l'ouverture de la lettre de crédit est l'importateur. En ce sens, ladite équipe se chargera d'intermédiaire les négociations afin que le prix final des produits tienne dûment compte de la nécessité d'un équilibre entre les intérêts des parties.

Chaque fois qu'il est nécessaire de choisir un mode de paiement, les avantages et les inconvénients seront analysés, au cas par cas, afin de choisir le mode le plus adapté à chaque situation.

LETTRE DE CRÉDIT

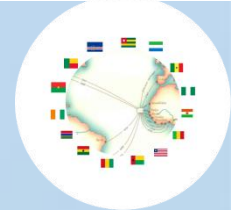
■ IMPORTATEUR

- » Paiement de la transaction uniquement lorsque les conditions de la lettre de crédit sont remplies ;
- » Assume le coût réel de la lettre de crédit ;
- » Paiement à l'importation, uniquement contre documents en règle de l'opération commerciale.

■ EXPORTATEUR

- » Garantie de réception de la valeur à l'exportation, sous réserve du respect des termes et conditions de la lettre de crédit.
- » Tout écart dans la lettre de crédit, même non pertinent, rend impossible la réception de la devise d'exportation.





SOUTIEN AUX AFFAIRES ET ACTIVITÉS COMMERCIALES

ATLANTIC BUSINESS FORUM et son réseau de partenaires stratégiques, appelés Points Focaux, accompagnent les entreprises en les aidant à se positionner sur les marchés, avant, pendant et après l'événement.

Les points focaux, en collaboration avec l'équipe de coordination de l'ATLANTIC BUSINESS FORUM, planifient, dirigent et coordonnent les activités liées à la commercialisation et à la vente de produits et/ou services gérés sur la plateforme Web d'ATLANTIC BUSINESS FORUM, ainsi qu'à soutenir les entreprises et les entrepreneurs sur les marchés où acte.

Les activités des points focaux sont les suivantes :

- Coordination des activités du réseau d'affaires dans la zone géographique sous sa direction ;
- Définition et gestion du marché sous sa direction ;
- Planifier et programmer des réunions en face-à-face et virtuelles ;
- Enquête sur les opportunités et les besoins des entreprises du réseau et accompagnement dans la préparation des offres ;
- Soutien dans les négociations avec les entités publiques chargées d'attirer les investissements étrangers dans le pays respectif, afin d'obtenir des avantages fiscaux et juridique pour les entreprises intéressées ;
- Assurance de la qualité des initiatives commerciales sur le territoire où opèrent les sociétés du réseau ;
- Analyse de marché et accompagnement dans la conclusion d'accords entre clients et fournisseurs.

Les responsabilités des points focaux couvrent notamment les points suivants :

- Coordination et gestion des intérêts des sociétés du réseau dans les zones où elles opèrent ;
- Validation et suivi des offres soumises par les sociétés du réseau ;
- Suivi de l'activité promue par les sociétés du réseau ;
- Préparation de rapports périodiques et promotion de l'information sur les opportunités d'affaires avec le secteur privé dans les pays respectifs ;
- Suivre la satisfaction des entreprises locales faisant partie du réseau de l'entreprise ;
- Proposer des solutions et des conditions de fourniture des produits et services ;
- Mettre à jour la Base de données des clients, fournisseurs et sociétés du réseau en général ;
- Proposer une liste de produits prioritaires pour le marché sous sa coordination ;
- Elaboration d'un rapport périodique sur les besoins du marché ;
- Définir des campagnes promotionnelles pour son territoire commercial ;
- S'assurer du respect des objectifs de vente, définir et suivre leurs écarts, mettre en place des actions correctives si nécessaire ;
- Étudier et analyser les différents segments de marché et canaux de distribution, en proposant les politiques à adopter ;
- Créer et suivre la mise en œuvre d'un plan marketing régulier.

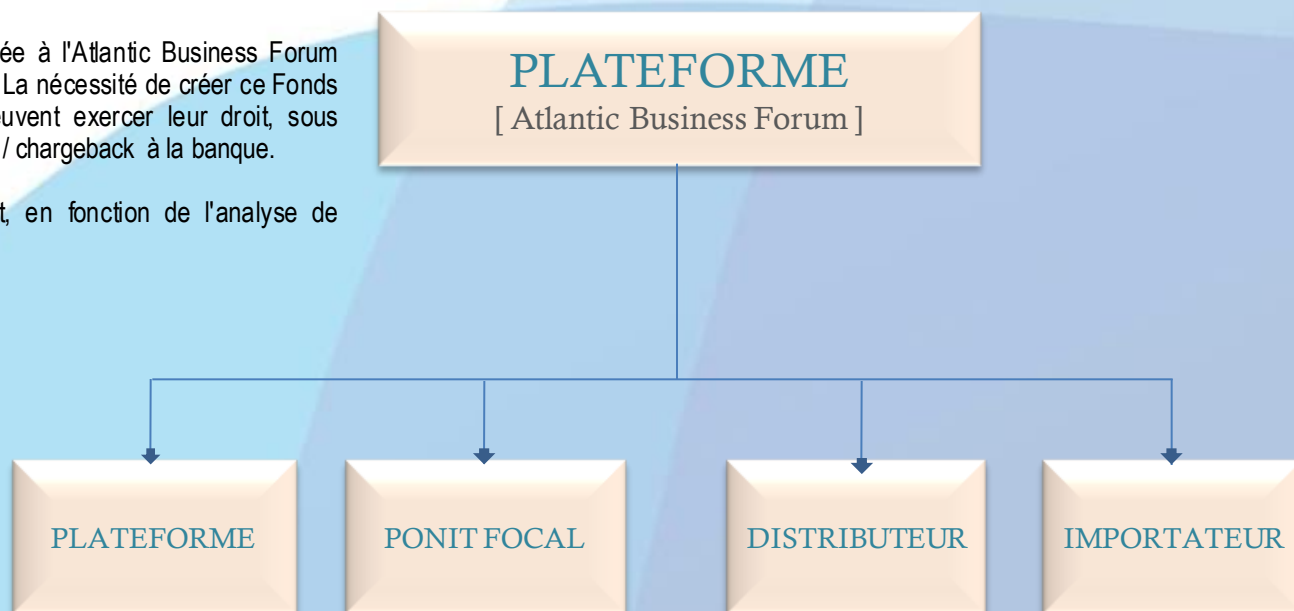
Les fonctions des « Points Focaux » sont très importantes. Ainsi, dans chaque pays où opère l'ATLANTIC BUSINESS FORUM, il y aura une équipe coordonnée par des « Points Focaux », complétant son action par celle de responsable de représentation de l'ATLANTIC BUSINESS FORUM.



COMMISSION SUR LES VENTES RÉALISÉES

Un pourcentage de la marge commerciale allouée à l'Atlantic Business Forum sera affecté à la création d'un Fonds de Réserve. La nécessité de créer ce Fonds de Réserve est liée au fait que les clients peuvent exercer leur droit, sous certaines conditions, de présenter une révocation / chargeback à la banque.

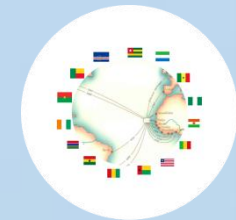
Cette valeur peut être révisée trimestriellement, en fonction de l'analyse de l'historique des mouvements.



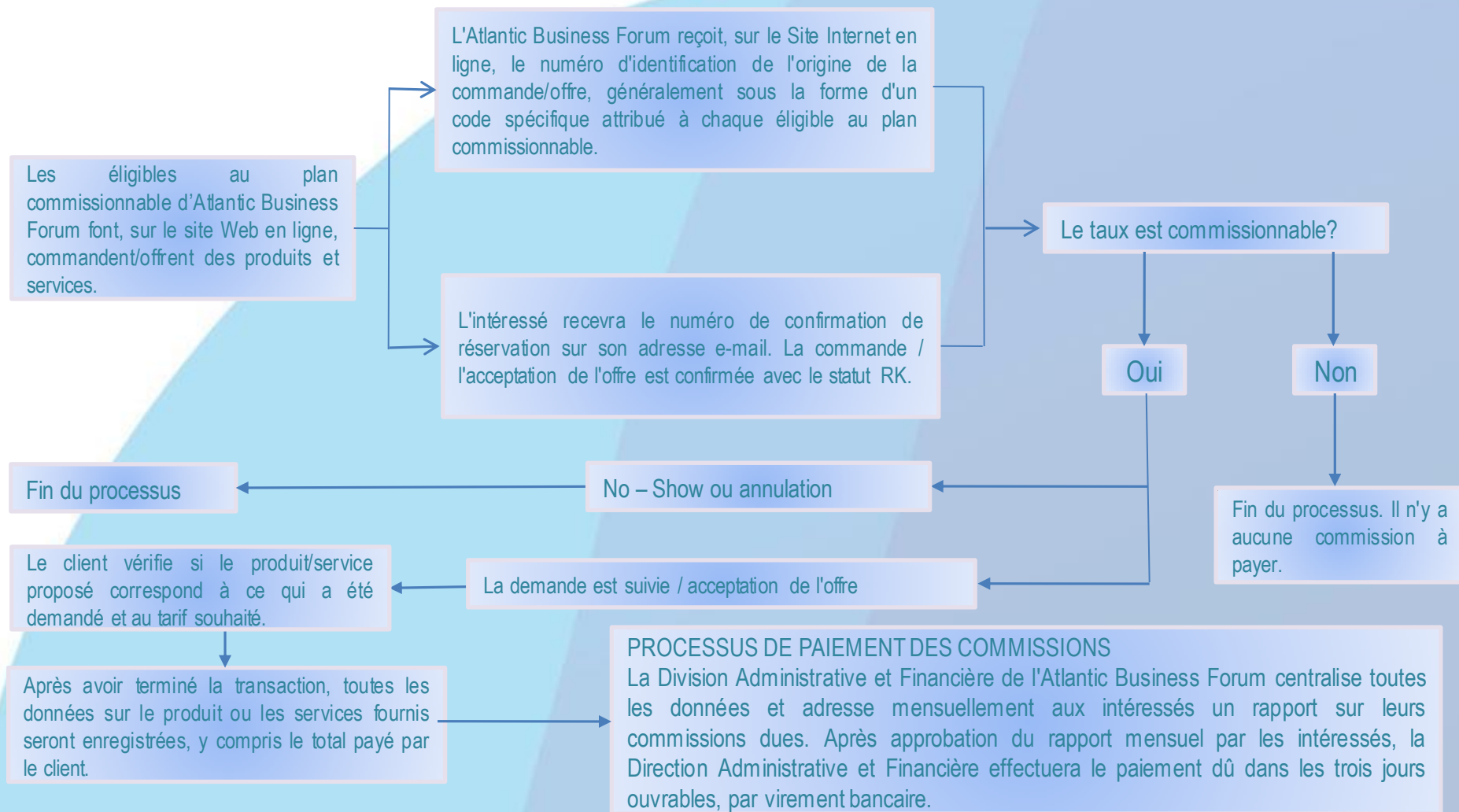
Les entreprises présentes sur la plateforme paient une commission correspondant à un pourcentage des produits / services réellement commercialisés. Le pourcentage payé sera en pratique une remise que le fournisseur fera sur le prix de chaque produit / service. Ce pourcentage sera réparti par la direction de la plateforme comme suit :

- Une partie servira à payer les activités de la plateforme ;
- Une partie servira à payer le point focal ;
- Une partie correspondra à la marge commerciale des distributeurs (grossistes) ;
- Une partie correspondra à la marge commerciale des importateurs (détaillants).
- Une partie sera consacrée à la constitution d'un Fonds pour la protection des transactions en ligne.

Dans les pays où il existe des Points Focaux, ceux-ci peuvent désigner des points focaux pour fonctionner localement ou régionalement, sous la coordination du Point Focal principal qui coordonne les activités au niveau national dans le pays.



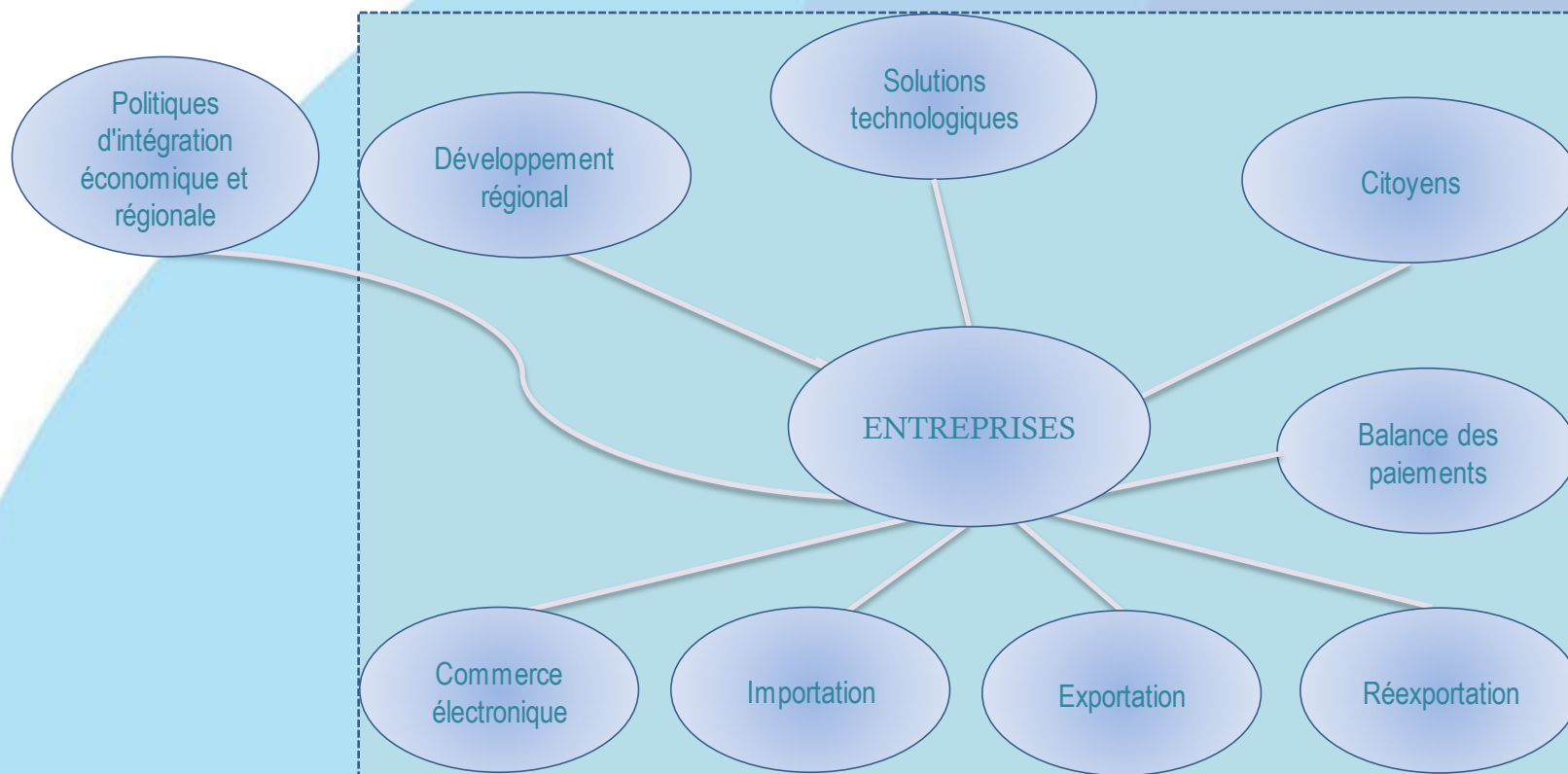
FLUX DE PAIEMENT DES COMMISSIONS

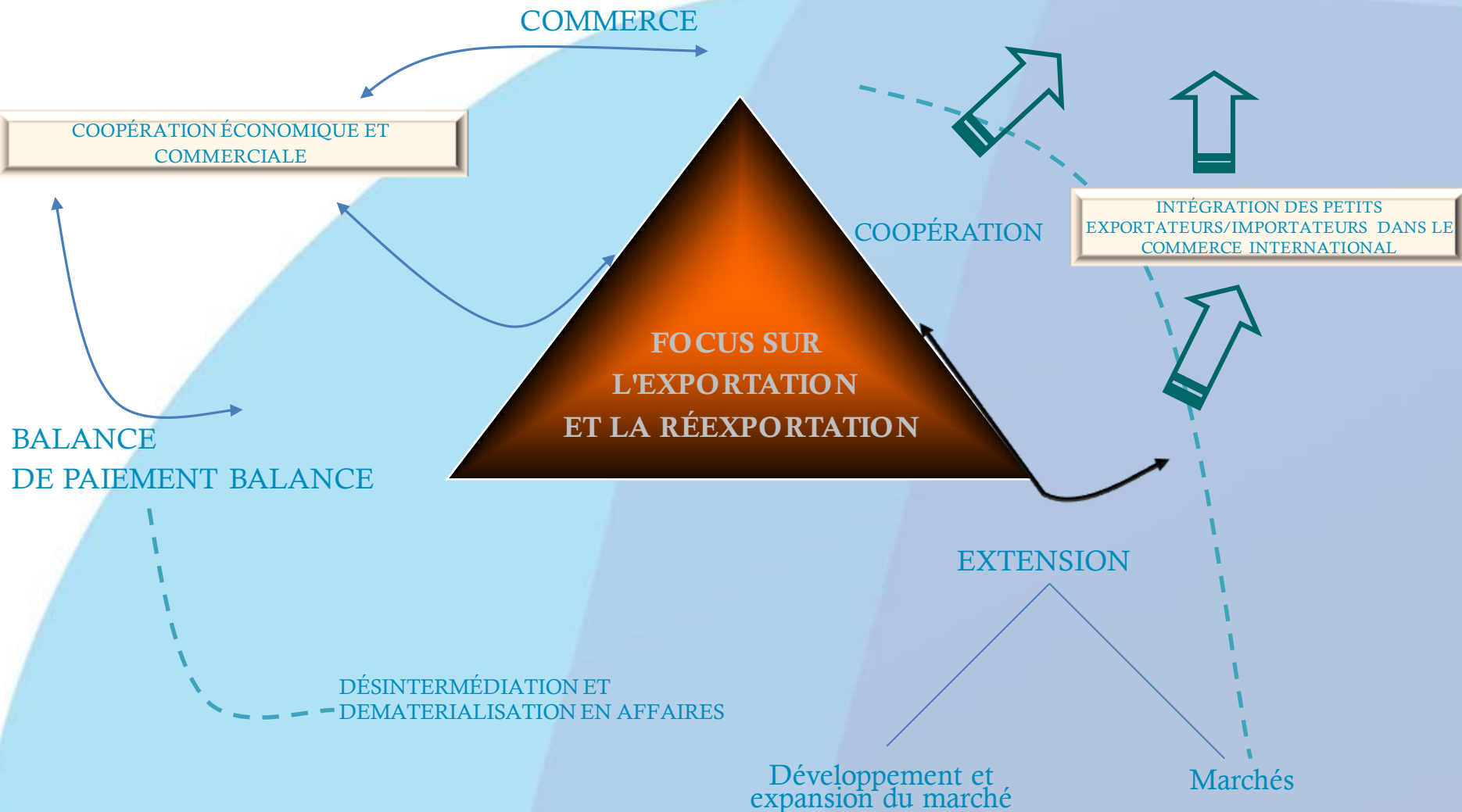
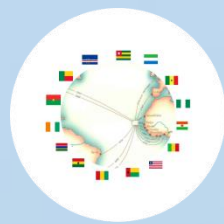




MODÈLE D'ANALYSE L'IMPACT DES ACTIVITÉS DÉVELOPPÉES

Afin de guider l'analyse de l'impact des activités menées sur les marchés définis et de leur relation avec la politique régionale de développement, d'investissement, de commerce et d'innovation technologique, le modèle d'évaluation d'impact présenté dans le graphique suivant a été utilisé :





ACTIVITÉS	CALENDRIER DE MISE EN OEUVRE DE LA PLATEFORME WEB											
	SEMAINES				MOIS							
	Octobre 2021				Nov 21	Déz 21	Janvier 22	Fev 22	Mars 22	April 22	Mais 22	Junin 22
	1ère semaine	2ème semaine	3ème semaine	4ème semaine	2ème mois	3ème mois	4ème mois	5ème mois	6ème mois	7ème mois	8ème mois	9ème mois
Première phase de la plateforme prête à recevoir les produits et services												
Dans une deuxième phase, le système de paiement en ligne sera intégré												
Mise en place de la troisième phase de la plateforme incluant la base de données												
Mise en place de la 4ème et dernière phase de la plateforme												

Commentaires:

1. La mise en œuvre de la première phase de la plate-forme (octobre 2021), permet un support illimité pour les produits et services sur la plate-forme.
2. Dans la deuxième phase, le système de paiement en ligne pour les transactions opérées via la plate-forme sera intégré.
3. Dans la troisième phase, une base de données multisectorielle sera conçue et opérationnalisée.
4. Dans la quatrième et dernière phase, une version mise à jour de la plate-forme sera achevée et comprendra l'intégration des principales technologies, permettant l'automatisation des différentes fonctions de la plate-forme.

LES PONITS FOCALUX

AFRIQUE OCIDENTALE CÔTE D'IVOIRE

Mr ALLAH Ambroise
Tel: +225 07 08 08 58 92
Whatsapp : +225 07 08 08 58 92
Cocody II Plateaux
Résidence Perles 2
Rue L27 - Villa 603
28 BP 462 Abidjan 28
E-mail: ambroise@boxtravel.eu
www.boxtravel.eu
ABIDJAN
RÉPUBLIQUE DE CÔTE D'IVOIRE

BENIN

Mr Hippolyte G. Ahonlonsou
Directeur Associé
HGA Conseil & Associés SARL
Tél: +229 21 33 89 80 | Fax: +229 21 33 34 88
E-mail: h.ahonlonsou@hgaconseil.com
Skype: savuka1 | www.hgaconseil.com
08 BP 0826 Cotonou
RÉPUBLIQUE DU BENIN

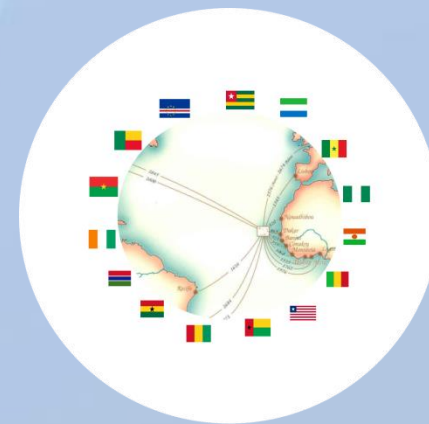
EUROPE PORTUGAL

Mr. Pedro Ivan
Rua Maluda, Nº 12, 3º Dtº
1750-465 Lisboa
E-mail: pedro.ivan@boxtravel.eu
www.boxtravel.eu
Tel: +351 927 645 198
LISBOA
PORTUGAL

Mr. Joaquim Pereira
Rua Alfredo Serra Magalhães nº 5
6000-494 Castelo Branco
E-mail: joaquim.pereira@multimar.pt
www.multimar.pt
Tel: +351 272 094 252
Tel: +351 936 953 791
CASTELO BRANCO
PORTUGAL

BRÉSIL

Mr William Presta
Rua Alcides Munhoz nº 392
Bairro Mercês
Tel: +55(41) 99212 1156
E-mail: williampresta@atlanticbusinessforum.com
Curitiba
PARANÁ
BRASIL



ATLANTIC BUSINESS FORUM

Apartado nº 1042
Código Postal nº 7600
Praia
República de Cabo Verde
WhatsApp: +351 964 406 800
Viber: +351 964 406 800
Skype: setimocontinente
events@atlanticbusinessforum.com
www.atlanticbusinessforum.com
events@emergys.tech
www.emergys.tech

