



DiafrikInvest
CONNECTER TALENTS ET OPPORTUNITÉS



REVUE DE PRESSE

ANIMA Investment Network

📍 11 bis, rue Saint Ferréol – 13001 Marseille – France
☎ Tel. : +33 (4) 96 11 67 60
✉ info@diafrikinvest.com
🌐 www.diafrikinvest.com



Projet
financé par
l'UNION EUROPÉENNE



Diafrikinvest un programme d'aide pour les entrepreneurs africains

Etre un entrepreneur n'est pas chose facile. Il faut des moyens logistiques et surtout financier. Les idées innovantes méritent d'être soutenues, n'est-ce pas ? Heureusement, il y a le programme diafrikInvest.

DIAFRINKINVEST, C'EST QUOI ?

Il s'agit d'un programme d'accompagnement des entrepreneurs. L'objectif est d'améliorer le climat des affaires entre la diaspora et les populations d'Europe, du Maroc, de la Tunisie et du Sénégal. L'objectif principal dans les relations d'affaires est notamment le développement économique.

COMMENT A-T-ELLE ETE INITIEE ?

DiafrikInvest a été mis en œuvre à la suite d'un dialogue entre l'Europe et l'Afrique, et ce dans le cadre du développement et de la migration. L'initiation rassemble une cinquantaine de pays de l'Afrique de l'Ouest. DiafrikInvest est un projet de plus de 2 millions d'euros, l'Union Européenne en est la partie la plus contributive dans le financement.

Elle favorise le développement tant sur le plan économique, social et environnementale de ceux qui y participent.

LES ACTIVITES DE DIAFRIKINVEST

Une quarantaine d'opérations sont initiées à l'attention des entrepreneurs participant au programme.

Les activités tournent autour de trois axes prioritaires :

Stratégiques (accompagnement, concertation, coordination,...)

Micro-économique (renforcement, coaching, masterclass, bootcamp,...)

Financier (promotion de projets, mis en réseau d'investisseurs, power meetings,...)

Le projet est coordonné par ANIMA Investment Network. Ce programme est réalisé par un consortium constitué de quatre partenaires à savoir : la confédération des entreprises citoyennes de Tunisie, le Startup Maroc, l'agence marocaine de développement des investissements et des exportations, et le centre des jeunes dirigeants du Sénégal.

Source : <https://wakafri.com/diafrikinvest-un-programme-daide-pour-les-entrepreneurs-africains/>

La CFCIM participe au bootcamp international Diafrikinvest

Encourager le développement de l'entrepreneuriat au Maroc, au Sénégal et en Tunisie. Tel était l'objectif du bootcamp international Diafrikinvest qui s'est déroulé les 29 et 30 avril derniers, à Aix-en-Provence. Financée par l'Union européenne, la rencontre a été organisée par ANIMA Investment Network en partenariat avec Startup Maroc, la CONECT (Tunisie) et le CJD Sénégal. Elle a réuni 60 entrepreneurs marocains, sénégalais et tunisiens venus participer à des ateliers animés par coaches et experts de l'entrepreneuriat et de l'innovation, et membres de la diaspora pour certains.

Durant les deux jours, les porteurs de projet ont bénéficié d'un accompagnement concret et personnalisé. Six sessions de travail ont permis d'aborder différents volets liés à l'entrepreneuriat tels que le renforcement d'équipe, les stratégies de marché, les pratiques commerciales, la création du business plan et du plan d'exécution ou encore la stratégie de levée de fonds. Au programme également, des témoignages et keynotes autour de success-stories. La CFCIM a co-animé avec l'AMDIE et Startup Maroc l'un de ces ateliers portant sur la



stratégie de marché et plus particulièrement sur le thème « comprendre et cibler ses clients ».

Pour clore l'événement, 15 entrepreneurs innovants ont eu l'opportunité de présenter leur pitch et ont ainsi mis en avant des projets à fort potentiel économique et générateurs d'impact positif sur les plans économique, social et environnemental. *

Source : <http://www.cfcim.org/wp-content/uploads/2019/05/1014-mai-2019-Intelligence-artificielle.pdf>

	Web
	May 17, 2019

Quand des Doctorants en mathématique et algorithmique parlent Branding...

13 doctorants se familiarisent à l'entrepreneuriat avec Vianeo

Dans le cadre de son programme international "A Path Toward Entrepreneurship", Vianeo, partenaire en management de l'innovation auprès de grands groupes et institutions, a invité BrandSilver à animer un workshop branding auprès de doctorants en mathématique et algorithmique du réseau Arcades initié par l'Inria.

Ce programme de sensibilisation à l'entrepreneuriat est un des axes stratégiques de l'Inria consistant à consolider les passerelles entre le monde de la recherche et celui de l'entreprise.

Quelques mots sur le réseau Arcades

"Coordonné par le Centre de recherche et d'innovation grec en technologies de l'information, de la communication et des connaissances ATHENA, le réseau ITN « ARCADES » (Algebraic Representations in Computer-Aided Design for complex Shapes), financé dans le cadre de l'appel H2020-MSCA-ITN-2015, vise à faire évoluer les paradigmes traditionnels du Computer Aided Design (CAD) en exploitant des avancées récentes de la recherche en mathématique et algorithmique."

Et le branding dans tout ça ?

Le programme et la méthode élaborés par Vianeo s'articule autour de tous les aspects de l'innovation, de l'idée à l'accès au marché, en explorant les 5 phases de validation de l'innovation : Légitimité, Désirabilité, Acceptabilité, Faisabilité, Viabilité. C'est là qu'intervient la marque, moteur de changement des comportement indispensable à la diffusion et l'appropriation d'une innovation.

Une réaction enthousiaste réaction des doctorants

Le branding a la particularité d'être à la fois très familier et très abstrait. Les doctorants ont été à la fois très diserts pour partager leurs perceptions et expériences et très intéressés par le décryptage des mécanismes de construction des marques.

Une pratique du branding validée dans un contexte de globalisation

Au fil de nos rencontres avec ces doctorants, les startups de l'accélérateur international MassChallenge et de Diafrikinvest, nous avons validé le fait que notre approche du branding était non ethnocentrée. Les concepts et méthodes de Branding que nous avons élaborés et mis en oeuvre dans nos workshops fonctionnent quel que soit le profil des participants (culturel, ethnique et religieux, âge ou formation), point capital dans un contexte à la fois d'hyper-segmentation et de globalisation des marques.

"Grâce à BrandSilver, les doctorants ont découvert que l'enjeu de la marque n'était pas uniquement un enjeu personnel du quotidien en faisant ses courses, mais surtout un enjeu professionnel qui devait être pris en compte dans la création de l'entreprise dès le départ. Ils ont été passionnés par l'intervention de Sophie !" Séverine Herlin, Présidente de Vianeo #JUMP

Source : <http://www.brandsilver.fr/brandbootcamp/quand-des-doctorants-parlent-branding/>