



StartUp-Challenge

## PRESENTATION DE LA PLATEFORME



**SUUHMA**  
*Marketplace*

## A. PRESENTATION DE INSY

# EDITEUR GABONAIS DE SOLUTIONS NUMERIQUES



### REPUBLIQUE GABONAISE

#### Economie NUMERIQUE

Présentation de la plateforme de Solutions Numériques  
INSY

@Team INSY  
Quartier Louis - Libreville



La société INSY (Informatique & Systèmes) est une **entreprise gabonaise** spécialisée en développement de logiciels appliqués aux besoins des entreprises et des administrations.

A l'image d'un incubateur, elle se positionne comme une structure vouée au développement de produits informatiques innovants pour compte propre ou compte de tiers (projets spécifiques, accompagnement, etc.)



INSY propose des solutions adaptées pour la création, le déploiement et la maintenance de vos logiciels. Quelque soit le sujet ou le secteur d'activité.

A l'écoute de vos besoins, ses équipes, composées d'ingénieurs et techniciens supérieurs formés au Gabon, apportent une réponse personnalisée à la réalisation de vos produits.

DIFFUSION INTERDITE SANS AUTORISATION DE INSY



### Nos logiciels sont :

- 100 Gabonais qui se conçoivent conformément aux pratiques et règles légales locales
- Faciles à déployer avec un minimum de maintenance
- Faciles à utiliser avec une interface simple et intuitive pour l'utilisateur
- Interactifs avec une gestion des alertes
- Intègrent un module tableaux de bord qui implémente des indicateurs de performance
- Intègrent en option un module SMS pour une communication à temps réelle
- Eco Responsable
- Exportable à l'international



## B. PRESENTATION DE LA MARKETPLACE

### 1. Définition de Marketplace



**SUUHMA**  
Marketplace

Une **marketplace**, également appelée place de marché, est une plateforme qui met en relation des acheteurs et des vendeurs sur internet.

La marketplace est aujourd'hui définie comme une solution internet web ou mobile sur laquelle des vendeurs indépendants, professionnels ou particuliers, ont la possibilité de vendre leurs produits ou services en ligne moyennant, pour les cas les plus connus, une commission prélevée par le site sur chaque vente. Il existe d'autres modèles économiques basés sur les frais fixes sur les ventes, les abonnements, les frais d'insertion ou encore les services aux vendeurs.

La marketplace présente de nombreux avantages pour chaque parties. Du côté des acheteurs, elle permet de bénéficier d'un choix de produits important. Pour les professionnels, elle offre l'accès à des millions de clients potentiels et des garanties de paiement.



### 2. Présentation de SUUHMA



**Suuhma** est une marketplace universelle et interactive tel un réseau social spécialisé dédié à l'interaction de citoyens, commerçants du monde.



**Profitez de belles offres**  
Inscrivez-vous gratuitement



ACCUEIL  
Parapluie  
15 000 000



**Exposez vos produits**  
100% gratuit

Notre marketplace universalise les actes de commerce et participe à l'inclusion commerciale, rapproche les horizons de visibilité des produits des artisans, des paysans, des producteurs, etc.

L'accès et l'utilisation de la marketplace est gratuite et libre.

Où que l'on soit, on peut interagir directement avec le marchand ou le client et conclure des deals en toute autonomie.



### 3. L'ambition de SUUHMA



Map 1.3 | Main export products, 2020



Selon les chiffres de la Crucead, l'Afrique -non pas l'Afrique sub-saharienne mais le continent africain- ne représente toujours que 2% des exportations mondiales de marchandises face à l'Asie et l'Océanie qui pèsent 44%, l'Europe 38% et les Amériques 16%.

Un cinquième seulement des exportations des pays africains vont vers d'autres pays africains, l'essentiel allant au grand export, plus particulièrement vers la Chine (\$ 52,9 milliards) et l'Inde (\$ 23 milliards).

Map 1.2 | Main world import flows, 2020



D'après la banque mondiale :

- *Les pays africains gagneraient à développer et diversifier leur participation au commerce international et aux chaînes de valeur mondiales pour réduire la pauvreté à grande échelle et transformer les économies du continent.*
- *Même si les exportations africaines de biens et services ont enregistré une croissance particulièrement rapide au cours des dix dernières années, leur volume reste faible et représente à peine 3 % du commerce mondial.*
- *Un nouveau cadre est aujourd'hui nécessaire pour promouvoir des politiques commerciales qui permettront d'élargir et de diversifier l'accès de la région aux marchés d'exportation, tout en renforçant les échanges intra-africains.*

Or, la digitalisation des pratiques apparaît dans ce cadre un catalyseur des interactions commerciales. Les solutions digitales conçues sur le continent se sont très peu mises au service des échanges économiques et commerciaux.

L'Afrique cherche encore à s'appuyer sur les plateformes mondiales (AMAZON, ALIBABA, etc.) pour développer sa visibilité économique et commerciale, s'exposant aux antagonismes et aux intérêts contradictoires dans une compétition mondiale sans partage.

SUUHMA se voudra donc une solution de souveraineté africaine dans ce domaine, en combinaison avec des services connexes africains existants ou à développer.

#### **4. La cible de SUUHMA**

SUUHMA s'adresse à tous les utilisateurs de smartphones. Ce sont les usagers qui interagiront pour acheter ou vendre leurs offres de produits et services. Comme tous les réseaux sociaux, la cible de SUUHMA est constituée de tous les surfers souhaitant vendre ou s'approvisionner plus facilement que par les canaux standards habituels.

Avec plus de 1,3 milliard d'habitants, l'Afrique est le deuxième continent le plus peuplé après l'Asie et représentait 17,2 % de la population mondiale en 2020.

Le nombre d'utilisateurs d'Internet a augmenté sur tout le continent africain, atteignant les 46 % de la population totale du continent. Soit 634 863 000 personnes selon les données du site « Internet World Stats ».

Le mobile est devenu le canal de communication incontournable pour communiquer, distribuer, et facturer ses services. Bien plus qu'un simple canal de communication. C'est aussi un outil de travail, de gestion de transactions financières, de divertissement, etc. Incontournable pour les entreprises pour toucher leurs clients actuels et potentiels. Et la tendance du marché n'est pas prête de s'inverser.

La plateforme SUUHMA par son universalité et le bilinguisme (français, anglais), se positionnera comme liant entre entrepreneurs et marché.

#### **5. Le modèle économique de SUUHMA**

Le modèle économique de SUUHMA reprend l'ensemble des axes de tarification connus d'une marketplace tels que :

- Commission sur les ventes
- Frais d'inscription ou d'adhésion
- Coût d'insertion des produits
- Freemium (usage gratuit d'une version basic, et payante en version complète)
- Publicité
- Aide et subvention ou don
- Notoriété (valeur acquise grâce à l'impact)

SUUHMA proposera plus tard des solutions réelles pour consolider son offre digitale. En rapport avec la livraison, l'entreposage, les moyens de paiement, la comparaison des prix, les sondages commerciaux, etc.

A ce stade du développement de la solution, le modèle économique n'est pas arrêté. L'analyse des données issues de l'usage de la solution en MVP permettra de l'affiner. Toutefois, nous expérimentons un appel de fonds en dons (Crowdfunding) pour susciter l'adhésion des usagers.

## 6. Exemple de simulation de revenus

Les pays d'Afrique francophone représentent 193 millions d'habitants. Sur la base du taux de pénétration d'internet (46%), 89 millions de personnes sont connecté.

Avec un objectif d' enrôlement de 1% de cette population francophone connectée, SUUHMA, grâce à un marketing orienté pourrait comprendre 890.000 usagers.

Pour des frais d'abonnement de 1000 FCFA annuel, le chiffre d'affaire prévisionnel s'élèverait à 890 millions FCFA. Or la solution bilingue touche une cible plus élevée intégrant les communautés anglophones. Démultipliant son potentiel d' enrôlement.

## 7. Membres de l'équipe

La plateforme SUUHMA est développée par notre startup en association avec plusieurs intervenants de haut niveau au projet. Les trois acteurs essentiels sont :

NOMS	PRENOMS	AGE	EMAIL	TEL.	PROFIL	EXP.
MBADOUMOU	Charles	43	<a href="mailto:charles.mbadoumou@yahoo.fr">charles.mbadoumou@yahoo.fr</a>	062 74 80 63	Développeur applicatif	18
FONGHOUE	Mardochée	37	<a href="mailto:mardoch005@yahoo.fr">mardoch005@yahoo.fr</a>	+1 (418) 932-9320	Architecte de solutions informatiques	10
MFOUBA	Edgard	47	<a href="mailto:edmfouba@scgabao.com">edmfouba@scgabao.com</a>	066 63 25 31	Banque Finance	21
EVINA	Martial	58	<a href="mailto:evinamartial@hotmail.com">evinamartial@hotmail.com</a>	+33 6 50 63 89 61	Expert Business Intel.	25

## C. PRESENTATION DES ENROLEMENTS PRIMAIRES





