



Reddy Mpassi est un coach en économie numérique et cofondateur de **Zieta+**, une startup africaine dédiée à la digitalisation des entreprises locales et à la création de solutions web innovantes.

Diplômé et passionné par la **transformation digitale**, il accompagne les jeunes entrepreneurs et organisations dans l'adoption d'outils numériques adaptés au contexte congolais et africain.

En parallèle, il anime des formations et séminaires dans des établissements comme **l'EAD** (École Africaine de Développement) et **l'IS2M**, où il partage son expérience sur le marketing digital et l'économie numérique.

web-site: www.reddympassi.site

Adresse mail : contact@reddympassi.site

Tel : +242.05.041.66.61/06.958.47.42

SOMMAIRE

Avant-Propos

- Définition de l'économie numérique
- Importance et avantages pratiques en Afrique/Congo

Introduction

- Contexte africain et congolais
- Objectifs pratiques du livret

Chapitre 1 : État des Lieux au Congo-Brazzaville

- Infrastructures et acteurs clés
- Checklist évaluation connexion

Chapitre 2 : Réglementations et Fiscalité

- Lois ARPTC et taxes numériques
- Étapes obtention licence

Chapitre 3 : Opportunités Entrepreneuriales

- Marchés porteurs (e-commerce, fintech)
- Modèles business et cas pratiques

Chapitre 4 : Lancement de Projet

- Phases MVP, marketing, scaling
- Checklists API et budget

Chapitre 5 : Défis et Solutions

- Fracture numérique et cybersécurité
- Tableau comparatif Congo vs pairs

Conclusion et Annexes

Avant-Propos

1. Définition de l'économie numérique



L'économie numérique, c'est l'ensemble des activités économiques qui utilisent les technologies digitales pour créer, échanger ou consommer des biens et des services. Concrètement, cela va des plateformes de vente en ligne, des applications de mobile money, des services de streaming, jusqu'aux solutions d'e-learning, de transport, de santé connectée ou encore aux entreprises qui utilisent les données et l'intelligence artificielle pour améliorer leurs décisions.

Dans l'économie traditionnelle, la valeur passait surtout par des infrastructures physiques : boutiques, agences bancaires, entrepôts, papier, cash. L'économie numérique, elle, s'appuie sur trois piliers :

- Des réseaux (internet fixe, 3G, 4G, bientôt 5G, fibre optique, câbles sous-marins).
- Des terminaux (smartphones, ordinateurs, box, objets connectés).
- Des plateformes et logiciels (sites web, applications mobiles, systèmes de paiement, cloud, IA).

Dès qu'une activité économique dépend principalement d'internet, d'un smartphone et de données, elle entre dans le champ de l'économie numérique : vendre un produit sur WhatsApp, recevoir de l'argent via Airtel Money, proposer une formation sur une plateforme en ligne, gérer une flotte de motos-taxis avec une application, tout cela fait déjà partie de cette nouvelle économie.

2. Importance en Afrique



En Afrique, l'économie numérique est devenue un levier stratégique de développement, au même niveau que les routes, l'énergie ou l'agriculture. Le continent compte des centaines de millions d'utilisateurs de mobile, et la

majorité des nouveaux services se déploient d'abord sur smartphone avant d'exister éventuellement en version physique

Elle est importante pour plusieurs raisons :

- **Croissance économique** : les études montrent que le numérique peut ajouter plusieurs points de croissance au PIB, en améliorant la productivité, en facilitant le commerce et en réduisant les coûts de transaction.
- **Inclusion financière** : grâce au mobile money, des millions de personnes non bancarisées peuvent envoyer, recevoir, épargner et payer sans compte bancaire classique, ce qui est une révolution dans des pays où les agences sont rares.
- **Création d'emplois et d'opportunités** : le numérique permet à des jeunes de lancer des projets avec peu de capital de départ, de travailler à distance pour des clients locaux ou internationaux et de monétiser leurs compétences (développement web, design, marketing digital, contenus).
- **Accès aux services essentiels** : éducation, santé, agriculture, administration... Des plateformes numériques permettent d'apporter des services de qualité à des populations qui étaient parfois délaissées ou isolées.

Pour de nombreux pays africains, l'économie numérique est également un moyen de diversifier une économie trop dépendante de quelques secteurs (matières premières, pétrole, etc.) et de préparer l'avenir face aux chocs économiques ou sanitaires.

3. Avantages pratiques pour le Congo-Brazzaville

Le Congo-Brazzaville fait partie des pays où l'économie numérique progresse rapidement, avec l'extension de la fibre optique, la généralisation du mobile money, l'arrivée de nouvelles plateformes et un intérêt croissant des jeunes pour la technologie et l'entrepreneuriat.



Les avantages pratiques pour le pays et pour les entrepreneurs congolais sont nombreux :

- Réduire la dépendance au pétrole
Le Congo dépend encore fortement des revenus pétroliers. Le numérique offre la possibilité de développer de nouvelles filières : e-commerce, services digitaux, fintech, contenus culturels, solutions pour l'agriculture ou les transports, etc.
- Créer des emplois adaptés aux jeunes
Avec une population jeune et souvent connectée via le smartphone, le numérique ouvre la porte à des métiers nouveaux : développeur, community manager, créateur de contenu, vendeur en ligne, formateur digital, opérateur de plateforme, etc. Ces métiers demandent plus de compétences que de capital.

- Faciliter les paiements et la confiance

Les services comme MTN Mobile Money ou Airtel Money permettent de payer, être payé, envoyer de l'argent ou encaisser en ligne sans compte bancaire classique.

Pour un entrepreneur congolais, cela signifie qu'il peut :

- Vendre des produits ou services à distance.
- Encaisser des paiements sécurisés sans gérer de grosses sommes en cash.
- Travailler avec des clients dans d'autres villes ou à l'étranger (avec les bonnes passerelles).
- Accès à un marché plus large que son quartier ou sa ville
Une boutique physique à Pointe-Noire touche principalement les gens du quartier. Une boutique en ligne, une page Facebook ou un simple catalogue WhatsApp bien organisé peuvent toucher tout le pays, et même la diaspora qui veut commander pour la famille au pays.

- Réduire les barrières d'entrée

Pour lancer un projet numérique minimal (MVP), il n'est plus indispensable d'avoir un grand capital :

- Un smartphone ou un ordinateur d'occasion.
- Une connexion internet.
- Un compte mobile money.
- Des outils simples (site vitrine, page Facebook, formulaire, petit back-office).

Avec ces éléments, un(e) jeune du Congo peut tester une idée, trouver ses premiers clients, encaisser ses premiers paiements et améliorer son projet au fur et à mesure. C'est précisément l'objectif de ce livret : montrer comment profiter de l'économie numérique en Afrique, et surtout au Congo-Brazzaville, de manière très concrète, réaliste et progressive.

Introduction

1. Contexte africain



Depuis une dizaine d'années, l'Afrique connaît une véritable accélération numérique : explosion du nombre de smartphones, généralisation de la **3G/4G** et développement massif du mobile money dans la plupart des pays.

Cette dynamique transforme des secteurs entiers comme le commerce, la finance, l'agriculture, l'éducation ou la santé en permettant de proposer des services via des plateformes digitales accessibles même en zone rurale.

Dans plusieurs pays (Kenya, Rwanda, Nigeria, Ghana...), des écosystèmes de startups et de hubs technologiques se sont structurés autour de l'innovation numérique, attirant des investissements importants et créant de nouveaux emplois pour les jeunes. Les institutions africaines et internationales considèrent désormais l'économie numérique comme un pilier stratégique au même titre que l'énergie, les transports ou l'agriculture pour atteindre les objectifs de développement.

2. Contexte congolais (Congo-Brazzaville)

Au Congo-Brazzaville, le numérique progresse également : déploiement de la fibre optique, amélioration de la couverture 3G/4G en zones urbaines, développement de services de mobile money par les principaux opérateurs, et apparition de projets locaux en e-commerce, fintech, éducation ou services. Même si l'accès à internet reste encore inégal (coût de la data, qualité de la connexion, fracture entre villes et campagnes), une part croissante de la population utilise déjà le smartphone comme principal outil d'information, de communication et parfois de travail.

Le pays cherche à diversifier son économie, longtemps dépendante du pétrole, et le numérique apparaît comme une opportunité pour créer de nouvelles richesses, moderniser l'administration, faciliter les paiements et offrir des emplois adaptés à une jeunesse nombreuse et connectée. Dans ce contexte, chaque entrepreneur, étudiant, fonctionnaire ou simple citoyen peut trouver sa place dans l'économie

numérique, à condition de comprendre les bases, les règles du jeu et les bonnes pratiques.

3. Objectifs pratiques du livret

Ce livret n'est pas un ouvrage théorique réservé aux experts : il est conçu comme un guide pratique pour les Congolais(es) et Africain(e)s qui veulent comprendre rapidement l'économie numérique et surtout l'utiliser pour lancer ou développer une activité. L'objectif est de partir de la réalité du terrain (connexion parfois limitée, moyens financiers réduits, contraintes administratives) pour proposer des solutions simples, progressives et adaptées au contexte congolais.

Concrètement, à la fin du livret, le lecteur devra être capable de :

- Comprendre les notions essentielles de l'économie numérique et les tendances en Afrique et au Congo.
- Identifier les opportunités réelles dans son environnement (e-commerce, services, contenu, fintech, etc.).
- Choisir une idée de projet adaptée à ses ressources et à son niveau technique.
- Mettre en place un premier prototype (MVP) avec des outils simples et accessibles.
- Intégrer des solutions de paiement et de communication adaptées au Congo (mobile money, SMS, messageries).
- Éviter les principaux pièges (juridiques, fiscaux, techniques) grâce à des checklists et des exemples concrets.

L'ambition est que ce livret serve de mode d'emploi pour passer de l'idée à l'action en 30 à 90 jours, en montrant étape par étape comment utiliser l'économie numérique comme levier de revenus, d'emploi et d'impact au Congo-Brazzaville.

Chapitre 1 : État des lieux au Congo-Brazzaville

1. Infrastructures numériques

Le Congo-Brazzaville est relié à l'internet mondial principalement par des câbles sous-marins (comme WACS) et un réseau de fibre optique nationale qui alimente les grandes villes, notamment Brazzaville et Pointe-Noire. Dans ces centres urbains, la couverture 3G/4G est relativement bonne, même si la qualité du réseau et la stabilité varient selon les quartiers et les opérateurs.



En zones rurales ou éloignées, l'accès reste beaucoup plus limité, avec une dépendance forte au réseau 2G/3G et des débits faibles, ce qui rend difficile la consommation de contenus lourds (vidéo, outils cloud) mais laisse possible l'usage de services USSD, SMS et applications légères. Le coût de la data demeure un frein important : les forfaits internet sont souvent chers par rapport au revenu moyen, ce qui pousse de nombreux utilisateurs à optimiser leur consommation (usage ciblé de WhatsApp, Facebook, YouTube, sans navigation intensive).

Sur le plan des équipements, le smartphone est l'appareil central, y compris pour des usages professionnels (vente en ligne, communication, gestion de petites activités), tandis que l'ordinateur reste moins courant, souvent partagé ou utilisé dans des cybercafés. Cette réalité doit orienter les entrepreneurs vers des solutions "mobile first" et des interfaces simples, adaptées à des connexions parfois faibles.

2. Acteurs clés de l'écosystème

Plusieurs catégories d'acteurs structurent l'économie numérique congolaise :

- **Opérateurs télécoms** : Ils assurent la connectivité et proposent des services de mobile money (comme MTN Mobile Money et Airtel Money), devenus des piliers des paiements numériques pour les particuliers et les petites entreprises. Ces services permettent de recharger, payer des factures, transférer de l'argent et encaisser des paiements pour des ventes en ligne ou des prestations.
- **État et régulateur** : Le ministère en charge du numérique et l'autorité de régulation des télécoms jouent un rôle clé dans l'attribution des licences, la gestion du spectre, la régulation des opérateurs et la définition des politiques publiques en matière de numérique. Leur action influence le coût de la connexion, la protection des consommateurs, la cybersécurité et l'encadrement des services numériques (e-commerce, plateformes, fintech).
- **Banques et institutions financières** : Elles commencent à proposer des services en ligne (banque mobile, applications, cartes virtuelles) et collaborent parfois avec les opérateurs pour des offres hybrides banque–mobile money, ouvrant la voie à des solutions plus complètes pour les entrepreneurs.
- **Startups et PME numériques** : On observe une montée progressive de projets en e-commerce, services numériques, formation en ligne, communication digitale, souvent portés par des jeunes ou des petites équipes. Même si l'écosystème reste moins visible que dans certains pays voisins, il se structure autour de quelques acteurs moteurs (agences web, plateformes locales, formateurs, communautés tech).
- **Partenaires internationaux et ONG** : Des organisations régionales et internationales soutiennent des projets de renforcement de l'infrastructure, de formation au numérique, d'appui à l'entrepreneuriat ou de e-gouvernement, ce qui ouvre des opportunités de financement, de formation et de mise en réseau pour les porteurs de projets congolais.

Dans ce paysage, l'entrepreneur doit apprendre à identifier les bons interlocuteurs : opérateur pour l'API mobile money, incubateur ou association pour

l'accompagnement, administration pour les autorisations, banque pour les comptes et les moyens de paiement.

3. Checklist d'évaluation de sa connexion et de son environnement

Cette check-list permet au lecteur de faire un diagnostic rapide de son environnement numérique avant de concevoir ou lancer un projet. L'idée est de l'utiliser comme un outil pratique en début de chapitre, puis d'y revenir à chaque étape du livret.

A. Accès physique à la connexion

- Ai-je une connexion régulière à internet (à domicile, au travail, cybercafé, espace de coworking) ?
- Dans ma zone, la 3G/4G est-elle disponible et relativement stable (test sur plusieurs jours/heures) ?
- Puis-je accéder à un point de fibre (maison, bureau, voisin, cyber) au moins quelques heures par semaine pour les tâches lourdes (mise en ligne de vidéos, sauvegardes, mises à jour) ?

B. Qualité et coût de la connexion

- Quel opérateur offre la meilleure qualité/prix dans mon quartier (tests de vitesse, retours d'amis/clients) ?
- Quel est mon budget mensuel réaliste pour la data (en fonction de mes revenus actuels) ?
- Quels forfaits sont les plus adaptés à mon usage (nuit, social media, data générale) pour mon futur projet ?

C. Équipements disponibles

- Quel appareil principal j'utilise : smartphone Android, iPhone, ordinateur portable, ordinateur fixe, tablette ?
- Ma batterie et mon stockage sont-ils suffisants pour installer et utiliser des applications professionnelles (paiement, gestion, création de contenu) ?
- Ai-je accès, même ponctuellement, à un ordinateur pour certaines tâches (back-office, tableurs, rédaction longue) ?

D. Services numériques déjà utilisés

- Ai-je un compte mobile money actif et vérifié (KYC) chez au moins un opérateur ?
- Utilisé-je déjà WhatsApp Business, Facebook, Instagram ou d'autres plateformes pour des activités économiques (vente, promotion, prise de rendez-vous) ?
- Ai-je déjà une adresse e-mail professionnelle ou au moins une adresse dédiée à mon activité ?

E. Environnement et opportunités locales

- Dans mon quartier/ma ville, quels sont les principaux besoins non ou mal couverts (livraison, produits locaux, services, formation, information) ?
- Combien de personnes autour de moi sont connectées régulièrement via smartphone (clients potentiels, partenaires) ?
- Existe-t-il des structures locales (incubateur, association, centre de formation, espace numérique) pouvant m'aider à structurer mon projet ?

Formulaire – Diagnostic Numérique Personnel (Congo-Brazzaville)

1. Profil du lecteur

1.1. Situation actuelle

- ☐ Étudiant
- ☐ Salarié
- ☐ Entrepreneur
- ☐ Sans emploi / en reconversion
- ☐ Autre : _____

1.2. Ville / zone principale

- ☐ Brazzaville
 - ☐ Pointe-Noire
 - ☐ Autre ville : _____
 - ☐ Zone rurale / village
-

2. Accès à la connexion

2.1. Où te connectes-tu le plus souvent à internet ?

- ☐ À la maison
- ☐ Au travail
- ☐ Cybercafé
- ☐ Chez un proche / voisin
- ☐ Espace de coworking
- ☐ Je me connecte très rarement

2.2. Type de réseau disponible le plus souvent

- ☐ 2G
- ☐ 3G
- ☐ 4G
- ☐ Fibre optique (Wi-Fi)
- ☐ Je ne sais pas

2.3. Stabilité de la connexion dans ta zone

- ☐ Très stable
- ☐ Plutôt stable
- ☐ Instable
- ☐ Très instable

2.4. Coût de la connexion pour toi (par mois)

- ☐ Moins de 5 000 FCFA
- ☐ 5 000 – 10 000 FCFA
- ☐ 10 000 – 20 000 FCFA
- ☐ Plus de 20 000 FCFA
- ☐ Je n'ai pas de budget fixe

3. Équipements disponibles

3.1. Appareil principal pour internet

- ☐ Smartphone Android
- ☐ iPhone
- ☐ Ordinateur portable
- ☐ Ordinateur fixe
- ☐ Tablette
- ☐ Autre : _____

3.2. Accès à un ordinateur pour ton projet

- ☐ Oui, j'en ai un personnel
- ☐ Oui, parfois (ami, cyber, bureau)
- ☐ Non, presque jamais

3.3. État de ton smartphone (batterie, stockage)

- ☐ Très bon (autonomie OK, mémoire suffisante)
- ☐ Moyen (je dois souvent libérer de la place)
- ☐ Mauvais (batterie ou stockage limitent mon usage)

4. Services numériques déjà utilisés

4.1. Comptes mobiles money (coche tout ce qui s'applique)

- ☐ MTN Mobile Money – compte actif et vérifié
- ☐ Airtel Money – compte actif et vérifié
- ☐ Autre : _____
- ☐ Aucun compte mobile money

4.2. Usage actuel pour gagner de l'argent

- Je vends déjà des produits / services en ligne
- J'encaisse déjà via mobile money
- J'utilise déjà WhatsApp Business
- Je n'utilise pas encore le numérique pour gagner de l'argent

4.3. Plates-formes que tu utilises pour ton activité ou une future activité

- WhatsApp / WhatsApp Business
- Facebook / Page Facebook
- Instagram
- Site web ou boutique en ligne
- Aucune pour l'instant

5. Environnement et clients potentiels

5.1. Type de clientèle principale que tu vises

- Quartier / ville seulement
- Tout le pays
- Diaspora + pays
- Je ne sais pas encore

5.2. Niveau d'équipement de tes clients potentiels

- La majorité a un smartphone et internet
- Beaucoup ont des téléphones simples (sans internet)
- Mélange des deux
- Je ne sais pas

(Indication pour le lecteur : si beaucoup ont des téléphones simples, penser à USSD/SMS. Si beaucoup ont smartphone + internet, penser à appli / site / réseaux sociaux.)

6. Ton mini plan d'action (à remplir par le lecteur)

6.1. Mes forces (3 croix max)

- Bonne connexion internet
- Bon smartphone
- Compte mobile money actif
- Déjà des clients / audience
- Temps disponible pour apprendre et tester
- Connaissances techniques (web, app, design, etc.)

6.2. Mes limites actuelles (3 croix max)

- Connexion instable ou chère
- Pas de compte mobile money vérifié
- Peu ou pas d'équipement

- Manque de connaissances techniques
- Manque de capital de départ
- Pas d'entourage / réseau dans le numérique

6.3. Mes 3 priorités pour les 30 prochains jours

- Priorité n°1 : mieux choisir et tester mon opérateur internet
- Priorité n°2 : ouvrir / vérifier mon compte mobile money
- Priorité n°3 : trouver un endroit avec fibre ou bonne connexion au moins 1 fois par semaine
- Priorité n°4 : créer une adresse e-mail et un compte WhatsApp Business
- Priorité n°5 : rejoindre un groupe / communauté (formation, incubateur, association)
- Priorité n°6 : autre : _____

4. Forces et faiblesses du contexte congolais

L'environnement numérique du Congo-Brazzaville présente déjà des forces importantes : couverture 3G/4G correcte en zones urbaines, présence de plusieurs opérateurs concurrents, déploiement progressif de la fibre, généralisation du mobile money et forte appétence des jeunes pour les réseaux sociaux et le digital. Ces éléments créent un socle suffisant pour lancer des projets basés sur le smartphone, les réseaux sociaux, les paiements mobiles et des outils simples de gestion en ligne.

En parallèle, plusieurs faiblesses limitent encore le potentiel : coût élevé de la data par rapport au revenu moyen, qualité inégale de la connexion selon les zones, fracture entre villes et campagnes, faible taux d'équipement en ordinateurs et manque de compétences techniques avancées dans une partie de la population. Pour un entrepreneur, l'enjeu est de concevoir des solutions légères (peu de data), flexibles (offline/online) et pédagogiques pour accompagner progressivement ses utilisateurs dans le numérique.

5. Opportunités concrètes liées à cet état des lieux

À partir de cette photo du terrain, plusieurs opportunités émergent pour les porteurs de projet : services de proximité appuyés par le digital (livraison, mise en relation, marketplace locale), valorisation des produits congolais via des vitrines en ligne ciblant le marché national et la diaspora, ou encore solutions simples pour digitaliser des métiers existants (coiffeurs, ateliers, transport, restauration). La combinaison "smartphone + mobile money + réseaux sociaux" permet déjà de créer de la valeur sans avoir forcément un site très sophistiqué.

L'état des lieux montre aussi un espace pour des projets de formation au numérique, d'accompagnement des TPE/PME vers la présence en ligne, ou de services d'intermédiation (par exemple : gérer pour d'autres leurs pages, leurs ventes en ligne, leurs encaissements). Comprendre les limites de la connexion, les habitudes de paiement et le niveau d'équipement des clients permet de bâtir des offres réalistes, qui collent au terrain congolais au lieu de copier des modèles pensés pour l'Europe ou l'Amérique du Nord.

6. Synthèse du chapitre et transition

En résumé, l'état des lieux au Congo-Brazzaville met en évidence un paradoxe : un environnement encore imparfait mais déjà largement suffisant pour démarrer des activités numériques bien pensées. Plutôt que d'attendre que tout soit parfait (fibre partout, coût très bas, équipements haut de gamme), l'objectif de ce livret est de montrer comment exploiter au mieux ce qui existe déjà, en partant de ta situation réelle mesurée grâce au formulaire de diagnostic.



La suite du livret va s'appuyer directement sur ce diagnostic : à partir de ton niveau de connexion, de tes équipements et de ton environnement, les chapitres suivants présenteront les opportunités prioritaires, les modèles économiques adaptés et un plan d'action pas à pas pour lancer ton projet numérique au Congo-Brazzaville.

7. Exercice final du Chapitre 1 : ton profil numérique

- Étape 1 : Relis ton formulaire rempli et coche ton profil dominant :
 - ☐ Profil A : bonne connexion + smartphone correct + compte mobile money
 - ☐ Profil B : connexion moyenne + smartphone limité + compte mobile money
 - ☐ Profil C : connexion faible + téléphone simple + pas encore de compte mobile money
- Étape 2 : Note ici ton profil : _____
- Étape 3 : Sur cette base, indique le type de solution le plus réaliste pour toi à court terme :
 - ☐ Projet basé surtout sur réseaux sociaux + mobile money
 - ☐ Projet basé sur USSD/SMS + terrain
 - ☐ Projet basé sur site web/app + fibre ponctuelle

À partir de maintenant :

- ***Garde ton formulaire rempli près de toi.***
- ***Entoure sur cette page le type de projet que tu souhaites lancer en priorité.***
- ***Passe au Chapitre 2 pour découvrir le cadre légal et fiscal à respecter au Congo-Brazzaville avant de te lancer.***

Chapitre 2 : Réglementations et Fiscalité numériques au Congo-Brazzaville

1. Pourquoi le cadre légal est important

Avant de lancer une activité numérique (**site e-commerce, plateforme, service fintech, formation en ligne, etc.**), il est indispensable de comprendre qu'il existe des règles : protection des consommateurs, lutte contre la fraude, fiscalité, données personnelles, etc. Un projet bien pensé mais illégal, non déclaré ou mal structuré peut être bloqué par le régulateur, pénalisé fiscalement ou perdre la confiance des utilisateurs.



L'objectif de ce chapitre n'est pas de faire un cours de droit, mais d'expliquer les grandes lignes : quelles autorités interviennent, quels types de licences ou d'autorisations peuvent être nécessaires, et comment se préparer pour être en règle dès le départ.

2. Rôle de l'ARPTC et autres autorités

Dans la plupart des pays africains, le secteur des télécoms et du numérique est supervisé par une autorité de régulation (équivalent ARPCE/ARPTC selon la dénomination locale), sous la tutelle du ministère en charge du numérique ou des télécommunications. Cette autorité gère notamment :

- L'attribution et le contrôle des licences des opérateurs télécoms.
- L'encadrement des services de téléphonie, internet et parfois des services à valeur ajoutée (SMS, USSD, etc.).
- La protection des utilisateurs (qualité de service, tarifs, plaintes).

Pour un entrepreneur numérique, cela signifie :

- Si le projet repose sur des services télécoms avancés (USSD, numéros courts, passerelles SMS en masse, etc.), il faudra souvent passer par un partenaire agréé ou demander une autorisation spécifique.
- Si le projet touche à des données sensibles (santé, finance, données personnelles), il est prudent de vérifier les règles applicables (confidentialité, hébergement, consentement).

En parallèle, d'autres institutions interviennent :

- Le ministère du Commerce / PME pour l'immatriculation de l'activité.
- L'administration fiscale (impôts) pour la déclaration des revenus, TVA, etc.
- La banque centrale / régulateur financier pour tout ce qui touche aux services de paiement, monnaie électronique, fintech.

3. Taxes et fiscalité des activités numériques

Les activités numériques ne sont pas "hors système" : elles sont de plus en plus intégrées dans le droit fiscal classique (impôt sur les bénéfices, TVA, etc.), avec parfois des règles spécifiques pour les services numériques. Les grandes tendances observées en Afrique francophone sont :

- Application de la TVA sur les prestations de services numériques (vente de services en ligne, abonnements, etc.), dès qu'un certain seuil d'activité ou de chiffre d'affaires est atteint.
- Volonté de mieux taxer les revenus générés par les plateformes numériques, même quand elles n'ont pas de présence physique, via des notions de "présence digitale significative".
- Obligation, pour les entreprises locales, de déclarer leur activité (statut juridique) et de payer les impôts correspondants une fois l'activité réellement lancée et structurée.

Pour ton livret, tu peux vulgariser ainsi pour le lecteur :

- Au départ, un petit test d'idée (vente via WhatsApp, quelques paiements mobiles money) se fait souvent de façon informelle, mais dès que l'activité devient régulière et génère un revenu, il faut envisager de se déclarer (auto-entrepreneur, petite entreprise, etc.).
- L'entrepreneur doit garder une trace de ses ventes (carnet, fichier Excel, appli simple) pour pouvoir un jour déclarer son chiffre d'affaires et éviter les mauvaises surprises avec le fisc.

4. Étapes pratiques pour être en règle (vue d'ensemble)

Cette sous-partie donne un parcours type, à adapter selon les textes en vigueur au Congo-Brazzaville (à vérifier au moment de la rédaction avec un comptable ou un juriste local) :

1. Choisir la nature de l'activité

- E-commerce (vente de produits physiques).
- Services numériques (formation en ligne, communication, marketing digital, etc.).
- Fintech / services de paiement (avec des partenaires agréés).

2. Choisir un statut juridique adapté

- Activité individuelle / personne physique (petit commerce, auto-entrepreneur si dispositif équivalent).
- Petite entreprise (SARL, etc.), si le projet grandit.

- Se renseigner auprès du centre de formalités des entreprises ou équivalent pour les démarches simplifiées.

3. Enregistrement et identifiants fiscaux

- Obtenir un numéro d'identification fiscale.
- Déclarer son activité principale (commerce, services numériques...).
- Comprendre les obligations de base : déclarations périodiques, taux d'imposition applicables.

4. Relations avec les opérateurs et les banques

- Ouvrir un compte professionnel (banque ou mobile money pro) quand c'est possible, pour distinguer finances personnelles et activité.
- Si nécessaire, signer un contrat avec l'opérateur pour l'usage d'API (paiement, SMS) ou avec un agrégateur de paiement local.

5. Respect de la protection des données et des utilisateurs

- Informer clairement les utilisateurs de l'usage de leurs données (coordonnées, historique d'achat).
- Éviter de partager ou vendre ces données sans autorisation.
- Mettre en place des mesures minimales de sécurité (mots de passe forts, double authentification, sauvegardes).

5. Étapes d'obtention d'autorisations ou de "licence" (cas typiques)

Selon le type de projet, le niveau d'exigence change. Tu peux détailler 3 cas concrets pour le lecteur :

Cas 1 : Petit e-commerce via réseaux sociaux + mobile money

- Souvent, pas de licence "spéciale télécom", mais :
 - Déclaration de l'activité commerciale dès que c'est régulier.
 - Respect des règles de vente (prix clairs, conditions de livraison, gestion des réclamations).

- Utilisation de comptes mobile money conformes aux règles KYC (identité vérifiée).

Cas 2 : Plateforme avec intégration **d'API SMS / USSD**

- **Nécessité de** :
 - Passer par un fournisseur agréé (agrégateur SMS, partenaire USSD) qui lui-même dispose des autorisations de l'autorité de régulation.
 - Signer un contrat d'utilisation des services (tarifs, limites, responsabilités).
 - Informer clairement les utilisateurs en cas de facturation via crédit téléphonique ou mobile money.

Cas 3 : Projet touchant aux paiements / fintech

- **Obligatoire** :
 - Travailler en partenariat avec une banque, un établissement de monnaie électronique ou un opérateur mobile autorisé par la banque centrale.
 - S'assurer des exigences KYC/AML (lutte contre le blanchiment, vérification d'identité).
 - Parfois, obtenir une licence ou un agrément spécifique selon le modèle (portefeuille, transfert, prêt, etc.).

Dans ton texte, rappelle que pour tout projet "sensible" (**finance, santé, données massives**), le lecteur doit consulter un expert local (**juriste, comptable, incubateur**) avant de lancer à grande échelle.

6. Check-list “cadre légal et fiscal” pour le lecteur

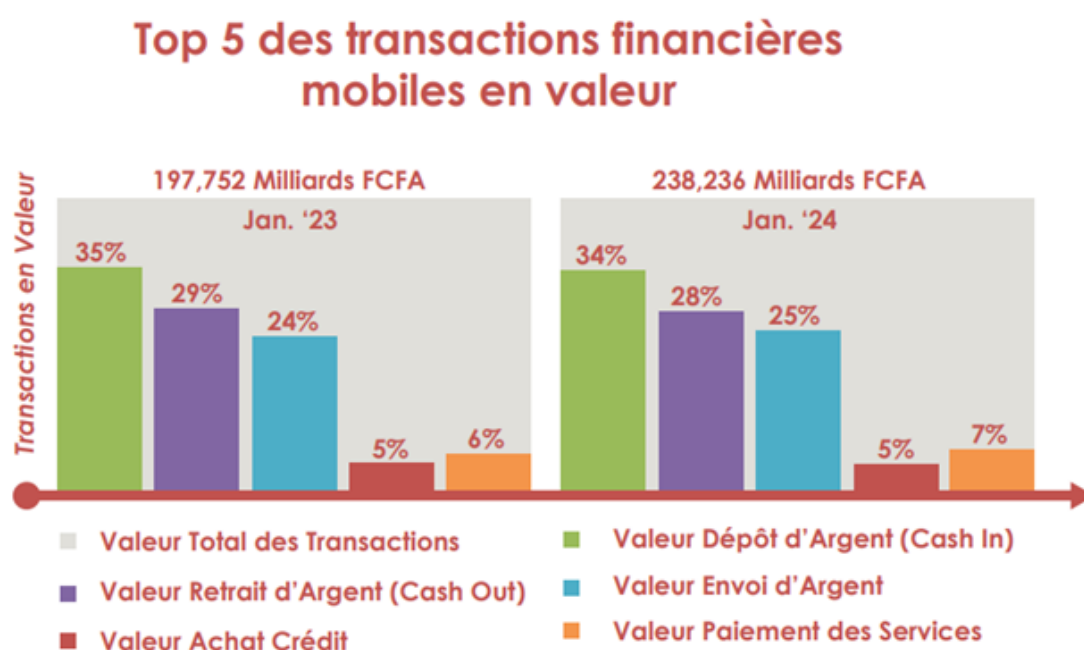
Tu peux finir le chapitre avec une liste à cocher simple :

- ☐ Je sais quel type d'activité numérique je lance (commerce, service, contenu, fintech...).
- ☐ Je me suis renseigné sur le statut juridique le plus simple pour démarrer.
- ☐ Je garde une trace de toutes mes ventes et dépenses.
- ☐ Mon compte mobile money est vérifié (KYC) et je connais les limites.
- ☐ Si j'utilise des API (paiement, SMS, USSD), je passe par un partenaire ou un opérateur agréé.
- ☐ Je protège les données de mes clients (contacts, historique d'achats).
- ☐ Je prévois de rencontrer un comptable / conseiller pour structurer mon activité quand elle commence à bien marcher.

Chapitre 3 : Opportunités Entrepreneuriales Numériques

1. Marchés porteurs au Congo-Brazzaville

Le secteur du numérique au Congo est officiellement identifié comme un pilier du développement, avec une stratégie "Congo Digital 2025" et une montée en puissance du mobile money et de la digitalisation des services. En janvier 2024, la valeur des transactions mobile money a dépassé 238 milliards FCFA pour plus de 79 millions d'opérations, ce qui montre à quel point les paiements digitaux deviennent le cœur des échanges économiques au quotidien.



Trois grands marchés porteurs se dégagent pour un entrepreneur :

- E-commerce de produits locaux

Le pays dispose d'un fort potentiel dans l'agroalimentaire, l'artisanat, la mode, les services de proximité, mais l'offre reste souvent limitée à un quartier ou une ville. Les réseaux sociaux, les catalogues WhatsApp et des mini-boutiques en ligne permettent de connecter vendeurs et acheteurs sur tout le territoire, voire avec la diaspora, en s'appuyant sur le mobile money pour les paiements.

- Services digitaux pour TPE/PME

Beaucoup de petits commerces (boutiques, salons, restaurants, transport) n'ont pas de présence en ligne, pas de gestion numérique et aucune stratégie de communication digitale. Il y a de la place pour des services simples : création et gestion de pages Facebook, campagnes WhatsApp, mini-sites, prise de rendez-vous en ligne, suivi des clients, facturation numérique.

- Fintech simple et paiements

Au-delà de MTN et Airtel, des acteurs comme **NOKI NOKI**, **TASA**, **ASCAPAY** ou **GIMACPAY** simplifient les paiements, les transferts et les liens entre comptes bancaires et mobile money. Ces outils ouvrent des opportunités pour proposer des solutions de caisse digitale, d'encaissement pour petits commerçants, de collecte de paiements d'abonnements ou de services (formations, électricité privée, clubs, etc.).



[Jonathan Yanghat](#), un ingénieur informaticien et entrepreneur né en République du Congo, qui a lancé l'entreprise en 2021 à Brazzaville.

LA START-UP NOKI NOKI LÈVE 3 MILLIONS DE DOLLARS EN SEED POUR RÉVOLUTIONNER LA LIVRAISON DE PROXIMITÉ EN AFRIQUE

2. Idées de projets selon ton profil

L'idée clé du livret : adapter le projet au profil de départ (connexion, équipement, clientèle).

- **Profil A** : bonne connexion + smartphone correct + éventuellement ordinateur

Idées possibles :

- Boutique en ligne (site ou plateforme) vendant des produits locaux (agro, mode, cosmétiques), avec catalogue en ligne + encaissement mobile money.
- Service de marketing digital (**gestion réseaux sociaux, campagnes sponsorisées, création de visuels**) pour commerçants et PME qui n'ont ni le temps ni les compétences.
- Plateforme de formation ou de coaching (**vidéo, live, PDF**) sur des sujets demandés : examen, langues, informatique de base, entrepreneuriat.

- **Profil B** : connexion moyenne + smartphone limité, peu ou pas d'ordinateur

Idées possibles :

- Catalogue de vente sur **WhatsApp/Facebook**, avec publication régulière de produits, gestion des commandes par messages et paiement via **mobile money**.
- Service de "community management léger" pour commerçants de quartier : shootings photo simples, publication des offres et promotions, réponses aux messages.
- Mise en relation locale : groupes WhatsApp ou pages spécialisées (colocation, services, petits emplois, annonces), monétisés par commissions ou frais de publication.

- **Profil C** : connexion faible, clients souvent avec téléphones simples (sans internet) Idées possibles :

- Services basés sur **SMS/USSD (en passant par un partenaire technique)** pour l'information (**prix agricoles, météo, annonces**) ou la mise en relation.

- Intermédiation “**offline/online**” : toi, tu as un minimum de connexion ; tu aides des **commerçants/clients** non connectés à publier, chercher, commander ; tu prends une commission sur chaque opération.

Tu peux présenter ces idées sous forme de tableaux dans le livret pour que le lecteur se repère rapidement.

3. Modèles économiques simples et réalistes

Ton chapitre peut ensuite expliquer 3 modèles faciles à comprendre :

- Vente de produits (marge commerciale)
Tu achètes ou produis des biens (par exemple produits agro, cosmétiques, vêtements) et tu les vends plus cher en t'appuyant sur les réseaux sociaux, le bouche-à-oreille et la livraison locale. La marge = prix de vente – (prix d'achat + coûts logistiques + communication).
- Vente de services (**forfaits/abonnements**)
Tu proposes des services numériques (gestion de page, création de contenus, maintenance de site, formation) avec un prix à la mission ou un forfait mensuel pour les clients réguliers. Cela s'adapte bien aux TPE/PME qui préfèrent payer un montant fixe pour “ne pas se casser la tête” avec le digital.
- **Commission / intermédiation**
Tu crées une plateforme ou un canal (page, groupe, mini-site) qui met en relation offreurs et demandeurs (par exemple : location de maisons, services de ménage, livraison, petites annonces) et tu prends une commission sur chaque transaction ou un frais d'inscription. Ce modèle est très puissant mais demande de bien organiser la confiance et les règles du jeu.

4. Étude de cas pratique “congolais”

Ajoute deux mini-cas d'usage inspirés de la réalité locale pour rendre le chapitre très concret :

- **Cas 1** : Petite **boutique physique** → **extension numérique**
Une commerçante de Pointe-Noire vend des chaussures dans une boutique de quartier et dépend uniquement du passage physique. En créant une

page Facebook, un catalogue **WhatsApp** et en acceptant les paiements mobiles money, elle peut : publier régulièrement ses nouveaux modèles, prendre des commandes à distance, livrer dans plusieurs quartiers et à terme travailler avec des revendeurs.

- **Cas 2 : Jeune freelance → services digitaux pour TPE**

Un jeune de Brazzaville qui sait utiliser Canva, Facebook et un smartphone propose un "pack digital" pour petits commerces : création de page, logo simple, 10 visuels par mois, gestion de messages pour un forfait mensuel abordable. En se connectant à des espaces comme CARIA Tech Village ou des incubateurs locaux, il améliore ses compétences et trouve de nouveaux clients.

Ces cas montrent que l'économie numérique au Congo n'est pas réservée aux grandes startups, mais accessible à des personnes qui partent d'un smartphone, d'une connexion moyenne et d'une bonne compréhension de leur marché local.

Chapitre 4 : Lancement de ton projet numérique (MVP)

1. Clarifier ton idée en une page



Avant de parler d'outils, de site web ou d'application, il faut clarifier l'idée. Un projet numérique solide commence toujours par un problème bien compris

Pose-toi trois questions simples :

1. Quel problème concret veux-tu résoudre ?

Par exemple : **“Les habitants de mon quartier ont du mal à trouver des produits agro de qualité sans se déplacer loin”** ou “Les petites boutiques n'ont personne pour gérer leurs réseaux sociaux”.

2. Pour qui exactement ?

Sois précis : jeunes mères, étudiants, commerçants de quartier, fonctionnaires, diaspora qui veut commander pour la famille au pays, etc. Plus ton public est clair, plus ton message sera efficace.

3. Comment vas-tu le résoudre, avec le numérique ?

Par exemple : **“Je crée un catalogue WhatsApp + paiement mobile money + livraison”**, ou “Je gère les pages Facebook de 10 boutiques contre un forfait mensuel”.

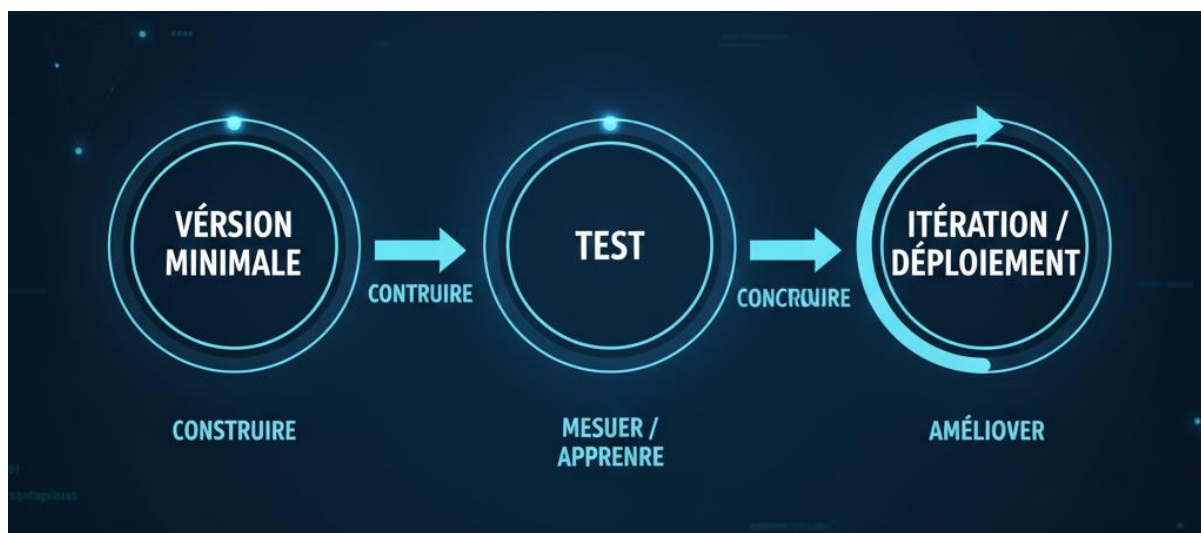
Sur une seule page, écris :

- Le problème.
- Le type de clients.
- Ta solution en une phrase simple.
- Ton modèle de revenus principal :
 - Vente de produits (marge).
 - Vente de services (honoraires, forfaits).

- Commission (pourcentage sur transactions).

Cette page sera ta boussole pour tout le reste du livret.

2. Construire un MVP adapté à ta situation



Le **MVP** (**Minimum Viable Product**), c'est la version la plus simple de ton projet qui permet déjà de tester avec de vrais clients, d'encaisser de l'argent et d'apprendre.

Profil A : bonne connexion + smartphone correct + éventuellement ordinateur

Tu peux te permettre un peu plus de "tech", sans compliquer :

- **Outils possibles :**
 - Un petit site ou boutique en ligne (**WordPress, WooCommerce, Shopify ou équivalent local**).
 - Un formulaire simple (**Google Forms**) pour les commandes.
 - Un fichier Excel ou **Google Sheets** pour suivre les clients et les ventes.
- **Exemple de MVP :**
 - 1 page d'accueil qui présente ton offre.
 - 1 page "**catalogue**" avec quelques produits ou services.
 - Un bouton ou un message clair : "**Pour commander, cliquez ici (WhatsApp)** ou payez via mobile money".

Profil B : connexion moyenne + smartphone limité, peu ou pas d'ordinateur

Ton MVP peut être 100% basé sur les réseaux sociaux et la messagerie :

- Outils possibles :
 - Catalogue **WhatsApp Business** (avec photos, prix, descriptions courtes).
 - Page Facebook avec quelques posts bien faits.
 - Un cahier ou un simple tableau papier/Excel pour noter les commandes.
- Exemple de MVP :
 - Un statut WhatsApp + une liste de diffusion.
 - Une publication épinglée sur Facebook avec ton offre, prix, mode de paiement et livraison.
 - Un message automatique : “Merci, pour commander envoie le code du produit + preuve de paiement mobile money”.

Profil C : connexion faible, clients souvent avec téléphones simples

Ici, ton MVP peut être moitié digital, moitié terrain :

- Outils possibles :
 - Carnet papier pour les commandes.
 - **Téléphone simple + SMS** réguliers aux clients.
 - Partenariat avec quelqu'un qui a une meilleure connexion (**famille, ami, cyber**).
- Exemple de MVP :
 - Tu prends les commandes par **appel** ou **SMS**.
 - Tu regroupes les commandes (**par jour ou semaine**).
 - Tu t'appuies sur un partenaire (**cyber, ami connecté**) pour publier de temps en temps des annonces ou offres groupées sur **WhatsApp/Facebook**.

L'idée clé : ne pas attendre un “gros” site ou une app pour commencer. Tu lances une version simple, adaptée à ton profil, et tu vois ce qui fonctionne.

3. Intégrer paiements et communication

Deux piliers pour ton MVP : comment les gens te paient et comment tu leur parles.

Paievements

Au Congo-Brazzaville, le cœur, ce sont les paiements mobiles :

- Ouvre ou vérifie ton compte **MTN Mobile Money** et/ou **Airtel Money**.
- Sépare, dès que possible, un numéro "**pro**" d'un numéro "**perso**".
- Habitue les clients à payer :
 - Par envoi de fonds vers ton numéro.
 - Par scan de QR code (***si disponible dans ton écosystème***).
 - Par menu **USSD** (***si ton partenaire ou opérateur le permet***).

Tu peux préciser systématiquement dans tes messages :

- Le prix.
- Le mode de paiement accepté.
- Ce que le client doit t'envoyer comme preuve (***capture d'écran, numéro de transaction, etc.***).

Communication

Ne cherche pas à être partout. Pour commencer :

- Choisis 1 ou 2 canaux principaux selon ton profil et ta clientèle :
 - **WhatsApp** (***statut + catalogues + groupes***).
 - **Facebook** (***page + groupes locaux***).
 - Flyers physiques ou bouche-à-oreille si le numérique est très limité côté clients.
- Prépare un message de présentation court et clair, par exemple :
 - Qui tu es.
 - Ce que tu proposes.
 - Pour qui.
 - Comment commander et payer.

Tu peux le garder enregistré pour le copier/coller à chaque nouveau contact.

4. Lancer un test sur 30 jours

Considère les 30 premiers jours comme un test, pas comme un projet définitif.

1. Choisis un objectif simple :

- “Avoir 10 à 20 premiers clients payants.”
- Ou “Recueillir 50 contacts intéressés (numéros, emails, abonnés...)”.

2. Plan sur 4 semaines :

• **Semaine 1 : Préparation**

- Finaliser ton offre (**produits/services, prix, conditions**).
- Mettre en place tes outils minimum (**WhatsApp Business, page Facebook, carnet de commandes, numéros mobiles money**).
- Rédiger tes messages types (**présentation, remerciement, confirmation de commande**).

• **Semaine 2 : Lancement test**

- Proposer ton offre à ton cercle proche (*amis, famille, voisins, collègues*).
- Partager dans 2 ou 3 groupes WhatsApp/Facebook pertinents (**pas de spam**).
- Noter chaque retour, chaque question, chaque objection.

• **Semaine 3 : Ajustements**

- Adapter ton message si les gens ne comprennent pas bien ce que tu vends.
- Revoir tes prix ou tes packs si tu vois des blocages.
- Améliorer ton organisation (suivi de commandes, délai de réponse).

• **Semaine 4 : Bilan**

- Combien de clients ? Combien de ventes ?
- Qu'est-ce qui a le mieux marché (type de post, canal, offre) ?
- Qu'est-ce qui a posé problème (livraison, paiement, temps, technique) ?
- Décider : on continue, on adapte, on change de cible ou d'offre.

Le but n'est pas d'être "**parfait**" en 30 jours, mais d'apprendre vite avec de vrais clients.

5. Checklist "Prêt à lancer"

À la fin du chapitre, propose une liste que le lecteur peut cocher :

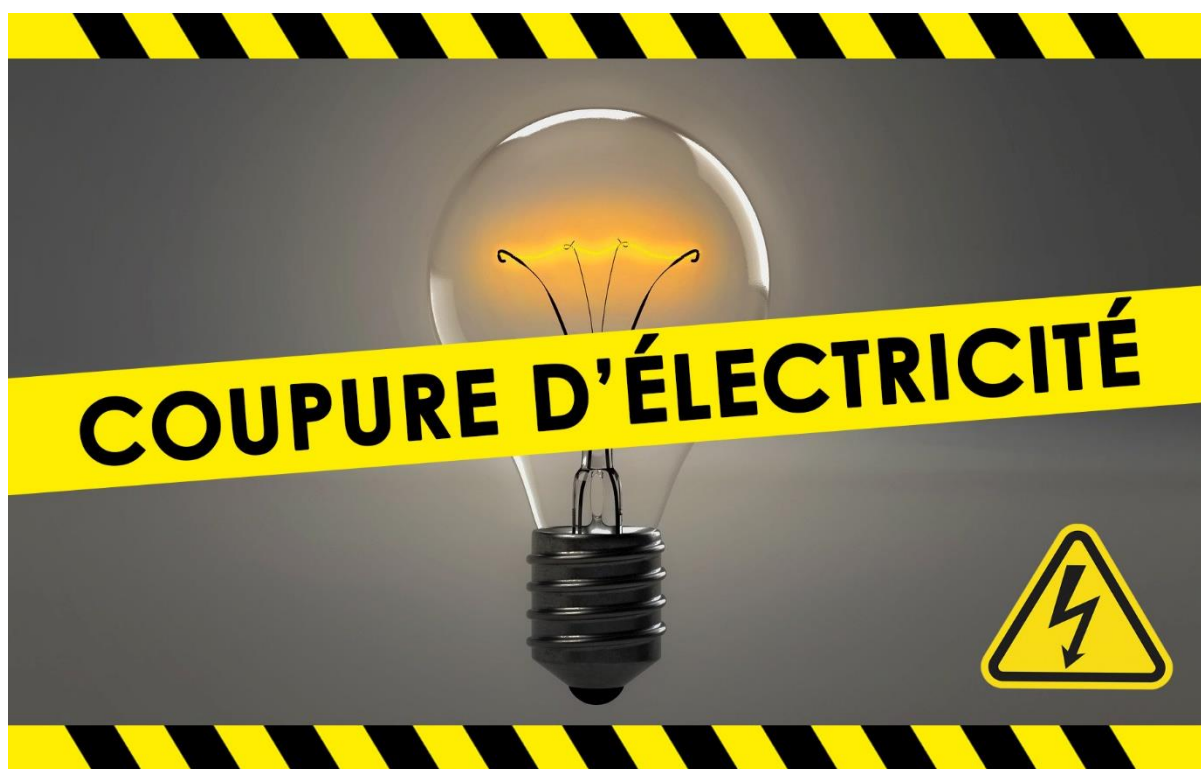
- ☐ J'ai décrit mon problème, ma cible et ma solution en une page.
- ☐ J'ai choisi un modèle de revenus principal (vente, service, commission).
- ☐ J'ai défini un MVP simple adapté à mon profil (A, B ou C).
- ☐ J'ai au moins un moyen de paiement opérationnel (mobile money).
- ☐ J'ai choisi 1 ou 2 canaux de communication principaux.
- ☐ J'ai préparé un objectif clair pour les 30 prochains jours.
- ☐ J'ai un petit plan semaine par semaine pour tester mon idée.

Chapitre 5 : Défis, solutions et passage à l'échelle

1. Principaux défis au Congo-Brazzaville

Même avec un bon projet, un entrepreneur numérique congolais fait face à plusieurs obstacles :

la qualité de la connexion reste inégale, avec des coupures fréquentes et un coût de la data élevé par rapport au revenu moyen, surtout en dehors des grandes villes. Beaucoup de clients potentiels se méfient encore des ventes en ligne à cause des arnaques, de la non-livraison ou de produits qui ne correspondent pas aux photos, ce qui rend difficile le paiement à l'avance.



À cela s'ajoutent des limites personnelles : manque de temps quand on cumule études, emploi et projet, manque de compétences techniques avancées (développement, design, publicité en ligne) et difficulté à trouver des partenaires sérieux (livreurs, fournisseurs, collaborateurs fiables). Ces réalités ne doivent pas décourager, mais pousser à construire des modèles adaptés, simples et robustes.

2. Stratégies de contournement et solutions pratiques

Face à une connexion imparfaite, une bonne stratégie consiste à concevoir des offres "offline/online" : prise de commande via WhatsApp ou SMS, mais livraison et parfois

paiements réalisés en face à face, au moins pour les premiers clients. Cela permet de limiter la dépendance à la connexion et de rassurer les clients qui préfèrent voir le produit avant de payer.



Pour lutter contre le manque de confiance, il est essentiel de multiplier les preuves sociales : **photos réelles, vidéos courtes, avis de clients, publications montrant les livraisons réussies, témoignages écrits ou audio.**

Une politique claire (**remboursement en cas de non-conformité, possibilité de payer une partie à la commande et une partie à la livraison, transparence sur les délais**) renforce la crédibilité.

Enfin, s'appuyer sur des partenaires locaux (**livreurs, points relais physiques, cybercafés, espaces comme CARIA Tech Village**) permet d'améliorer la logistique et de rompre l'isolement de l'entrepreneur.

3. Passer du test au "vrai" business

Une fois le test de **30 à 90** jours concluant (clients récurrents, chiffre d'affaires qui commence à se stabiliser), l'enjeu est de transformer l'essai en activité structurée. La première étape consiste à formaliser : choisir un statut adapté, séparer les finances personnelles et professionnelles (**compte bancaire ou mobile money dédié**), suivre régulièrement ses chiffres (**ventes, charges, marge**) pour savoir où l'on va.

Ensuite vient la standardisation :

Écrire et clarifier les processus (***comment tu prends une commande, comment tu confirmes, comment tu encaisses, comment tu gères les retours***), afin que ton service soit plus régulier, plus rapide et plus facile à déléguer.

Petit à petit, tu peux renforcer ton projet : investir dans de meilleurs outils (***smartphone plus solide, petit ordinateur, site plus professionnel***), te former (***marketing digital, comptabilité, gestion de projet***) et éventuellement constituer une petite équipe ou des collaborations stables (***livreurs, assistants, freelances***).

Conclusion

L'économie numérique offre au **Congo-Brazzaville** une occasion historique de diversifier son économie, créer des emplois adaptés aux jeunes et connecter le pays aux marchés régionaux et internationaux.

Même avec une **connexion imparfaite** et des **moyens limités**, un entrepreneur peut déjà lancer des projets viables en s'appuyant sur le **mobile money**, **les réseaux sociaux** et des **modèles simples**, à condition de rester dans le cadre légal et de progresser étape par étape.

Ce livret a montré comment passer de la compréhension des enjeux à l'identification d'opportunités locales, puis à la mise en place d'un MVP et au passage à l'échelle.

La suite dépend désormais de chaque lecteur :

Remplir honnêtement les **checklists**, choisir une **idée adaptée** à sa réalité, **tester pendant 30 à 90 jours**, **apprendre, ajuster, formaliser** et, au besoin, **chercher de l'appui auprès des structures locales** (API-Congo, incubateurs, **espaces numériques**, etc.).

Comme par exemple rejoindre notre communauté dans le site www.reddympassi.site

Annexes

Annexe 1 – Ressources et liens utiles

- Stratégie “Congo Digital 2025” (Ministère des Postes, Télécommunications et Économie numérique) : présentation des axes et priorités nationales.
- Fiche “Secteur du numérique au Congo-Brazzaville” (Direction générale du Trésor, France) : synthèse des enjeux, acteurs et projets.
- API-Congo – page “Économie numérique” : informations sur les opportunités d'investissement, cadre institutionnel et contacts utiles.
- Articles récents sur la fintech et les paiements digitaux au Congo : exemples d'acteurs (NOKI NOKI, TASA, ASCAPAY, GIMACPAY) et dynamiques d'inclusion financière.

Annexe 2 – Modèles de fiches pratiques

- Modèle de fiche de suivi des ventes (date, client, produit/service, montant, mode de paiement, statut livraison).
- Modèle de fiche client (nom, contact, canal d'entrée, besoins principaux, historique des achats).
- Modèle de message type pour WhatsApp/Facebook (présentation, offre, prix, mode de paiement, conditions).

Annexe 3 – Checklists récapitulatives

- Checklist “Diagnostic numérique personnel” (Chapitre 1).
- Checklist “Cadre légal et fiscal de base” (Chapitre 2).
- Checklist “Choix de l'opportunité et du modèle économique” (Chapitre 3).
- Checklist “Prêt à lancer mon MVP” (Chapitre 4).
- Checklist “Prêt à formaliser et à grandir” (Chapitre 5).