

RAPPORT D'ACTIVITÉ SALON DES DIASPORAS NOIRES

—————> 2^{ème} édition

31.01 – 02.02.2025

SALON
DES DIASPORAS
NOIRES

DIASMECOM
DIASPORA MEDIA COMMUNICATION

SOMMAIRE

Introduction	03
Une soirée aux couleurs d'Haïti !	04
1, 2, 3...Pitchez !	07
Samedi 1er février 2025	09
Dimanche 2 février 2025	12
Communication	15
Quelques chiffres	22
Points à renforcer	23
Points à améliorer	24
Perspectives pour l'édition 2026	25
Conclusion	25
Partenaires & sponsors	26

Contact

Introduction

Dix ans après le lancement de la Décennie internationale des personnes d'ascendance africaine, les communautés afrodescendantes continuent de faire face à des formes persistantes de racisme et de discrimination systémiques, comme l'a rappelé **Philémon Yang**, Président de l'Assemblée générale des Nations unies. C'est dans cette perspective que le Salon des Diasporas Noires (SDN) s'inscrit résolument parmi les initiatives majeures dédiées à la **promotion**, la **valorisation**, le **soutien** et le **renforcement** des communautés afrodescendantes, à Bruxelles, en Belgique et au-delà.

Le SDN est né d'un constat: malgré la richesse de nos héritages intellectuels, culturels et des valeurs transmises de génération en génération, l'estime de soi et la reconnaissance des talents afrodescendants restent fragiles, souvent freinées par le regard extérieur et le manque de confiance collective. Face à ce défi, il nous a semblé essentiel de créer des espaces **où nous retrouver, nous connaître, nous reconnaître, tisser des liens durables et bâtir des collaborations porteuses d'opportunités**.

C'est dans cet esprit que la thématique de cette deuxième édition, **« Une économie forte pour une diaspora prospère »**, a été choisie. Car tout se joue autour de l'économie: l'autonomie financière est la clé de la prospérité, de l'épanouissement ici comme ailleurs, et du respect que nous nous devons à nous-mêmes. Trop souvent entravée par des discriminations multiples, cette autonomie est pourtant le fruit d'un engagement, d'une rigueur, d'une ingéniosité et d'une résilience remarquables au sein de nos communautés.

Le Salon des Diasporas Noires se veut ainsi un véritable levier de transformation, aligné sur plusieurs Objectifs de Développement Durable (ODD), notamment **la lutte contre la pauvreté, la promotion de la santé, l'accès à l'éducation, l'égalité des genres, le travail décent et la réduction des inégalités**. Plus qu'un événement, il s'affirme comme un espace-ressource où se matérialisent les synergies économiques et sociales, où chaque participant-e est outillé-e pour renforcer son autonomie et sa capacité d'action.

Une soirée aux couleurs d'Haïti !

La soirée d'ouverture du Salon des Diasporas Noires 2025 a été placée sous le signe de la valorisation et de la célébration de la culture haïtienne. Soutenue par l'Ambassade d'Haïti près le Benelux et l'UE, cet événement inaugural a mis en lumière la richesse artistique et l'influence culturelle d'Haïti, à travers une proposition mêlant danse, et musique traditionnelle.

Nous avons, pour la mise en place de cette collaboration, été reçu dans un premier temps pour présenter notre projet et ensuite pour le sceller le temps d'un déjeuner officiel.

L'Ambassade a également soutenu et promu l'événement auprès de sa diaspora, massivement présente le soir de l'inauguration.



La délégation de l'Ambassade d'Haïti de gauche à droite

Kevens PREVARIS - Attaché culturel ; **Petit Frant IBREUS** - Conseiller ;

Madame Marie Carmel MANGONES

Chargée d'Affaires de l'Ambassade d'Haïti à Bruxelles,



1, 2, 3...Pitchez !

Pour cette deuxième édition, Diasmecom a souhaité renforcer l'accompagnement des porteurs de projets afrodescendants en mettant en place un concours de pitch inédit. Quinze candidat·es ont eu l'opportunité de présenter leurs initiatives devant un jury d'exception, présidé par Fabrice do Rego, diplômé de la Solvay Business School et fondateur de The BluePrint. Cette initiative a permis de valoriser l'esprit d'innovation et l'entrepreneuriat au sein de la diaspora, tout en offrant aux lauréat·es des prix offerts par nos partenaires et sponsors.

En parallèle, un espace market a été aménagé afin de mettre en lumière les savoir-faire des artisan·es, commerçant·es, petites entreprises, startups et associations afrodescendantes. Comme pour la précédente édition, cet espace a favorisé tout le long de l'événement, la découverte, la promotion et la mise en réseau des talents et des initiatives entrepreneuriales.



Le jury de gauche à droite

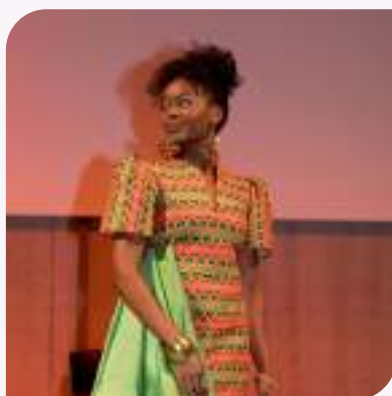
Xavier De POORTER - Wikipreneurs ; **Euphrasie BAMBA** - Sigoji ;

Fabrice do REGO - The Blueprint VC ; **Bijoux TSHIUNZA** - Microdev ; **Christian DZELLAT** - Nofi



M. Pierre KOMPANY
Député Fédéral





La soirée s'est clôturée par un défilé de **Kabori Créations**

Samedi 1er février 2025

La suite du Salon des Diasporas Noires s'est déroulée les 1er et 2 février 2025 au Silversquare North avec un riche programme d'ateliers, conférences et masterclass qui ont rencontré un franc succès auprès du public.

Programme du samedi

1. Êtes-vous ready to start ? par Xavier De Poorter (Wikipreneurs)
2. La santé mentale de l'entrepreneur-e ! par Laetitia Lusakivana (Neurperformance)
3. De l'idéation à l'action ! par Carole Tchanmene (Buddy Creatif)
4. Femme et entrepreneuriat: l'impact du cycle féminin sur la productivité par Jordania Lugery (Ta Nature asbl)
5. Asbl, une entreprise comme les autres ! par Laurent Daniel Assoumou (Ex&Co)
6. Conférence: Comment les diasporas impactent-elles le développement économique du continent africain ? par l'OIM
7. Comprendre et créer un business model canvas par Laetitia Massa (Pinshasa)
8. Démarrer une entreprise en tant qu'étranger: mode d'emploi par Charlène Tshiunza (Mireille Sangwa Pombo Refundable)



8



8

1.



3.



2.



4.





Masterclass
l'importance d'un bon réseau par Tanguy de Bangui (FR) - Blacknetwork



6.



7.



Tanguy de Bangui



5.



Masterclass
Bien préparer sa levée de Fonds
par Fabrice do rego

Dimanche 2 février 2025

La troisième journée a été tout aussi dynamique, avec les ateliers suivants :

- 1.**L'IA, mon premier partenaire par Joel Parfait Kuate (Digital House Company)
- 2.**Communication & marketing: création de contenu en un clic par Mangoo Pickle
- 3.**Quelles sources de financement pour mon entreprise? par BNP Paribas, Microstart et Nickel
- 4.**Quel statut pour mon entreprise? par Bami West (Bami West)
- 5.**Femme noire entrepreneure: un défi à relever! par Marie-Pierre Nyatanyi (Djailimbock)
- 6.**Podcast – de l'idée au lancement par Maha Ganem (Hollistik Group)
- 7.**Pourquoi et comment intégrer le développement durable à mon activité? par Daphné Vlerick et Nicolas Henry (Pulsitive Impact)
- 8.**Inclusion financière pour tous ! par Emmanuel Legras, CEO de Nickel Belgium



1.



2.

5.



4.



3.



6.



7.



8.



Chaque atelier a accueilli entre 15 et 25 participant-es, soit près de 300 personnes sur l'ensemble du week-end.

Cette programmation, véritable nouveauté de l'édition, a été plébiscitée par le public, qui a exprimé le souhait de voir ces ateliers reconduits lors de la prochaine édition.

Les intervenant-es ont tous fait preuve d'un grand professionnalisme, partageant leur expertise et leur expérience avec générosité. L'accueil au Silversquare North a grandement contribué au confort et à la convivialité de l'événement.

Cette initiative a confirmé la pertinence du Salon des Diasporas Noires comme véritable plateforme de formation, d'échanges et de valorisation des entrepreneures et entrepreneurs afrodescendants.



Communication

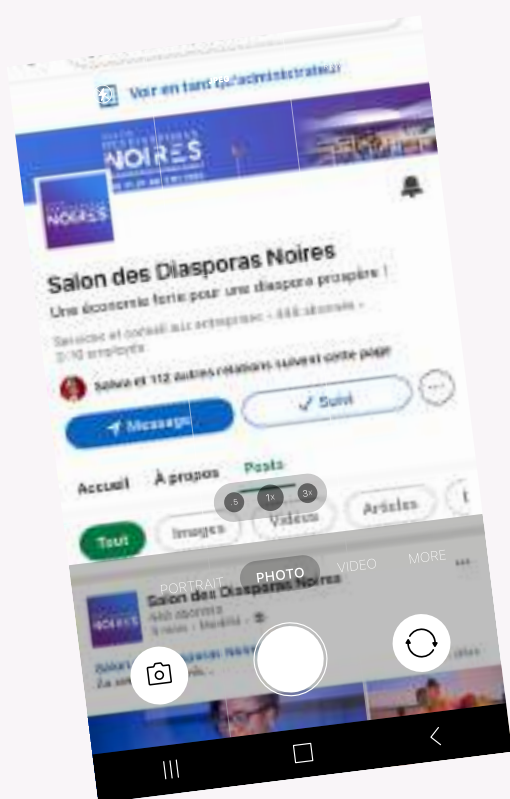
La communication autour du Salon des Diasporas Noires a constitué un véritable défi pour cette deuxième édition, principalement en raison du manque de moyens financiers disponibles. Cette contrainte a fortement limité nos capacités à promouvoir l'événement à l'échelle souhaitée, tant auprès du grand public que des partenaires institutionnels.

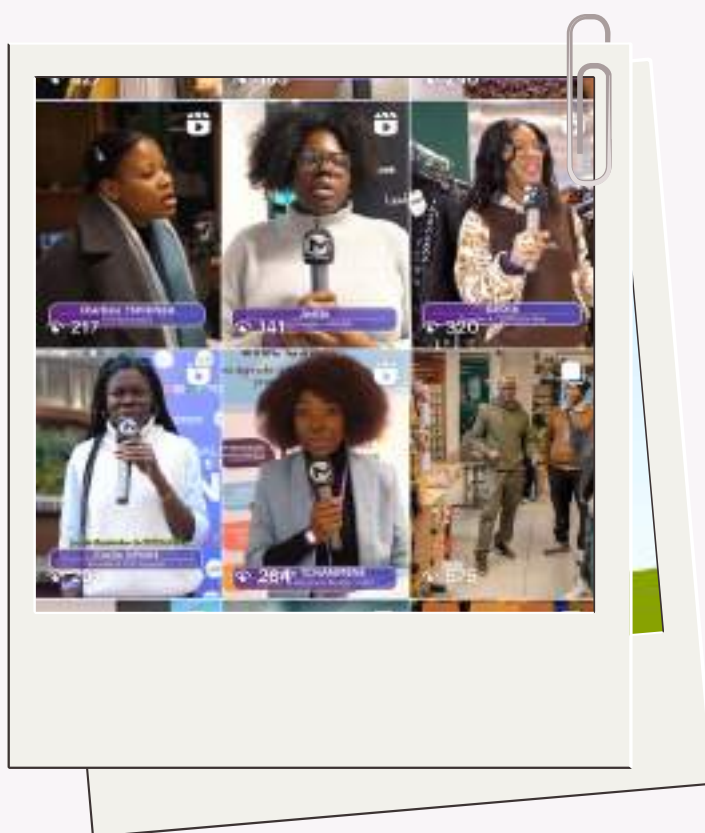
Dans ce contexte, nous avons dû concentrer nos efforts sur les canaux gratuits et accessibles : les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram et LinkedIn sont ainsi devenus nos principaux leviers de communication. À cela s'est ajouté le relais, précieux mais insuffisant, de nos partenaires médias associatifs et communautaires et le matériel marketing durant l'événement (kakémono, badges, flyers, stickers).

Malgré cette mobilisation, la portée de notre campagne s'est révélée limitée, ce qui a été souligné tant par nos sponsors que par les visiteurs: le manque de visibilité et d'impact a été regretté de part et d'autre.

Un autre frein a été la confirmation tardive des subsides accordés, notamment par Image de Bruxelles, arrivé après la finalisation des supports de communication. Il n'a donc pas été possible d'apposer leur logo sur nos visuels, ce qui a également restreint notre capacité à valoriser ce soutien institutionnel important.

Ce bilan nous incite à renforcer notre stratégie de communication pour les prochaines éditions, afin de garantir une meilleure exposition de l'événement et de répondre aux attentes de nos partenaires, sponsors et publics.















Quelques chiffres

1 Partenariat majeur : Ambassade d'Haïti

2 sites : Bel Brussels & Silversquare North

3 jours d'événements

5 Sponsors

15 Stands

15 Collaborations organisations afrodiasporiques

15 Bénévoles

15 Pitchers venus de France, Luxembourg et Belgique

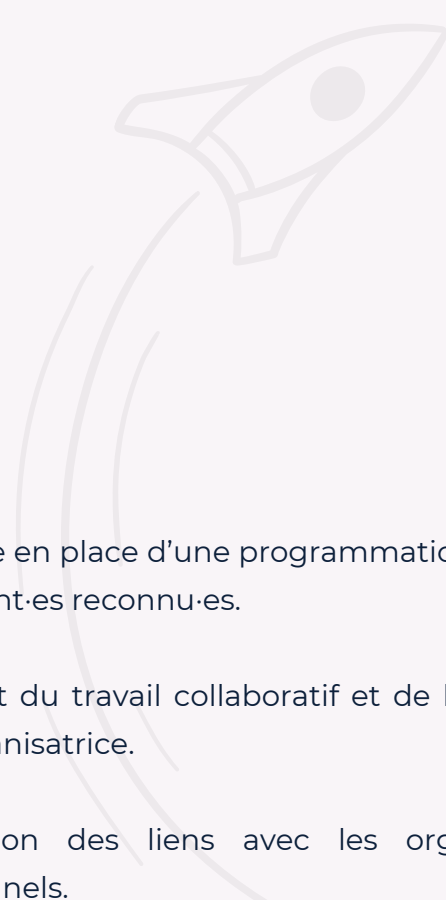
18 Ateliers, conférences & masterclass

20 Intervenant·es issus de différentes disciplines

600 Participant·es et visiteur·es



Le défi pour la 3ème édition est d'avoir à la fois l'attractivité quantitative de la première édition et la dimension qualitative de la seconde !



Points à renforcer

- **Qualité des ateliers et masterclass** : Mise en place d'une programmation adaptée aux besoins du public, avec des intervenant·es reconnu·es.
- **Équipe pluridisciplinaire** : Renforcement du travail collaboratif et de la diversité des compétences au sein de l'équipe organisatrice.
- **Réseau et partenariats** : Consolidation des liens avec les organisations afrodiasporiques et partenaires institutionnels.
- **Engagement du public** : Forte participation et satisfaction des participant·es, qui ont plébiscité la qualité de l'événement.
- **Valorisation des cultures** : Succès de la soirée d'ouverture sous le signe de la culture haïtienne, soutenue par l'Ambassade d'Haïti.
- **Fidélité des sponsors** : Soutien continu de partenaires clés comme Orange Money, BNP Paribas Fortis et l'OIM.

Points à améliorer

- **Manque de moyens financiers** : Instabilité politique belge ayant limité l'accès aux subventions et au soutien public, freinant l'ampleur de l'événement.
- **Difficultés de communication** : Peu de visibilité médiatique et difficultés à obtenir des partenaires majeurs, à l'exception d'Image de Bruxelles, dont la réponse est arrivée trop tard pour figurer sur les supports.
- **Refus de partenariats** : Nombreuses demandes adressées à des institutions, mais peu de réponses favorables.
- **Logistique** : Gestion complexe sur deux sites, nécessitant une meilleure planification pour les prochaines éditions.



Perspectives pour l'édition 2026

Pour la 3ème édition, Diasmecom souhaite proposer le meilleur des deux mondes : conserver l'esprit fédérateur et l'afflux de la première édition, tout en capitalisant sur les innovations et la qualité de la seconde.

Dans la continuité de la Décennie internationale des personnes d'ascendance africaine, l'accent restera mis sur l'entrepreneuriat, l'autonomisation et la prospérité économique des diasporas, comme moteur d'intégration et levier d'égalité des chances.

Nous maintiendrons le concours de pitch, la programmation d'ateliers et de masterclass, et enrichirons l'événement d'un **nouveau pôle «Les métiers de demain»**, à destination des adolescent·es dès 13 ans, afin de les sensibiliser aux opportunités technologiques et aux métiers d'avenir.

Conclusion

Malgré les défis financiers et logistiques, la 2ème édition du Salon des Diasporas Noires a su s'imposer comme un événement de référence, porté par la qualité de son contenu, la diversité de ses intervenant·es et l'engagement de toute une communauté. Nous remercions chaleureusement nos partenaires, sponsors, bénévoles et participant·es pour leur soutien et leur fidélité. Ensemble, nous préparons une édition 2026 encore plus ambitieuse et inclusive.



Partenaires & sponsors



Contact

Achaiso AMBALI

Diaspora Media Communication

info@diasmecom.com

hello@salondesdiasporasnoires.com

0483/23.33.31

www.diasmecom.com

