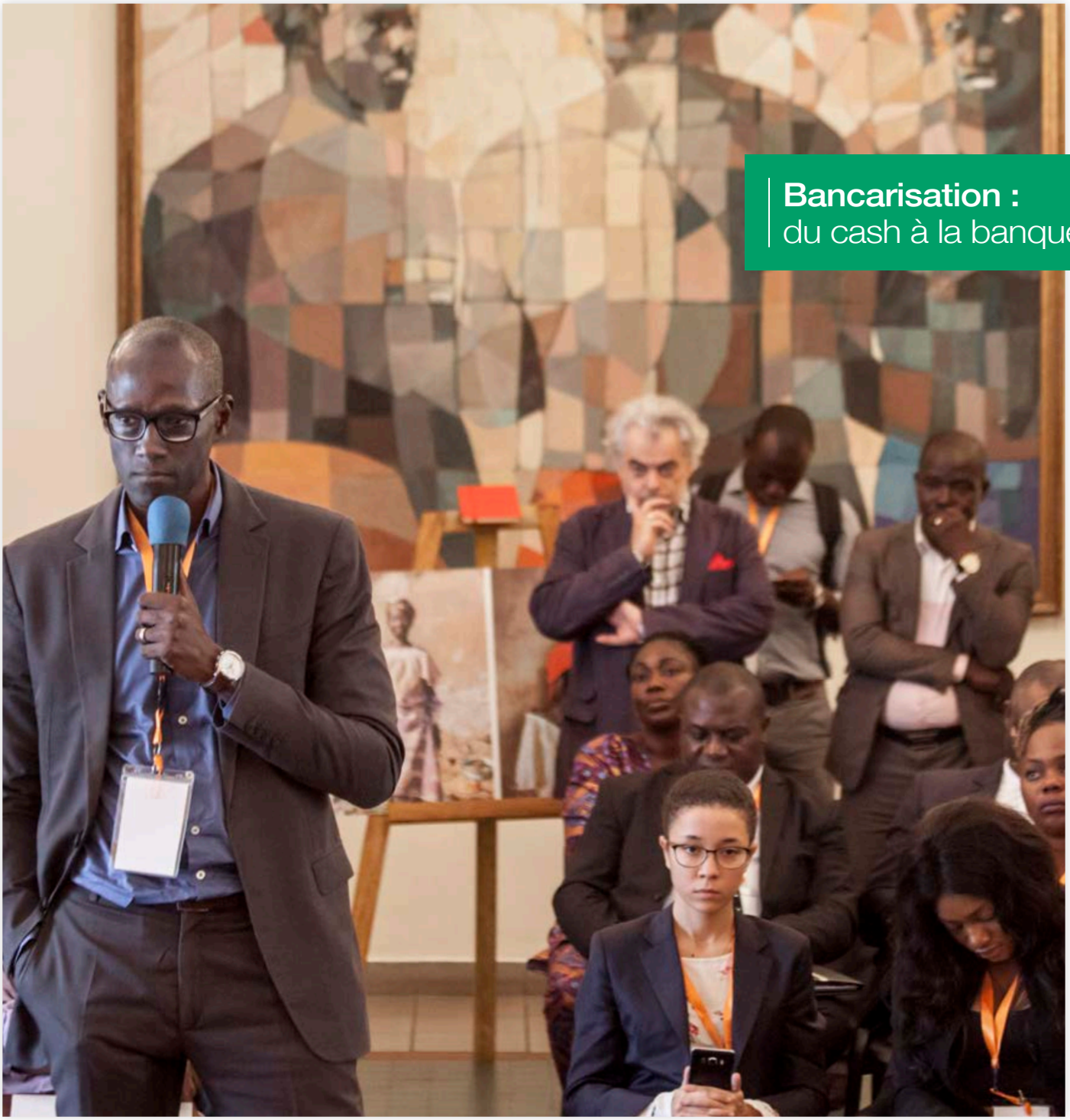
LAND OF
AFRICAN
BUSINESS

Livre Blanc des IIIèmes Rencontres du Land of African Business

- Abidjan 2017 -



Bancarisation : du cash à la banque ?

Avant-propos

Sortir de la grande nuit…

Avec 59 % de sa poppulation de moins de 25 ans, dont 40 % de moins de 14 ans, l'Afrique doit entamer un partenariat fécond avec sa jeunesse.

72 % des jeunes africains se disent aujourd'hui attirés par l'Entrepreneuriat, mais tous ne peuvent y accéder.

Encore faut-il que cette jeunesse entreprenante confirme son engagement politique, sociétal, éthique, social pour décoloniser le regard de ce continent de tous les possibles sur lui-même ?

Penser une Afrique au futur, c'est lui dénier son présent. Il faut permettre aux jeunes populations de se libérer de plus de 200 frontières qui les emprisonnent, de l'intérieur, comme de l'extérieur. L'Afrique miniature du « *Wakanda* » - « *extraordinaire synthèse de toutes les idées et des concepts qui auront accompagné les luttes nègres en vue de la montée en humanité* » selon l'intellectuel Camerounais Achille Mbembé - pose la question de la capacité du continent à s'absoudre des relations d'assistance et de dépendance. Mais c'est également un message de solidarité entre pays africains… Et n'est-ce pas cette responsabilité partagée que prône Emmanuel Macron, de Ouagadougou à Dakar, en passant par Accra et Abidjan. Partagée avec les autres pays Européens, mais avant tout répartie entre nations africaines.

Que sont ces catadioptres occidentaux, dont les lueurs agonisantes, attirent encore des centaines de radeaux surchargés de naïfs conquérants ? Plus rien, sinon un leurre savamment entretenu par d'inconscientes mémoires passéistes… Pourquoi ce désir d'occident sans cesse répété ? Les dirigeants de ces faux pays d'accueil doivent réagir, mais les solutions jailliront des racines séculaires du continent ! Car pour les 15 millions de jeunes se présentant chaque année sur le marché du travail, il existe des réponses à ces maux endémiques, capables de détruire des générations talentueuses et ambitieuses ! Cette jeunesse africaine a une mission civilisatrice. En se reconstituant, elle a un véritable travail d'humanité à réaliser.

L'écrivain économiste Sénégalais, Felwine Sarr, dans son ouvrage *Afrotopia* affirme que « *l'Afrique est le continent de l'alternative, elle n'a personne à rattraper* », confirmé par les propos de la Camerounaise, Léonora Miano : « *Il s'agit de sortir d'un face à face stérile avec l'Occident, d'énoncer un propos ne visant pas à répondre à l'injure, au mépris ou à des injonctions civilisationnelles. Il est question de mettre en place un modèle de civilisation original* ».

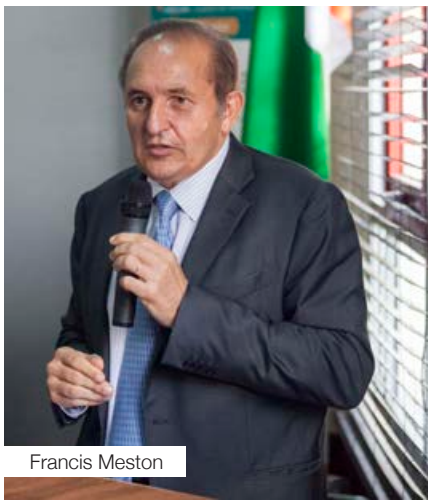
Jamais l'Afrique, par le talent de ses enfants, n'a été si proche de ce modèle. Et Felwine Sarr d'ajouter : « *L'Afrique ne doit pas courir sur les sentiers qu'on lui indique, mais marcher prestement sur la voie qu'elle se sera choisie.* »

Alors surtout, ne manquons pas ce rendez-vous, pour que cette incroyable force vive devienne force productive !

Eric Bazin
Fondateur du Land of African Business

Sonia Henry

Parfait Kouassi


Francis Meston

Sommaire

La Bancarisation : de quoi parle-t-on ? 5

Economie et finance

Quel rôle pour les bourses, les banques et le patronat africains dans l'évolution de la bancarisation ? 9

Ces technologies qui bouleversent et réinventent les services transactionnels en Afrique. 12

Société

Médias et entreprises peuvent-ils agir ensemble pour l'intérêt général des sociétés africaines ? 16

L'économie de genre : comment lutter contre la fatalité ? 19

De l'usage et de la représentation de la femme dans les marques en Afrique 22

Entrepreneuriat et PME

Quel modèle d'entreprise et de management dans les économies fragiles ? 25

L'accès à la terre, problématique du foncier liée à l'absence de bancarisation en zone rurale 28

Comment faciliter le financement des start-up face aux difficultés de la bancarisation ? 31

Les African Rethink Awards 36

Recommandations finales 43

La démarche environnementale du LAB 46

Du 1er au 3 décembre 2017 s'est tenue à Abidjan la IIIème édition du LAB - « Land of African Business ».

Ce cycle de conférences a pour vocation de faire réfléchir les participants aux grandes problématiques du continent africain et de mettre en relation les acteurs concernés par ces défis.

Cette année, le thème principal portait sur la bancarisation et avait pour enjeu non seulement de proposer des solutions à impact social et économique sur les acteurs économiques, les entrepreneurs et la population, mais aussi trouver les outils pour mener à bien ce défi.

Durant trois jours, de nombreux acteurs économiques, politiques, académiques, associatifs, institutionnels, médiatiques se sont donc réunis à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Ivoire, pour partager des idées, confronter des points de vue et réfléchir ensemble à des solutions d'avenir. Au total, ce sont quelques 1000 personnes qui ont assisté à l'événement, plus de 60 intervenants et 65 start-up de tout le continent africain qui ont apporté leur contribution.

Edito

Le numérique est une formidable opportunité pour l'Afrique. Il s'est propagé au cours des vingt dernières années sur le continent bien plus vite que les innovations technologiques précédentes : de nombreux pays africains auront mis plus d'un demi-siècle à profiter de l'électricité, alors que les téléphones portables, profitant de plus faibles besoins en infrastructures, y ont été introduits en quelques années seulement. Passant de 500 à 850 millions d'abonnés entre 2011 et 2015, la téléphonie mobile a pénétré toutes les couches de la population, y compris dans les zones reculées, où les ménages qui possèdent un téléphone portable sont désormais plus nombreux que ceux qui ont accès à l'électricité ou à l'eau potable. Pour les régions africaines les plus pauvres, l'introduction du téléphone portable permet par exemple de réduire substantiellement la dispersion des prix agricoles sur les marchés locaux. Les applications liées à l'éducation et la santé sont également très prometteuses. Cependant, les inégalités demeurent. Les zones rurales restent sous-équipées et les équipements restent très chers pour les plus pauvres : le propriétaire d'un téléphone portable consacre en moyenne, en Afrique, plus de 10 % de son revenu mensuel à ses appels téléphoniques et à ses SMS.

Quant à l'accès à internet, il est considérablement moins répandu en Afrique que dans les pays à revenu élevé. A peine un Africain sur trois y a aujourd'hui accès, et de grandes disparités existent selon les pays. Mais cette inégalité d'accès est moindre que l'inégalité des revenus entre l'Afrique et le reste du monde, Internet se diffusant plus rapidement et plus équitablement que la richesse mondiale. La rapidité d'adoption de certains usages numériques dépasse encore le rythme d'équipement : 80 % des foyers kenyans ont adopté en seulement quatre ans la plateforme de paiement numérique M-Pesa, lancée en 2007. Il avait fallu huit ans aux Kenyans pour atteindre le même taux d'équipement en téléphones portables !

Si tous les espoirs semblent permis, le numérique reste cependant indisponible, inaccessible et inabordable pour la majorité de la population : en République centrafricaine, le prix d'un mois d'accès à internet est supérieur de 50 % au revenu annuel par habitant. Le sous-investissement, tant public que privé, dans les infrastructures digitales, est chronique en Afrique. Enfin si la transformation de la nature des emplois, du fait du numérique, fait partie intégrante du progrès économique, cette nouvelle révolution industrielle doit s'accompagner d'efforts massifs d'accompagnement et de formation.

L'enjeu est donc de taille, mais il est crucial pour le développement de l'Afrique, car un bon usage du numérique favorise l'inclusion, l'efficacité et l'innovation. C'est cet espoir qu'ont porté, à Abidjan, les 65 jeunes entrepreneurs sélectionnés par un jury d'acteurs économiques du continent. Que leur succès serve le développement à visage humain de l'Afrique !

Cécile Lavrard Meyer
Professeur ESSEC Afrique en économie du développement

Hermann Dano

Karidjata Diallo

La Bancarisation : de quoi parle-t-on ?

La notion de bancarisation qualifie l'utilisation de services bancaires par une population. Parler du taux de bancarisation, c'est donc s'intéresser à la proportion d'une population qui a accès aux services bancaires, et les utilise.

La plupart des institutions mondiales de référence (FMI, Banque mondiale, Banque africaine de développement) considèrent qu'une utilisation croissante des services financiers est un indicateur du développement d'un pays.

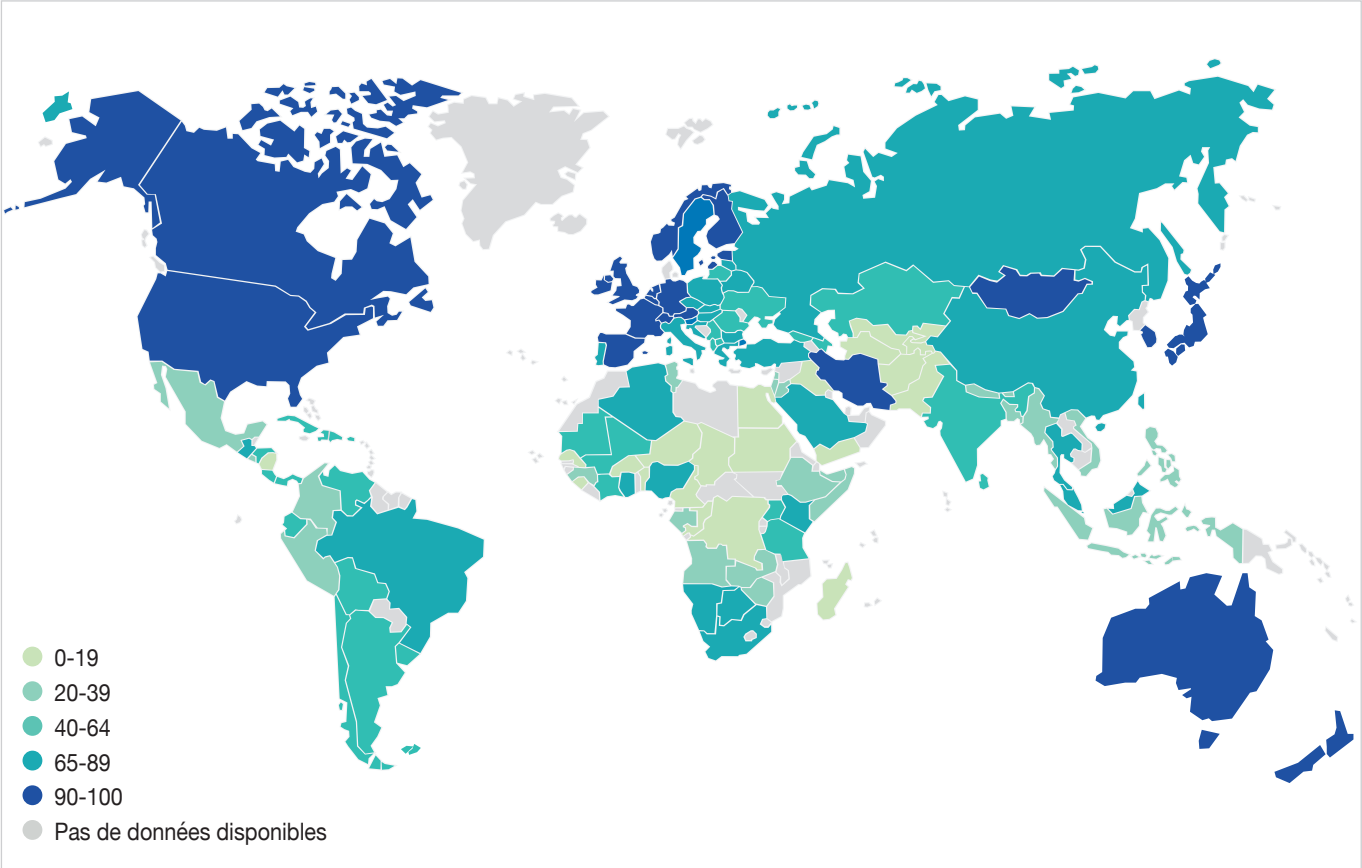
En effet, la bancarisation permet aux banques de collecter de l'épargne et de la transformer en crédit. Cette réalité financière engendre de l'activité productive par le biais de prêts octroyés aux entreprises.

Les services financiers jouent donc un rôle clé dans la prospérité économique d'un pays.

Le problème de la bancarisation en Afrique

Les systèmes bancaires africains sont caractérisés par une grande concentration des acteurs : les cinq plus grands groupes bancaires, dont trois sont basés en Afrique du Sud selon le classement 2017 du magazine *Le Banker*, concentrent la plupart des actifs.

Depuis les années 90, ces établissements bancaires étaient pour la plupart détenus par les Etats avant d'être privatisés. Des banques étrangères, toujours plus nombreuses, se sont également implantées dans les pays africains : pour les banques françaises, on peut citer la Société générale dont l'implantation sur le continent est ancienne et BNP Paribas de plus en plus active, notamment au Maghreb. Enfin, des banques panafricaines comme Ecobank dont le siège est à Lomé, ou Attijariwafa Bank, banque marocaine et 3ème ou 4ème banque africaine selon les classements, se sont développées.



Source : World Bank, Global Findex data base

Pénétration du compte dans le monde

Le taux de bancarisation est très bas en Afrique subsaharienne, puisqu'il s'élève à 34 % (Banque mondiale, 2014), contre une moyenne mondiale de 62 %. Parmi les personnes qui ont un compte en banque, un tiers ont un compte bancaire sur leur mobile (soit 12 % des adultes) (FMI).

Divers facteurs sont à l'origine de ce faible taux de bancarisation :

- **L'éducation :** les taux de bancarisation sont proportionnels aux revenus et aux niveaux d'éducation : 55 % des Africains ayant suivi un enseignement supérieur ont des comptes bancaires, contre seulement 10 % de ceux qui se sont arrêtés à un enseignement primaire selon le FMI.
- **L'usage attribué aux comptes en banque :** Dans les pays développés, les comptes bancaires sont utilisés pour épargner. En Afrique, il n'est pas courant d'épargner via un compte bancaire. Les systèmes d'épargne sont informels : soit les particuliers mettent de l'argent de côté, le conservant chez eux, pour assumer une grosse dépense à venir, soit ils se réunissent en groupes d'épargne, appelés "tontines", où chacun met un peu d'argent au pot. La somme collectée est alors donnée intégralement à un des membres de la tontine, à la fin du mois, à tour de rôle. Cela permet ensuite à chacun de faire une plus grosse dépense.

- **Les politiques publiques :** il manque un cadre législatif et réglementaire qui aiderait le développement financier des pays africains.
- **La position géographique des banques :** ces institutions peuvent difficilement s'implanter dans les zones rurales où la densité de population est trop faible, et où encore plus de la moitié de la population réside. Ce facteur accentue le manque d'accès aux banques pour les populations.

Quelles stratégies mettre en place pour augmenter le taux de bancarisation en Afrique ?

Le développement financier pourrait s'appuyer sur les institutions financières non bancaires, comme les compagnies d'assurances et les coopératives de crédit. Mais cela supposerait de doter les pays d'un cadre législatif et réglementaire. Les institutions de microfinance peuvent aider les PME dans leur développement, en jouant ce rôle croissant de prêteur.

En règle générale, l'octroi de crédit est limité par le manque d'information sur la solvabilité de l'emprunteur. Dans de nombreux pays d'Afrique subsaharienne, traiter ce problème requiert des réformes spécifiques du système légal, et dans certains cas, la mise en place de registres de crédit ou l'amélioration du fonctionnement de ceux qui existent.

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) permettent également d'envisager de nouvelles possibilités pour le développement des services bancaires et permettre de désenclaver certaines régions rurales.

> **« Le *mobile money*, à la différence du *mobile banking*, ne demande pas de disposer d'avance d'un compte bancaire et sert de portefeuille électronique. Il s'agit là d'un premier niveau de bancarisation ».**
>
> **Hermann Dano** - Directeur général, YUP.

Focus

YUP : solution de *mobile money* pour pallier le faible taux de bancarisation

YUP a été créée par la Société générale pour étendre l'accès aux services bancaires et s'adapter aux spécificités du continent africain. Le seul prérequis pour ses utilisateurs - particuliers ou entreprises - est de posséder un téléphone portable. Cette solution permet à une population jusque-là non bancarisée, soit 80 à 90 % de la population selon les pays, de bénéficier de nombreux services : dépôt, retrait, transfert, paiement. C'est un premier niveau de bancarisation.

Avec plus de 30 000 comptes ouverts en quelques mois au Sénégal et en Côte d'Ivoire, YUP se lance désormais à la conquête du Cameroun et du Ghana, et doit être lancée dans les prochains mois au Burkina Faso, au Togo et en Guinée, pariant sur l'ouverture d'un million de comptes d'ici 2020.

La FinTech (technologie au service de la finance), futur du continent ?

Le *mobile banking* ou banque mobile, correspond aux services financiers accessibles par téléphone portable ou un autre appareil portable connecté à la toile. La technologie a favorisé l'essor de cet « argent mobile » qui constitue aujourd'hui une réponse alternative à la bancarisation pour des populations restant déconnectées du système financier traditionnel, et pour les personnes vivant dans des zones de faible densité et donc très difficiles à atteindre via un réseau traditionnel d'agences.

> **La jeunesse africaine couplée à l'absence de services existants va conduire à l'émergence de nouvelles solutions, comme on l'a vu ces dernières années avec M-Pesa et le *mobile money* ».**
>
> **Ammin Youssou** - Fondateur Afrobytes.

Les services financiers numériques contribuent au développement financier et à l'inclusion financière en Afrique subsaharienne. La diffusion rapide de systèmes comme M-Pesa au Kenya et dans d'autres pays a permis de réduire les coûts de transaction et de faciliter les transactions personnelles, tout en contribuant dans le même temps à l'explosion des services d'intermédiation financière. Puisqu'il faut moins d'argent pour effectuer les transactions, davantage d'acteurs économiques peuvent envoyer ou gérer les signaux des marchés financiers, ce qui contribue au développement du secteur.

L'Afrique subsaharienne est pionnière dans l'adoption de services bancaires sur mobile, dont le marché représentait déjà plus de 100 milliards de dollars en 2014. Les intermédiaires bancaires traditionnels ne peuvent atteindre les espaces peu peuplés comme les zones rurales, et les coûts de leurs services restent prohibitifs pour les foyers à faible revenu, ou les petites entreprises. Aujourd'hui, il n'est plus nécessaire de parcourir de longues distances pour accéder à des services financiers. Le développement des systèmes de paiement via mobile a donc permis d'intégrer des pans entiers de la population dans le système financier, notamment en Afrique de l'Est, où le taux de couverture de ces services atteint jusqu'à 120 % en Tanzanie et 101 % au Kenya.

> **En Côte d'Ivoire, 98 % des frais de scolarité sont payés avec du *mobile money* ».**
>
> **Omar Cissé** - Fondateur - InTouch.

La montée en puissance de l'argent sur mobile a été facilitée par des taux de transactions bas, par l'augmentation des innovations et par une forte croissance des souscriptions à des abonnements pour mobile. En 2014, 11 % de la population possédait un compte bancaire sur mobile, le taux le plus élevé du monde, qui ne cesse d'augmenter depuis (FMI, 2016).

La révolution digitale a permis d'effectuer des transactions financières et des transferts d'argent directement depuis un portable. Rien qu'en Côte d'Ivoire, Orange estime que plus de 10 millions d'euros transitent quotidiennement par ses services. La baisse des coûts a dégagé un budget pour les foyers, qui disposent dorénavant d'un moyen plus sûr de stocker leur argent, même pour ceux qui travaillent dans l'économie informelle. L'extension des activités d'épargne et de coopératives de crédit a également contribué à augmenter l'inclusion financière. L'expérience réussie de l'Afrique de l'Est fournit un modèle qui pourrait être adapté à d'autres pays de la région. Une des leçons à retenir est qu'il est nécessaire d'avoir une régulation incitative et sécurisante.

Sources :

Banking in sub-Saharan Africa: Recent Trends and Digital Financial Inclusion, Banque européenne d'investissement, novembre 2016.

Jean-Placide Keza, *Les enjeux économiques de la bancarisation en Afrique sub-saharienne*, 2008 [http://www.cesbc.org/congo/Keza/labancarisationdemasse.htm].

Mauro Mecagni, Daniela Marchettini, and Rodolfo Maino, *Evolving Banking Trends in Sub-Saharan Africa, Key Features and Challenges*, International Monetary Fund, September 2015.

Leyla Traore, *Bancarisation en Afrique, les Africains sont différents, chassons les idées reçues*, Next Afrique, 2012 [http://www.nextafrique.com/bancarisation-en-afrique-les-africains-sont-differents-chassons-les-idees-recues].

Blaise Ahouantchede, *Le développement de la monétique en Afrique : Enjeux et défis*, 08 mai 2011.
[http://aff.mfw4a.org/fr/forum-africain-de-la-finance/author/blaise-ahouantchede.html].
[http://adiac-congo.com/content/mobile-banking-la-faible-bancarisation-en-afrique-trouve-t-elle-une-issue-17535].

Africa 2024, *Afrique : Enjeux de la bancarisation et inclusion financière*, 2016.
[http://www.africa24tv.com/fr/afrique-enjeux-de-la-bancarisation-et-inclusion-financiere].

La bancarisation, levier du développement socio-économique du Royaume du Maroc, SIA Conseil, mars 2009.
[http://finance.sia-partners.com/la-bancarisation-levier-du-developpement-socio-economique-du-royaume-du-maroc].

Sanaa Tazi

Ahmed Diomande

ECONOMIE ET FINANCE

Quel rôle pour les bourses, les banques et le patronat africains dans l'évolution de la bancarisation ?

L'Afrique est la région la moins bancarisée au monde : 20 % de la population seulement dispose d'un compte bancaire. Ce taux moyen recouvre des réalités très disparates entre pays et entre zones rurales et urbaines.

OUVERTURE DE TABLE RONDE :
- M. Vincent di BETTA : Direction de l'International et de l'Université - Bpifrance (France).

MODÉRATEUR :
- M. Patrick BUSQUET : Directeur pays République démocratique du Congo - Fondation Hirondelle (France).

INTERVENANTS :
- M. Omo-Délé EGUE : Directeur général - Groupe NSIA Finance (Côte d'Ivoire).
- M. Ahmed DIOMANDÉ : Directeur de cabinet - Ministère du Commerce, de l'Artisanat et de la Promotion des PME (Côte d'Ivoire).
- M. Philippe BRIZOUA : Directeur Côte d'Ivoire - BRVM (Côte d'Ivoire).

Christie Tiendele Miekoutima

Vincent di Betta

Focus

La Bourse Régionale des Valeurs Mobilières : qu'est-ce que c'est ?

La Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM) est le principal acteur financier d'Afrique de l'Ouest. Conçue dès 1996 comme un outil au service de l'intégration régionale de l'UEMOA et de la mise en place d'un marché financier unique, la BRVM regroupe les principales valorisations boursières régionales.

Partenaire du LAB et des African Rethink Awards, la BRVM s'est appliquée à mettre en application son engagement auprès des jeunes entrepreneurs, ainsi qu'à prodiguer des conseils aux start-up en lice en vue de futures recherches de financements sur les marchés financiers. Sponsor du Prix de la meilleure start-up ivoirienne, elle a décidé d'accompagner son lauréat au cours de l'année 2018.

Les pays du Maghreb présentent les taux de bancarisation les plus élevés. Le Maroc affiche un taux de bancarisation de 50 % alors que les pays d'Afrique subsaharienne ont des taux plus faibles qui peinent aujourd'hui à progresser. La Côte d'Ivoire est par exemple dans la moyenne du continent, 80 % de sa population ne possédant pas de compte bancaire. Les zones rurales ont des taux de bancarisation bien plus faibles. D'une part, il s'y trouve peu d'agences bancaires et d'autre part, les populations n'ont pas de « culture bancaire spontanée », ayant tendance à thésauriser.

La démocratisation de la bancarisation sur tout le continent est un enjeu de la plus grande importance, nécessitant l'implication de différents acteurs. Il ne faut pas oublier qu'il s'agit non seulement de la bancarisation des individus mais aussi des entreprises et sociétés commerciales.

La bancarisation est en effet au cœur du développement économique et social dont elle est une condition essentielle. En premier lieu, la bancarisation doit permettre un meilleur financement des entreprises et notamment des PME. Du fait de la très importante croissance démographique que connait l'Afrique – on atteindra le nombre impressionnant de 2,5 milliards d'individus en 2015, dont la moitié aura moins de 25 ans - les banques s'intéressent de plus en plus aux petites et moyennes entreprises qui ont des besoins importants de financement et d'accompagnement. Néanmoins, le risque des prêts accordés aux PME est très élevé notamment du fait du manque d'informations sur l'entrepreneur.

C'est pourquoi le gouvernement ivoirien a décidé de créer un fonds de garantie assurant une sécurité pour les prêteurs, permettant la promotion et le développement des PME. Ce fonds est un réel succès, bénéficiant d'une bonne gouvernance, d'une connaissance réelle des clients à travers les banques et de ressources financières conséquentes. S'il est nécessaire, ce fonds de garantie n'est cependant pas suffisant et souffre du manque de politique d'incitation et de formation à l'entrepreneuriat pour faire émerger des projets solides qui auront accès aux crédits bancaires. Ainsi, l'enjeu demeure que les institutions financières puissent financer des projets au modèle économique fiable, sans prendre de trop grands risques d'une part, et d'autre part en laissant de côté une partie de leur frilosité. *Parmi les initiatives s'intéressant au financement des PME africaines, on peut relever celle de la Société générale qui à travers le rachat du groupe Manko, spécialisé dans les prêts aux petits entrepreneurs, cherche à diversifier le profil de ses clients et toucher une nouvelle partie de la population entrepreneuriale.*

> **Les pouvoirs publics doivent prendre la responsabilité de supporter les coûts supplémentaires liés aux risques et au manque d'information sur les PME pour entrainer le secteur privé et démocratiser les services bancaires ».**
>
> **Vincent di Betta** - Responsable du Domaine Ingénierie à l'international - Bpifrance.

En second lieu, la démocratisation des services bancaires permet la sécurisation des parcours de vie des individus. La bancarisation améliore la capacité d'épargne, et surtout l'accès au crédit. Au Maroc, par exemple, le crédit « Iskane Madmoune Fogarim » de la CIH Bank, facilite l'accès aux crédits bancaires finançant l'acquisition ou la construction de logements pour les revenus modestes. C'est l'une des raisons qui a poussé l'État français, à travers l'Agence française de développement et la Banque publique d'investissement, à s'engager à hauteur d'un milliard d'euros pour le financement de différents programmes de soutien aux PME au Maghreb et en Afrique subsaharienne

Afin de remédier à cette situation de bancarisation trop faible et stagnante, deux acteurs apparaissent comme centraux : les banques et l'Etat. Le numérique, qui révolutionne les habitudes de financement et accélère le développement de la bancarisation, a un rôle déterminant à jouer.

L'Etat doit sensibiliser la population aux bienfaits de la bancarisation pour endiguer l'absence de culture bancaire qui se traduit par une méfiance à l'égard des banques. Les pouvoirs publics doivent aussi développer des politiques volontaristes pour améliorer l'accessibilité bancaire. La politique de l'île Maurice d'attribution quasi systématique d'un compte bancaire à chaque citoyen est en ce sens un exemple à suivre. Enfin, l'Etat doit créer les conditions pour que les acteurs privés, notamment les banques, se saisissent du numérique et digitalisent leurs activités. Cela permettrait d'accélérer et d'améliorer l'accessibilité des services. La valorisation du *mobile money*, bénéficiera alors de la rapidité d'adoption des smartphones en Afrique.

> **La bancarisation se développe avec les opérateurs téléphoniques, et les opérateurs ont besoin de s'adosser aux banques. On s'oriente vers une solution à mi-chemin avec une convergence entre opérateurs et banques, avec des établissements bancaires qui deviennent aussi opérateurs ».**
>
> **Omar Cissé** - Fondateur - InTouch.

Enfin, une attention toute particulière est portée aux efforts attendus des banques pour démocratiser leur activité auprès des populations africaines et la développer sur l'ensemble du continent. L'Afrique connaît aujourd'hui une double vague de développement de l'entrepreneuriat et de la digitalisation. Ce mouvement vertueux remet en question la capacité des banques à adapter leurs pratiques et leurs activités pour répondre aux besoins des populations et au marché. Une des responsabilités des banques en Afrique doit être la prise en considération des enjeux économiques des pays dans lesquels elles installent leurs activités. L'accessibilité bancaire doit être améliorée afin de renverser l'actuelle proportionnalité entre le niveau de revenu et le niveau d'éducation.

> **Investir dans une PME ou une start-up africaine, c'est miser sur l'avenir de l'Afrique ».**
>
> **Vincent di Betta** - Responsable du Domaine Ingénierie à l'international - Bpifrance.

Caroline Vuillemin

ECONOMIE ET FINANCE

Ces technologies qui bouleversent et réinventent les services transactionnels en Afrique

La blockchain, un graal pour l'Afrique ?

OUVERTURE DE TABLE RONDE :
- Mme Gala PARICHEVA : Avocat - Cabinet Oolith (Bulgarie).

MODÉRATEUR :
- M. Mouhamadou DIALLO : Fondateur et Directeur - CIO Mag (Sénégal).

INTERVENANTS :
- Mme Safoura FADIGA : Fondatrice - IST Dubass (Côte d'Ivoire)
- Mme Sophie CHAMBON : Directrice RSE - conseillère spéciale Afrique - Atos (France)
- M. Stéphane KONAN : Spécialiste de la cybercriminalité - Ministère de l'Intérieur (Côte d'Ivoire)

Nouvelles monnaies numériques, quelles opportunités ?

MODÉRATEUR :
- M. Foly ANANOU : Directeur - L'Afrique des Idées (Sénégal)

INTERVENANTS :
- M. Cédric ATANGANA : Fondateur – Space Infinity (Cameroun)
- M. Omar CISSÉ : Fondateur - InTouch SA (Sénégal)
- Mme Linda Nanan VALLÉE : Directrice exécutive - Fondation Jeunesse Numérique (Côte d'Ivoire)
- M. Adli TAKKAL BATAILLE : Président - Le Cercle du Coin (France)

Cédric Atangana

Sophie Chambon

Jusqu'au début des années 2000, les transactions financières quotidiennes des Africains se limitaient majoritairement à échanger du cash. Le contexte économique en Afrique amplifie aujourd'hui les flux financiers et les transactions monétaires, tant au sein du continent qu'à l'international. Cependant, au plan mondial, le secteur du numérique contribue au PNB mondial à hauteur de 22,5 %, et ce pourcentage continue de croître. En Afrique, ce taux est simplement de 5 %. La différence entre les deux taux correspond à 600 milliards de dollars.

Les monnaies numériques lancées ces dernières années - bitcoin, altcoin ou *mobile money* - promettent de révolutionner les services et habitudes transactionnels sur le continent africain.

Dans des contextes de crise et de perte de confiance monétaire comme celle que l'on constate aujourd'hui au Zimbabwe, elles pourraient également servir de valeur refuge face à une inflation galopante.

Focus

L'engagement d'Atos dans la révolution numérique africaine

Le groupe Atos et sa filiale Worldline sont particulièrement attentifs à l'évolution du numérique en Afrique et s'investissent dans la révolution technologique du continent. Ils participent ainsi à renforcer l'apprentissage de la jeunesse à travers son partenariat avec la Maison d'Education Mariama Ba au Sénégal par exemple, ainsi qu'en formant de nombreux ingénieurs africains. Atos prévoit en outre de recruter 2000 ingénieurs d'ici 2020 sur le continent, et accompagne de nombreux acteurs du secteur informatique et numérique.

Très concerné par le secteur de la Fintech et des enjeux de paiement numérique, le groupe, dirigé par Thierry Breton, s'intéresse de près aux nombreuses innovations et jeunes pousses révélées sur le continent. Il a par exemple décidé d'accompagner la start-up InTouch d'Omar Cissé qui développe un guichet unique, remarquable solution universelle de paiement.

Ces monnaies ont en commun de faciliter considérablement les transactions. En simplifiant le mécanisme, les transactions se font de pair à pair. Les infrastructures nécessaires sont donc réduites et le rôle d'intermédiaire devient presque superflu. La *blockchain* s'identifie alors comme « un protocole informatique entièrement exécutable automatiquement » selon l'avocate bulgare, Gala Paricheva. Sa particularité est qu'elle permet d'exécuter des transactions entre pairs de façon électronique mais surtout de façon totalement sécurisée et sans intermédiaire. Le fait que les échanges se fassent sans intermédiaires et que les acteurs détiennent eux-mêmes leur crypto-monnaie peut à première vue être inquiétant. C'est pourtant ce qui définit sa sécurité quasi totale.

> **« La *blockchain* sera au monde en matière d'échanges commerciaux ce qu'Internet a été dans le domaine de l'information ».**
>
> **Francis Meston** - Vice-Président exécutif - Atos.

Linda Nanan Vallée

Ce faisant, chaque acteur prend ses garanties, rendant l'intégralité du système totalement sécurisé. Cela fait de la *blockchain* un outil extrêmement puissant qui pourrait être une réponse efficace à la cybercriminalité. Le bitcoin en est son fer de lance : c'est la première crypto-monnaie à avoir réellement émergé, bien qu'il soit encore très méconnu de la plus grande partie des populations. De nombreux projets fleurissent aujourd'hui dans ce domaine, dont certains répondent à des problématiques sociales primordiales comme la pauvreté, l'accès au financement et à l'éducation ou encore le *crowdfunding* de masse, grâce à la rapidité et à la gratuité des transactions. Les personnes non bancarisées évitent en effet les établissements financiers traditionnels pour trois raisons majeures qui peuvent se cumuler : elles ne disposent pas de pièces d'identité, le niveau de leurs revenus est inférieur au minimum exigé et enfin, elles n'ont pas accès à une agence bancaire à proximité.

Le système Humaniq qui affirme vouloir combler le fossé entre la population et les banques en fournissant des services financiers via un simple smartphone à plus de deux milliards de personnes non bancarisées à travers le monde et notamment en Afrique, ou la fondation Hellogold en sont deux exemples.

Ces systèmes pourraient donc à terme remplacer partiellement les banques en tant qu'opérateurs de paiement.

Néanmoins, il faut tout de même évoquer les enjeux de sécurité des données personnelles, notamment au regard de la manipulation de la crypto-monnaie qui nécessite de renseigner de nombreuses informations personnelles. Il y a donc un enjeu éthique de protection de la vie privée.

C'est pourquoi, l'information et la sensibilisation des utilisateurs sur ces outils sont essentielles pour leur permettre de s'en saisir de façon sécurisée. Investir dans les crypto-monnaies nécessite une compréhension de son marché et de ses plateformes d'échanges qui ne sont pas souvent intuitives pour le grand public. Il faut aussi en comprendre les risques et les externalités, positives ou négatives. Il ne s'agit encore que d'un produit financier. Il est cependant essentiel que les acteurs africains se saisissent de la *blockchain* et des cryptomonnaies, pour en faire des outils démocratiques au service du développement.

> **« Dans un environnement où la majorité des personnes n'est pas bancarisée, nous avons besoin d'alternatives comme les cryptomonnaies. Ces dernières permettent également de contourner certaines restrictions sur les plateformes de paiement en ligne et d'accéder à de nouveaux financements et opportunités ».**
>
> **Linda Nanan Vallée** - Directrice - Fondation Jeunesse numérique.

L'exemple du *mobile money* - paiement par mobile - démontre que cela reste possible. Le *mobile money* est l'une des innovations les plus populaires en Afrique, permettant l'utilisation de tout type de téléphone sur le marché afin d'effectuer ses opérations et transactions financières. Cette innovation technologique a connu un succès exceptionnel : de nombreux opérateurs mobiles l'ont adoptée et 82 % du continent est couvert par un service de paiement mobile. L'Afrique concentre 52 % des services d'argent mobile dans le monde. Le *mobile money* permet à des millions d'Africains d'effectuer des achats tous les jours à partir de comptes d'argent mobile en se rendant dans l'un des deux millions de points physiques : boutiques, pharmacies, salons de coiffure, épiceries, stations essence...

Omar Cissé

Néanmoins ce service, bien qu'ayant révolutionné les habitudes de paiement sur le continent africain, présente des limites. Hormis la Tanzanie, l'Ouganda et Madagascar, les transactions à travers les services de paiement mobile restent restreintes au sein des opérateurs mobiles et ne sont pas interopérables entre opérateurs. Ceci oblige donc les marchands qui veulent adopter cette solution à s'équiper d'un terminal par opérateur pour échanger avec un maximum de clients possible, ce qui est coûteux, et nécessite d'assurer un suivi pour chaque système.

Comment remédier à ce problème ? La solution WeCashUp, créée par M. Cédric Atangana et sa start-up Infinity Space, est une plateforme digitale universelle qui permet aux personnes sans carte ou compte bancaire d'avoir facilement accès aux achats en ligne à travers des transactions sécurisées.

Face à cet écueil du manque d'interopérabilité du *mobile banking*, la start-up camerounaise WeCashUp a conçu une plateforme qui permet de lier différents systèmes hétérogènes de *mobile money* à travers tout le continent. Elle pourrait donc faciliter les services transactionnels numériques à travers le continent en éliminant l'un des principaux freins du *mobile banking*.

> **« La bancarisation se développe avec les opérateurs téléphoniques, et les opérateurs ont besoin de s'adosser aux banques. On s'oriente dès lors vers une solution à mi-chemin avec une convergence entre opérateurs et banques. Les établissements bancaires sont amenés à devenir aussi opérateurs ».**
>
> **Omar Cissé** - Fondateur - InTouch.

Malgré un développement des banques encore relativement faible, de nombreuses initiatives technologiques ont contourné la faible bancarisation « classique » et s'y sont substitués. Elles ont privilégié des alternatives numériques innovantes, révolutionnant les services transactionnels sur le continent pour les particuliers comme pour les entreprises. Cela dynamise ainsi le secteur en le reliant directement à la Fintech. La démocratisation de ces technologies dépendra cependant du développement de l'accès à Internet sur le continent, alors que le taux de pénétration d'Internet n'est encore que d'à peine 32 %.

Le futur de la bancarisation en Afrique est donc numérique. Les innovations technologiques, qu'il s'agisse de la *blockchain* ou du *mobile banking*, sont les outils qui peuvent débloquer et démocratiser la bancarisation à travers le continent en facilitant les services transactionnels. A cet égard, les solutions de *mobile money* et de *mobile banking* semblent, aujourd'hui, être les méthodes de paiement les plus abouties et le plus à portée de mains des populations africaines. Elles sont plus accessibles financièrement mais aussi technologiquement.

L'Afrique a montré avec le *mobile money* qu'elle pouvait innover vite et efficacement, dès lors comment promouvoir les crypto-monnaies pour le plus grand nombre ?

Sources :

Rémy Darras, « *Philanthropie : cinq riches Africains qui veulent changer la donne* », Jeune Afrique, décembre 2015.
[http://www.jeuneafrique.com/mag/286325/societe/philanthropie-cinq-riches-africains-veulent-changer-donne/].

Sinatou Saka, « *Afrique : le financement participatif en plein boom* », RFI, octobre 2015.
[http://www.rfi.fr/hebdo/20151009-afrique-financement-participatif-plein-boom-crowdfunding].

Clenne Mouangou

Agnès Kraidy

SOCIÉTÉ

Médias et entreprises peuvent-ils agir ensemble pour l'intérêt général des sociétés africaines ?

Il est difficile de parler de société africaine alors qu'il n'y a pas d'homogénéité, mais plutôt des mondes divers, notamment ruraux et urbains. Ces univers sont sujets à des fragilités différentes tant économiques qu'intellectuelles, souffrant d'une double fracture numérique importante. D'abord vis-à-vis du reste du monde mais aussi au sein du continent. Comment faire en sorte que ces populations, dans toutes leurs diversités, aient accès à cet élément capital et vital qu'est l'information ?

MODÉRATEUR :

- M. Souleymane OULAI : Directeur - Studio Mozaïk (Côte d'Ivoire).

INTERVENANTS :

- Mme Rita AMBEU : Réalisatrice (Côte d'Ivoire).
- M. Aziz DIALLO : Directeur général - Canal+ Côte d'Ivoire (Côte d'Ivoire).
- Mme Agnès KRAIDY : Ecrivain - Journaliste (Côte d'Ivoire).

L'information et la formation sont un devoir des médias comme des entreprises. Il est de la responsabilité des médias de former et d'informer les citoyens afin que ceux-ci participent au débat public et enrichissent la constitution des nations. Les médias ont notamment un rôle majeur à jouer dans l'éducation de la jeunesse africaine. Ils ont, en ce sens, la responsabilité de créer et de diffuser un contenu tant éducatif que divertissant. Cette responsabilité n'incombe pas seulement aux médias, mais aussi aux entreprises qui doivent se soucier de former les consommateurs à faire les bons choix.

Ainsi, l'Afrique fait aujourd'hui face à deux défis majeurs : d'une part la disponibilité et l'accessibilité de l'information pour les populations, et d'autre part, la fiabilité et la neutralité de cette information.

Médias, entreprises et Etats doivent travailler de concert pour que l'information puisse trouver le citoyen là où il est. S'il est difficile d'atteindre des populations enclavées, il n'en est pas moins indispensable qu'elles soient informées, sans quoi la société dans son ensemble, et donc le pays, est déséquilibrée. Il s'agit dès lors de créer des synergies pour que des moyens techniques soient mis à disposition des populations.

> **« Les médias sont le creuset central qui permet de fédérer les intelligences et en même temps de faire en sorte que le rayonnement de l'information puisse atteindre nos pays dans les tréfonds les plus lointains ».**
>
> **Agnès Kraidy** - Ecrivain.

Il est par ailleurs nécessaire d'arrêter l'assimilation entre le soutien de l'Etat aux médias et une mise sous tutelle systématique. Au contraire, les pouvoirs publics exercent leur rôle et remplissent leur devoir en soutenant financièrement les médias, tout comme ils financent d'autres secteurs cruciaux. Il serait même bénéfique que les entreprises qui en ont les moyens les imitent, car la liberté des médias permet celle des citoyens et des entreprises.

Le secteur privé doit comprendre qu'il a un intérêt à soutenir une information libérée des jougs politiques et financiers. Les entreprises, au-delà d'endosser leurs responsabilités citoyennes, ont un intérêt direct dans l'indépendance des médias qui, en dénonçant les abus par exemple, participent à la protection du contexte économique.

Les entreprises, qui financent souvent certains supports, doivent cependant ne pas céder aux conflits d'intérêts brouillant leur rôle de mécène impartial. Le problème de la dépendance financière des médias vis-à-vis de la publicité se pose également car toute information aussi ostensiblement liée à des pouvoirs d'argent est suspecte pour les citoyens.

Focus

Afrik Activ', la plateforme d'information pour les jeunes entrepreneurs

La plateforme Afrik Activ' imaginée par la Fondation Hirondelle a été lancée le 2 décembre 2017 lors du LAB. Il s'agit d'un projet conçu en coopération avec le secteur privé (Système U, Groupe Michel Hervé, Vivendi) souhaitant s'inscrire dans l'intérêt général et en adéquation avec les préoccupations de la société civile et des acteurs économiques africains.

Afrik Activ' vise à fournir aux jeunes entrepreneurs des informations, conseils, partages d'expérience, contacts réseau afin de les aider dans la création de leur société, ainsi que de les accompagner dans leurs premiers pas et leur permettre de pérenniser leur modèle.

L'interaction entre entreprises et médias doit créer les conditions nécessaires à l'émergence et au renforcement d'un journalisme indépendant, pouvoir indispensable et vital pour tout pays. Son indépendance est aussi importante que le pouvoir législatif ou judiciaire.

> **Dans un pays où les médias sont libres, les citoyens sont libres et les entreprises sont libres de fonctionner car elles sont protégées ».**
>
> **Agnès Kraidy** - Ecrivain.

Le continent africain connaît depuis 2015 un tournant avec l'arrivée de la TNT, annonçant une possible redistribution des cartes avec la disparition de chaînes ne diffusant que sur le réseau analogique. Aujourd'hui, 24 pays sur le continent ont entamé leur transition vers la TNT et huit pays sont en passe de couper le signal analogique. Si la production et la distribution ont longtemps été l'apanage des pouvoirs publics, ceux-ci tentent d'ouvrir le secteur à la concurrence.

Les distributeurs privés sont encore rares, en dehors des grands groupes internationaux comme DSTV dans les pays anglophones et Canal+, qui détient 28 % de part de marché dans les sept pays francophones où le groupe est implanté. La tentation est grande de diffuser du contenu des pays d'origine de ces groupes, mais est-il vraiment adapté aux réalités locales ?

Les deux types de contenu diffusés par Canal+ sont pertinents : d'une part des chaînes d'information assez indépendantes, restent souvent plus impartiales que les chaînes étatiques, porte-parole des gouvernements ou des chefs d'Etat, et d'autre part, un contenu original, diffusé sur des chaines spécialisées ainsi que sur les chaines généralistes, dont la programmation est plus variée .

Il est nécessaire que les gouvernements favorisent et investissent dans la création d'entreprises médiatiques, en tant que secteur dynamique créateur d'emplois, mais encore sous-développé sur le continent.

L'Afrique voit naître une nouvelle génération de talents locaux, qui fourmillent d'idées de scénarios et qui peuvent capitaliser sur la mise en valeur de toutes les richesses du continent qui sont encore trop peu exploitées : cultures locales, nature et paysages, histoire du continent. Donner l'opportunité à la jeunesse africaine de proposer du contenu qui mette en valeur les pays africains devient ainsi autant une nécessité culturelle qu'économique.

Certains diffuseurs du continent n'hésitent dès lors pas à inclure des productions locales dans leur grille des programme, notamment lorsque les producteurs sont (re)connus, présentant ainsi une certaine aversion au risque.

Le développement de partenariats entre producteurs et distributeurs, qu'ils soient chaînes nationales ou groupes privés, serait extrêmement bénéfique au secteur. A l'instar des pratiques courantes dans les pays européens ou aux Etats-Unis, les chaînes de télévision ont tout à gagner à investir en amont de la diffusion d'un film ou d'une série pour, d'une part assurer une production de qualité et en garantir la promotion, d'autre part améliorer leur offre et enfin pour toucher des droits sur les ventes. Certaines ont ainsi déjà sauté le pas : la chaîne ivoirienne RTI a par exemple lancé une branche RTI Productions pour soutenir les productions nationales en nouant des partenariats et en apportant son soutien par des moyens à la fois techniques et financiers.

Aissata Doucouré

Georgette Zambe

SOCIÉTÉ

L'économie du genre : comment combattre la fatalité ?

Le développement économique rapide de l'Afrique s'accompagne de nombreux changements sociétaux à l'instar du rôle de la femme, qui n'est plus réduite à son rôle domestique mais investit la vie politique, économique, sociale et culturelle. Si l'égalité homme-femme apparaît comme un prérequis à tout développement futur du continent, elle n'est pas acquise.

OUVERTURE DE TABLE RONDE :
- Mme Aïssata DOUCOURÉ : Directrice générale de l'Artisanat, de la compétitivité et de la promotion des PME en Côte d'Ivoire (Côte d'Ivoire).

MODÉRATEUR :
- M. Eric BAZIN : Fondateur - Land of African Business (France).

INTERVENANTS :
- Mme Mame Cafa SALL : Directrice - Cabinet Kaizen (Sénégal).
- Mme Candace NKOTH BISSECK : Juriste (Cameroun).
- Mme Georgette ZAMBLE : Directrice - Empow'Her Côte d'Ivoire (Côte d'Ivoire).

> **Les rôles sociaux attribués à chacun, ancrés dans les mentalités, poussent la femme africaine à rester au foyer, la privant ainsi de toute opportunité d'émancipation professionnelle ».**
>
> **Mme Aïssata Doucouré** - Directrice générale de l'Artisanat, de la compétitivité et de la promotion des PME (Côte d'ivoire)

Historiquement cantonnées au sein du foyer familial, les femmes jouent des rôles de plus en plus diversifiés et importants dans toute les sphères de la société. Cependant la parité homme-femme est loin d'être acquise. On dénombre une seule femme chef d'Etat, au Libéria de 2006 à 2018, Ellen Johnson Sirleaf, et seulement 2,5 % des PDG d'entreprise en Afrique sont des femmes. L'émancipation de la femme africaine est donc encore relativement limitée bien que cette dernière travaille plus que son homologue masculin. En moyenne, les jours ouvrables d'une femme peuvent être jusqu'à 50 % plus longs que ceux d'un homme. Cette situation coûte cher aux économies et sociétés africaines. Le programme des Nations unies pour le développement estime ainsi que les inégalités liées au genre coûteraient chaque année 95 milliards de dollars au continent africain.

Face à cette situation, certaines entreprises mettent en place des programmes spécifiques et tentent de créer un cercle vertueux. C'est notamment le cas de la Société générale et de sa politique de féminisation des cadres en Afrique, dont l'objectif de compter au moins 40 % de femmes dans ses comités de direction sur le continent a déjà été atteint au Cameroun et l'est presque en Algérie, au Maroc et en Tunisie, malgré de fortes disparités selon les pays.

Il existe une division « genrée » du travail qui discrimine fortement les femmes. Premièrement, les femmes ont plus difficilement accès au marché du travail formel. Dès lors, elles sont plus exposées au chômage, à des conditions de travail précaires, ainsi qu'à des revenus faibles et irréguliers. Par ailleurs, dans le domaine agricole, elles ont très peu accès aux crédit, engrais, nouvelles technologies et services de vulgarisation, facilitant le développement de leur production. Les régimes traditionnels de propriétés foncières excluent largement les femmes de la propriété ou du contrôle des ressources foncières. Les femmes ne représentent que 15 % des détenteurs de terre et sont donc cantonnées aux métiers les plus difficiles : tâches ingrates, difficiles physiquement, travail agricole pénible, etc. Des enquêtes menées en Ouganda et au Burkina Faso démontrent que les femmes parcourent avec un fardeau une distance moyenne presque quatre fois plus grande (2600 km) dans l'année que les hommes.

Malgré toutes ces difficultés, les femmes entreprennent : 61,9 % des entreprises en Afrique sont détenues par des femmes. Ce sont souvent des microentreprises qui opèrent dans le secteur informel. Quand ces microentreprises se développent dans le secteur formel, elles s'adonnent généralement à des activités à faible valeur ajoutée et/ou aux rendements marginaux. Il s'agit principalement d'un entrepreneuriat de survie en l'absence d'alternatives.

Les pesanteurs traditionnelles sont un facteur d'inertie important dans l'émancipation des femmes. L'imaginaire collectif de la société africaine est un facteur clé derrière cette situation qui est perpétuée par un moindre accès à la scolarisation des jeunes filles. En effet, 62 millions de filles n'ont pas accès à l'école dans le monde et en Afrique, ce sont près de 28 millions de filles âgées de 6 à 15 ans qui sont toujours privées d'éducation aujourd'hui. Au Bénin, ce sont ainsi 8,8 % des filles qui sont mariées à 15 ans et 31,7 % avant 18 ans, ce qui tend à faire baisser tendanciellement leur taux de scolarisation. Si bien que sur 100 000 habitants, 1700 hommes, pour à peine 630 femmes, ont accès aux études supérieurs.

Candace Nkoth Bisseck

Mame Cafa Sall

Si ces jeunes filles ont la chance de pouvoir poursuivre un parcours scolaire, comme en Tunisie ou en Egypte qui enregistrent respectivement des taux de scolarisation de 91,4 % et 87,2 %, elles ont tendance à s'auto-censurer car les rôles sociaux sont intériorisés par les femmes elles-mêmes. Elles sont ainsi de plus en plus nombreuses à avoir suivi des cursus scolaires d'excellence leur promettant des carrières brillantes, mais ces aspirations se retrouvent en complet décalage avec les exigences de leur famille, celle-là même qui les a encouragées à étudier. Cette situation provoque des phénomènes d'auto-censure de la part des femmes qui ne s'autorisent pas à aller au bout de leurs aspirations et des possibilités que leur offre leur réussite scolaire et universitaire.

> **“ On peut avoir les mêmes chances en fonction de l'éducation qu'on a reçue. Malheureusement, garçons et filles ne sont pas toujours éduqués de la même façon. On attend des filles qu'elles plaisent aux gens et qu'elles sachent bien se comporter, voire qu'elles fassent de futures épouses ».**
>
> **Candace Nkoth Bisseck** - Juriste.

La situation sur le continent n'est cependant pas que morose et plusieurs améliorations sont à mettre à l'actif de l'Afrique. Entre l'adoption des Objectifs du millénaire pour le développement (OMD) par l'ONU en 2000 et le passage aux Objectifs de développement durable (ODD) en 2016, l'écart entre le niveau de scolarisation des filles et des garçons dans l'enseignement primaire a été réduit de façon significative. Le taux de scolarisation des filles dans le primaire est passé de 57 (contre 64 % pour les garçons) à 75 % (contre 81 % pour les garçons) selon l'Observatoire des inégalités. Il convient cependant de remarquer que de grandes disparités persistent selon les pays, le genre, l'appartenance sociale et le lieu de vie. En Côte d'Ivoire à peine 2 % des filles de familles pauvres et rurales peuvent espérer atteindre le secondaire contre 49 % des garçons de familles urbaines et riches, et si 100 % des adolescents d'Afrique du Sud sont scolarisés, le taux est d'à peine 26 % au Tchad.

En Ouganda, le programme ELA d'autonomisation des adolescents mis en œuvre par l'ONG BRAC offre, dans des clubs réservés aux filles, des services de formation professionnelle afin de les préparer à la vie active. La formation met l'accent sur les compétences utiles à l'exercice d'activités indépendantes, car les possibilités d'embauche sont peu nombreuses. Selon une évaluation d'impact du programme ELA, les filles inscrites à ce programme ont 72 % plus de chances d'exercer des activités rémunératrices, et les revenus gagnés grâce à un travail indépendant, sont trois fois supérieurs à la moyenne. L'amélioration de la sécurité du régime foncier peut en outre inciter les propriétaires à investir dans les terres. Au Rwanda, l'amélioration du droit foncier a amené les femmes à accroître de 19 points de pourcentage leurs investissements dans leurs terres - soit le double de l'impact enregistré dans le cas des hommes. Certaines mesures symboliques comme l'inscription de l'égalité homme-femme dans la Constitution sont par ailleurs de bons déclencheurs et leviers pour la mise en place de programme favorisant cette égalité.

> **“ Il y a de l'argent, il y a du pipeline. Il faut juste des outils ».**
>
> **Madji So** - Présidente - Women's Investment Club.

SOCIÉTÉ

De l'usage et de la représentation de la femme dans les marques en Afrique

Face à des consommateurs dont les mentalités changent, demandant des produits plus adaptés à leur quotidien et à leurs attentes, la question de la communication des entreprises prend une importance croissante. La représentation des femmes dans la publicité et donc à travers les entreprises montre les efforts de ces dernières, pour mieux incarner les réalités des sociétés africaines en pleine mutation.

MODÉRATEUR :
- M. Zié COULIBALY : Directeur délégué - Institut Français (Côte d'Ivoire)

INTERVENANTS :
- Mme Eliane EKRA : Chef de Cabinet - Ministère de la Santé et de l'Hygiène publique de Côte d'Ivoire (Côte d'Ivoire).
- Mme Korédé ODJO-BELLA : Présidente - Lagardère Active Radio Internationale (Côte d'Ivoire)
- Mme Jeanne SISSOKO-ZEZE : Présidente - Reflet Consulting (Côte d'Ivoire)
- M. Jean-Paul MELAGA : Fondateur - SmartForce (Cameroun)

Eliane Ekra

> **Les femmes sont l'avenir de l'Afrique, tous les experts s'entendent sur ce point. Elles produisent 65 % des biens économiques du continent, 70 % de la production des cultures vivrières, elles portent certaines innovations économiques, sociales, financières (micro-crédit) les plus originales du continent ».**
>
> **Korédé Odjo-Bella** - Présidente, Lagardère Active Radio Internationale.

Le marché publicitaire africain, qui ne représente que 5 % du marché mondial, est en forte évolution et en expansion rapide, à l'instar de la hausse de la consommation des foyers. Le marché publicitaire doit innover face à la croissance et à la diversification des marchés africains. Les consommateurs ne réagissent pas ou mal aux publicités copiées sur les marchés des pays développés. Conscientes de la diversité du continent, les entreprises adaptent donc leurs discours selon leur pays d'implantation afin de décrypter au mieux les motivations ou les freins à l'acte d'achat. Les publicités lancées sur plusieurs pays sont maintenant impossibles à mettre en place uniformément. Les multinationales adoptent le « glocal ». L'exemple le plus marquant est celui des marques de cosmétique qui adaptent leurs produits mais surtout leurs campagnes publicitaires à leurs cibles, variant d'un pays à l'autre, et s'adaptant aux codes locaux. D'autre part, un autre facteur d'innovation dans le secteur publicitaire est la digitalisation. Deux phénomènes sont à l'œuvre : les taux de pénétration croissants des smartphones augmentent l'audience potentielle de la publicité, et les réseaux sociaux modifient les supports et les rythmes de diffusion des publicités.

Les femmes représentent la cible majeure des campagnes publicitaires. En effet, 90 % d'entre elles sont décisionnaires ou co-décisionnaires des achats du foyer et 49 % des femmes africaines subsahariennes gagnent leur vie de façon indépendante (enquête IPSOS 2017 - African Women Survey). Leur rôle dans l'acte d'achat du foyer est essentiel et les marques ciblent donc de plus en plus directement les femmes. Elles délaissent par exemple les publicités qui utilisent le corps de la femme comme argument de vente. Cependant, elles s'adressent à elles comme gestionnaire et pilier du foyer ou comme dépositaire de la transmission des traditions.

> **La femme africaine représente un leader d'influence pour sa famille et son entourage. Une bonne exploitation de l'émotion féminine dans les marques est donc nécessaire pour convaincre le public et les consommateurs ».**
>
> **Eliane Ekra** - Chef de Cabinet - Ministère de la Santé et de l'Hygiène publique (Côte d'Ivoire).

Cette vision de la femme est en décalage avec la réalité et l'importance réelle des femmes dans l'économie des pays africains. Elles jouent un rôle économique, politique et social croissant. Elles occupent des postes à responsabilité et sont actives au sein de leur famille, de leur communauté et de leur pays. L'Afrique est même en avance par rapport à d'autres continents. Sur les 210 entreprises cotées, les conseils d'administration sont féminins à 15 %. Ce pourcentage est de 10 % en Asie. Les femmes veulent et doivent pouvoir s'identifier à des femmes qui ont réussi, qui sont en situation de responsabilité, de pouvoir, et ne veulent plus n'être représentées que sous cet aspect de pilier de la famille.

Jeanne Sissoko-Zeze

Korédé Odjo-Bella

Conscientes de ces changements et désireuses de se démarquer auprès des consommatrices, certaines entreprises n'hésitent plus à modifier leurs stratégies de communication. C'est notamment le cas de Cuisine Liv', au Bénin.

Cette enseigne a fait diffuser sur les chaînes TV du pays une publicité mettant en scène un mari qui ne veut plus sortir de la cuisine depuis que celle-ci a été refaite. Cette entreprise crée donc un lien émotionnel avec les femmes qui réclament un partage des tâches domestiques plus équitable. Les publicités sont un support médiatique et à ce titre influencent l'imaginaire collectif. Les entreprises africaines prennent ainsi conscience de leur responsabilité en tant que diffuseurs de contenu.

Face à ce constat, il apparait donc nécessaire d'agir à plusieurs niveaux. D'abord, en favorisant la production locale de publicités. Cette initiative est indispensable pour conforter un mouvement déjà bien en place, poursuivant l'effort de représentation des femmes en tant qu'actrices de leur quotidien et de la vie de leur communauté ou de leur pays. Ensuite, en encourageant les entreprises à prendre conscience de leur responsabilité sociale en tant que créatrices de contenu culturel.

> **“ Les Africaines sont connectées. 55 % des femmes Africaines déclarent avoir accès à Internet. Loin d'être en reste, la femme jouer un rôle moteur dans ces usages inédits. Les contenus féminins à consommer sans modération se développent comme l'illustre le site elle.ci, un media 100 % online ».**
>
> **Korédé Odjo-Bella** - Présidente, Lagardère Active Radio Internationale.

Paul Ginies

Fatims Coulibaly

ENTREPRENEURIAT ET PME

Quel modèle d'entreprise et de management dans les économies fragiles ?

*Le manque de confiance et de crédibilité auprès des banques dont souffrent les PME, notamment en Afrique de l'Ouest, est un frein important au développement économique. Selon le baromètre 2017 CPCCAF - **Conférence Permanente des Chambres de Commerce Consulaires et Francophones** - un tiers des PME est en difficulté financière. Le manque d'historique bancaire et financier est souvent rédhibitoire pour l'investissement des banques dans le financement des PME, et en particulier des start-up.*

MODÉRATRICE :

- Mme Sonia HENRY : Directrice des contenus éditoriaux - Land of African Business (France)

INTERVENANTS :

- Mme Fatims COULIBALY : Directrice générale - B2Bpro (Côte d'Ivoire)
- M. Bertrand FORESTIER : Responsable export Afrique - Système U (France)
- M. Paul GINIES : Expert formation Eranove - Directeur du Centre des métiers de l'électricité de CIE (France).

C'est pourtant la confiance dans les petites entreprises qui a permis à des économies fragiles, comme la Chine, le Nigéria ou le Ghana, de faire un bond en avant. Ce sont ces petites entreprises, presque toutes informelles, qui font en effet fonctionner le continent et qui sont le substrat de l'économie, auxquelles s'ajoute une couche superficielle d'entreprises formalisées.

Il n'est donc pas ici question de savoir comment encourager l'entrepreneuriat en Afrique, car les Africains sont déjà entrepreneurs, culturellement et par nécessité économique, mais plutôt de trouver comment développer ces petites structures existantes, pour en faire des entreprises pérennes, solides et créatrices d'emplois.

70 % des petites entreprises ivoiriennes n'ont pas recruté et n'ont pas l'intention de le faire à l'avenir, et seulement 16 % ont embauché récemment. Si les bases de l'entrepreneuriat sont là, trop peu d'entrepreneurs ont encore les compétences pour faire changer d'échelle leur entreprise. Les entreprises ont ainsi une durée de vie très faible. Les entrepreneurs changent d'activité quand leur affaire n'est pas prospère avant même de se poser la question de la pertinence de leur gestion. Pourtant, 43 % des patrons de PME de Côte d'Ivoire estiment que leur chiffre d'affaires va augmenter dans les six mois à venir alors que seulement celui de 33 % d'entre elles est actuellement en hausse.

> **« Le problème de nombreux petits entrepreneurs africains est qu'ils créent leur enseigne, qu'ils restent assis à leur bureau puis ils attendent les clients ».**
>
> **Fatims Coulibaly** - Directrice général - B2BPro.

Il apparait donc nécessaire de créer un écosystème qui permette aux PME de progresser, en accompagnant les entrepreneurs et en mettant à leur disposition les techniques de commercialisation, de vente et de communication, pour leur permettre de qualifier leur business model et de faire évoluer leur entreprise. Le baromètre CPCCAF met également en évidence que le premier besoin des PME, avant même celui de financement, est celui d'information : économique (performances et organisation de leur secteur), technologique (innovations du secteur et moyens d'acquisition) et financière (mécanismes d'accès aux financements).

Focus

S'impliquer auprès des acteurs économiques africains avec la CPCCAF

Fondée en 1973 sous l'impulsion des présidents ivoiriens, sénégalais et français, la CPCCAF (Conférence Permanente des Chambres de Commerce Consulaires et Francophones) a pour but de maintenir et renforcer les liens de coopération économique entre les pays d'Afrique francophone et la France, avant d'élargir son action au Luxembourg, au Québec et à la Belgique.

La CPCCAF encourage les échanges économiques et commerciaux, et accompagne les entrepreneurs locaux. Elle œuvre ainsi à travers ses chambres consulaires, en fournissant notamment aux entreprises un appui à la formation, à l'intelligence économique, et à la représentation auprès des pouvoirs publics et institutionnels, et en s'impliquant aux côtés des Chambres de Commerce locales pour renforcer leurs capacités.

La qualification, qu'il faut distinguer de la formation diplômante, est aujourd'hui bien plus importante que l'obtention de diplômes. La massification de l'accès au supérieur s'est souvent faite au détriment du contenu des cursus. Dès lors, les entreprises recherchent davantage de profils présentant des expériences qualifiantes, plutôt que des jeunes diplômés, voire préfèrent former elles-mêmes leurs collaborateurs plutôt que de se reposer sur des diplômés, comme l'expliquent les responsables des entreprises Huajian et Pittards implantées en Ethiopie. Si bien qu'on observe aujourd'hui une corrélation entre chômage et détention de diplôme chez les jeunes : alors que 50 000 jeunes kényans sortent diplômés de l'université chaque année, l'économie formelle crée dans son ensemble à peine 90 000, ce qui est insuffisant pour les assimiler.

La Banque mondiale, dans son rapport de février 2018, sur les perspectives économiques en Côte d'Ivoire, souligne cet état de fait, avançant que le rattrapage et l'émergence économiques du pays ne seront possibles qu'en améliorant les compétences et le capital humain qui constituent aujourd'hui un frein au développement

du pays. Elle recommande ainsi une réforme du système éducatif pour le mettre plus en adéquation avec les besoins des acteurs économiques, tout en encourageant la mise en place de partenariats de formation avec les entreprises privées, et notamment celles des investisseurs étrangers et de la diaspora.

Or, cette situation pousse à s'interroger sur les cursus proposés et devrait pousser les universités africaines à mieux prendre en compte les besoins locaux dans la formation de leurs étudiants, ainsi qu'à privilégier la qualité des enseignements plutôt que la massification des diplômés. Cette situation explique également le succès des formations professionnelles : les formations aux métiers du numérique organisées par Objis à travers le programme « 10 000 Codeurs » ou « Moringa » au Kenya revendiquent un taux d'embauche de 95 % à l'issue de leur formation. Le cursus mis en place par Orange et OpenClassrooms travaille en bonne entente avec différents partenaires privés qui constituent autant de débouchés pour les élèves.

> **“ Nous avons besoin de former des professeurs, des scientifiques, des ingénieurs de haut niveau, pas seulement des gens de niveau bac +2 ou bac + ».**
>
> **Safoura Fadiga** - Fondatrice - IST Dubass (Côte d'Ivoire).

Tout chef d'entreprise qui réussit possède ainsi la responsabilité de partager les clés de cette réussite avec les autres entreprises de son environnement. Cette transmission représente une dimension indispensable de la Responsabilité sociétale des entreprises, qui prend également ses sources sur le continent. En Afrique du Sud le rapport King a notamment inspiré la communauté et la charte d'entreprise « citoyenne » B-corporation fait avancer cette prise en considération. La Banque mondiale spécifie encore que « l'apport des investissements étrangers et des exportations est proportionnel à leur capacité à former des travailleurs et entrepreneurs locaux, qui vont à leur tour former d'autres travailleurs et entrepreneurs ».

Si la question du modèle de management et d'entreprise se pose en Afrique comme dans les autres économies émergentes - faut-il privilégier des modèles locaux ou peut-on en importer d'autres régions ?, il n'existe pas de solution miracle. Le point d'orgue de tout modèle doit cependant reposer sur sa transposition et son adaptation aux réalités et besoins locaux, sous peine d'être voué à l'échec. En ce sens, le modèle coopératif imaginé par Système U en Afrique semble faire écho aux systèmes de valeurs et de traditions culturelles du continent. Le principe de base de la coopérative est l'adhésion volontaire des parties : se mettre ensemble pour travailler et mutualiser les moyens, à partir d'une confiance réciproque.

> **“ Ce n'est pas la confiance qui naît du contrat mais le contrat qui naît de la confiance ».**
>
> **Bertrand Forestier** - Responsable export Afrique - Système U.

Une approche multi-scalaire doit donc être privilégiée afin de soutenir et de renforcer un esprit entrepreneurial déjà très présent sur le continent.

Celle-ci devrait inclure :

- Une refonte de la formation universitaire, reposant sur les besoins locaux des entreprises, permettant l'acquisition de réels savoir-faire utiles aux entreprises,
- Une sensibilisation des entrepreneurs aux techniques de commercialisation, de *management* et d'accès à l'information économique, technologique et financière,
- L'adoption de nouveaux modes de *management* locaux ou importés, pourvu qu'ils soient adaptés aux spécificités économiques, juridiques et culturelles locales.

Stéphane Loroux

ENTREPRENEURIAT ET PME

L'accès à la terre, problématique du foncier liée à l'absence de bancarisation en zone rurale

La terre revêt une importance symbolique et sociale très forte en Afrique, au moins aussi importante que sa dimension productive qui permet à la communauté de se nourrir, et d'avoir de quoi commercer.
210 millions d'hectares sont cultivés en Afrique, soit 15 % des terres arables de la planète, bien en dessous du milliard d'hectares qui pourraient être exploités sur le continent selon la FAO. L'agriculture représente en moyenne 17 % du PIB des pays de la région (Banque mondiale 2016), employant 55 % de la population.

MODÉRATEUR :
- M. Fortuné AHOULOUMA : Avocat - LABS-NS Avocats (France).

INTERVENANTS :
- M. Stéphane LOROUX : Chargé d'étude - Inadès-Formation (Côte d'Ivoire).
- Mme Victoria PETER : Business Developer Afrique & Innovation sécurité alimentaire – Makesense (Allemagne).

Franck Berthod

Le potentiel agricole africain est miné par l'insécurité foncière. Un rapport de la Banque mondiale datant de 2013, « Securing Africa's Land for Shared Prosperity », souligne qu'à peine 10 % des terres rurales en Afrique sont enregistrées ou immatriculées. Beaucoup de pays africains ne disposant pas d'un cadastre rural, les 90 % restants étant sans titres et administrés de manière informelle. Ce manque de formalités ou de documents écrits constatant les droits fonciers provoque la réticence des investisseurs et crée un sentiment d'insécurité dans la mise en valeur de ces terres. Ces dernières font d'ailleurs souvent l'objet d'accaparement, d'expropriation sans compensation équitable et de corruption. Ainsi, l'insécurité foncière entraîne une sous-exploitation des potentialités agricoles et peut mener à une sous-alimentation des populations qui dépendent de l'agriculture vivrière pour se nourrir.

En effet, sans accès sécurisé à la terre, comment la mettre en valeur, produire, et disposer des produits ?

La gouvernance foncière est complexe notamment du fait de la dualité du mode de gestion des terres, entre droit coutumier et droit écrit. En s'appuyant sur les réalités locales, et en conciliant les intérêts des parties prenantes, la mise en place d'un cadastre foncier est cependant possible.

> **« Les communautés ont leur mode de gestion de la terre qui date de la pré-colonisation, auquel s'ajoute un mode de gestion que l'Etat impose aux communautés ».**
>
> **Stéphane Loroux** - Chargé d'étude – Inadès-Formation (Côte d'Ivoire).

D'une part, la gouvernance du droit coutumier est défectueuse, fragilisant notamment l'accès des femmes et cadets sociaux à la propriété, d'autre part, la gestion moderne fait prendre de la valeur aux terres, alors que dans le modèle traditionnel, les terres étaient incessibles.

Mais ces changements entraînent des conflits fonciers, car les populations ont le sentiment qu'on leur impose un système dont on ne leur a pas expliqué les bénéfices. Une bonne gouvernance foncière au niveau national doit ainsi prendre en considération les demandes de la population, et donc instaurer une bonne gouvernance foncière au plan local.

Cela nécessite que les Etats africains formalisent des cadastres, en s'appuyant sur les populations locales, connaissant parfaitement toutes les modalités de la gestion foncière. Ces cadastres locaux, pourraient être mis à jour à tout moment, et être agrégés à l'échelle nationale.

> **« Il faut inciter les populations à s'engager dans le mode de gestion défini par l'Etat, en permettant aux communautés d'en comprendre le bien-fondé ».**
>
> **Stéphane Loroux** - Chargé d'étude – Inadès-Formation (Côte d'Ivoire).

L'établissement d'un cadastre foncier fiable est un préalable à la bancarisation des exploitations agricoles africaines et donc au développement de l'agriculture. En effet, détenir des certificats et titres fonciers sur sa terre permet aux populations d'avoir accès au système bancaire et donc à des ressources financières nécessaires pour développer leur exploitation agricole. Cela n'est pas garanti aujourd'hui, car les banques se fient peu aux titres de propriété agricoles. Des cadastres fiables permettront ainsi d'établir cette confiance, afin que les banques soutiennent le développement de l'agriculture en Afrique.

Dans sa publication de février 2018, le rapport de la Banque mondiale sur les conditions de l'émergence de la Côte d'Ivoire, souligne que les conditions sont propices au changement :

- La flambée des prix des denrées de base et l'augmentation des investissements directs étrangers permettent d'investir dans la gouvernance désormais rentable. Cela se traduit par de meilleurs rendements agricoles, un meilleur accès aux marchés et des prix plus avantageux. La plupart des pays d'Afrique ont déjà adopté une réglementation reconnaissant les droits fonciers coutumiers et garantissant les droits des femmes à la propriété foncière. Il appartient aux Etats de renforcer davantage ces droits.
- Les technologies de l'information et de la communication peuvent réduire le coût d'administration des terres. En Afrique, un nombre croissant de pays a recours à ces technologies pour réduire les frais de cartographie et de topographie. Ces pays informatisent en outre leurs cadastres afin de réduire la corruption et alléger les procédures administratives.

Une fois seulement les droits de propriété et d'usage clarifiés, des cadastres établis, des solutions comme la *blockchain* pourront être envisagées pour les sécuriser.

Sources :

Makhtar Diop, *Favoriser l'accès des Africains à la propriété foncière pour une prospérité partagée*, 22 juillet 2013.
[http://www.banquemondiale.org/fr/news/opinion/2013/07/22/securing-africa-s-land-for-shared-prosperity].

Transformer l'agriculture, stimuler la croissance et mettre fin à l'extrême pauvreté en Afrique, Communiqué de Presse de la Banque mondiale, Washington, 22 juillet 2013.

Alain Durand-Lasserve, *Regards croisés sur la situation foncière en Afrique*, Comité technique « Foncier & développement », AFD et MAEDI, octobre 2012.
[http://ideas4development.org/enjeux-et-defis-de-la-question-fonciere-regards-croises-sur-la-situation-fonciere-en-afrique/].

David Houdeingar, *L'accès à la terre en Afrique subsaharienne. L'accès à la terre et ses usages : variations internationales*, juin 2009.

Erick Yong

Cheikh-Souleymane Diallo

ENTREPRENEURIAT ET PME

Comment faciliter le financement des start-up face aux difficultés de la bancarisation?

MODÉRATRICE :
- Mme Laurène SENECHAL : Rédactrice en chef - Likasa (France).

INTERVENANTS :
- M. Erick YONG : Fondateur - Green Tec Capital Partners (Allemagne).
- M. Cheikh-Souleymane DIALLO : Senior Investment Manager - AfricInvest (Côte d'Ivoire).
- M. Rachid GADO : Directeur Opération paiement électronique Afrique centrale et de l'ouest Visa - CEMEA Holdings (Sénégal).
- M. Philippe BRIZOUA : Directeur Côte d'Ivoire - BRVM (Côte d'Ivoire).
- M. Florent YOUZAN : Directeur général - LAB Innovation Afrique (Sénégal).

Les innovations en matière de renforcement de l'inclusion financière des jeunes entreprises à fort potentiel de croissance en Afrique francophone

OUVERTURE TABLE RONDE :
- Christian KAMAYOU : Fondateur - MyAfricanStartUp (Cameroun).

MODÉRATEUR :
- Franck BERTHOD : Président - Antilope Capital (France).

INTERVENANTS :
- M. Didier LOGON : Administrateur Directeur général - Compagnie Africaine de Crédit (Côte d'Ivoire).
- M. Alpha NURY : Fondateur - JamaaFunding (France).
- M. Issa SIDIBÉ : Directeur Général - COMOE Capital (Côte d'Ivoire).
- Mme Madji SOCK : Présidente - Women's Investment Club (Sénégal).

Thierry Sibieude

Issa Sidibe

Selon les données de la Banque mondiale, les transferts de fonds formels opérés par les Africains émigrés vers leur pays d'origine se sont élevés à 60 milliards de dollars en 2016. Cette manne financière représente une part substantielle du PIB des pays africains (2,6 % en 2010), tout en restant très variable d'un pays à l'autre. Facilitée par les réseaux sociaux, qui permettent aux familles de mieux communiquer et de mieux connaître les besoins des membres résidant dans le pays d'origine, et boostée par la baisse des coûts de transaction, cette manne est un élément essentiel pour le financement économique local.

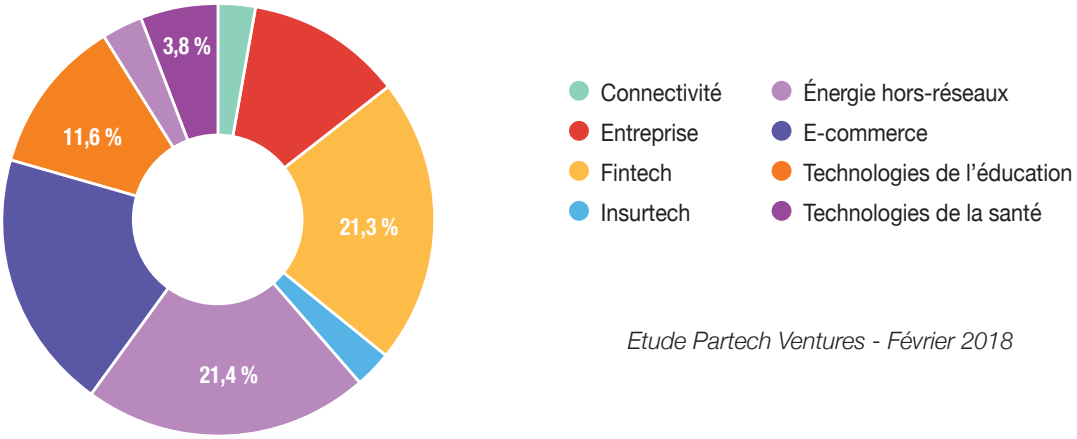
Le boom des start-up en Afrique

Selon une étude menée par le fonds Partech Ventures en 2018, les principales start-up africaines ont attiré 560 millions de dollars d'investissement en 2017, contre 367 millions en 2016 soit une hausse de 53 % par rapport à 2016, et ont été multiplié par 14 depuis 2012.

Trois pays moteurs ont attiré la majorité des investissements : l'Afrique du Sud dont les principales start-up ont reçu 167 millions de dollars, le Kénya avec 147 millions, et le Nigéria avec 114 millions.

Hormis le e-commerce, les secteurs phare d'investissement sont :

- Le secteur *off-grid*, regroupant les innovations combinant énergie solaire et numérique, qui a capté 21,4 % des financements. On constate la montée en puissance d'applications qui démocratisent l'accès à l'énergie avec des solutions agiles de paiement à l'usage ;
- Les « Fintech » : des start-up qui utilisent la technologie pour repenser les services financiers et bancaires et qui représentent 21,3 % des investissements ;
- Les « Edtech » : c'est le numérique au service de l'éducation, qui pèse 11,6 % des investissements ;
- Les services d'aide à la personne qui constituent 7,3 % ;
- Les « Healthtech » : la technologie au service de la santé et qui constitue 3,8 % des investissements.



Etude Partech Ventures - Février 2018

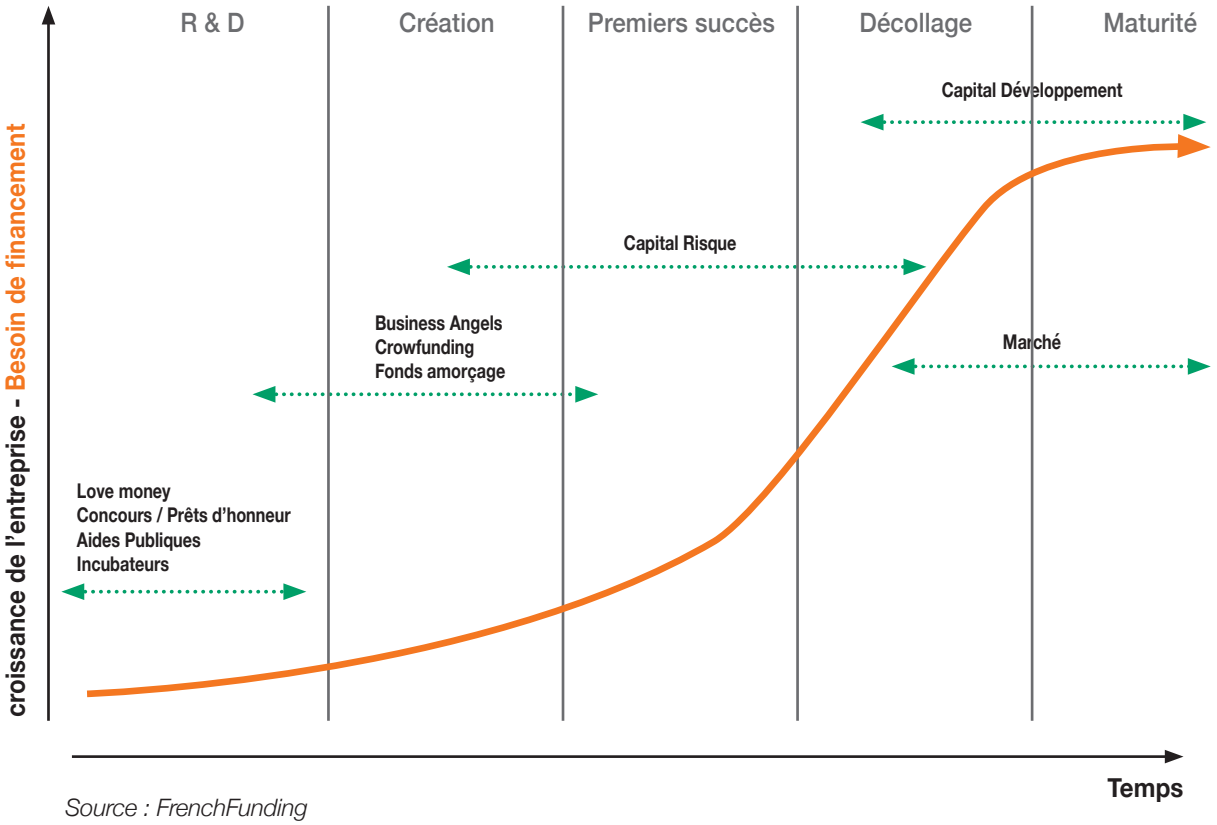
Le financement : un frein au développement des start-up africaines

La sous-bancarisation est un handicap pour les petites entreprises en termes de mobilisation des ressources. Le secteur bancaire est par ailleurs peu adapté au financement des start-up compte-tenu de son aversion au risque et donc de ses réticences à consentir des prêts aux projets comportant un risque. Or par essence, l'activité d'une start-up est innovante, et repose donc sur un modèle peu connu et qui n'a pas forcément encore fait ses preuves, ce qui augmente encore le risque pour le prêteur. Si bien que les start-up n'ont que peu accès au crédit bancaire classique, ou bien à des taux prohibitifs.

Des solutions de financement diverses

Face à cette quasi absence de financement bancaire pour les start-up, plusieurs solutions se développent, selon les besoins inhérents aux différents étapes de la vie d'une start-up. C'est donc à chacune d'entre elles d'aller chercher le type de financement qui lui correspond en fonction de ses besoins.

Typologie des financements durant le cycle de vie de l'entreprise



Source : FrenchFunding

Tous les types de financement mentionnés sur le schéma ci-dessus existent en Afrique, mais à des degrés différents.

Les concours de start-up ou les bourses distribuées, permettent à la fois aux start-up d'avoir des subventions pour réfléchir à leur projet et le formaliser, mais aussi d'accroître leur notoriété, l'un des éléments essentiels pour assurer leur succès.

> **Dans start-up, le "up" est plus important que le "start" ».**
>
> **Christian Kamayou** - Fondateur - MyAfricanStartUp.

Le recours aux « *business angels* » est encore en développement en Afrique mais prend de l'ampleur, notamment à mesure que la philanthropie change de forme. Jusque-là, les personnes riches agissaient plutôt dans une approche caritative. Dorénavant, ces *business angels* appliquent leurs compétences de business pour investir dans des entreprises à fort potentiel dans des secteurs d'utilité publique (éducation, entrepreneuriat, santé, énergie).

Le secteur du *crowdfunding* (financement participatif) est boosté par le fort taux de pénétration du téléphone portable en Afrique. Les plateformes de *crowdfunding* pourraient capter une partie de la manne financière envoyée par les membres de la diaspora à leur pays d'origine via des transferts d'argent, dont les montants s'élevaient en 2016 à plus de 60 milliards de dollars (Banque mondiale). Les entrepreneurs peuvent désormais développer des projets sur place, en bénéficiant des dons de la diaspora.

Les fonds d'amorçage financent des entreprises qui sont encore à la recherche de capital pour finaliser leur produit ou service et qui n'ont donc pas de chiffre d'affaire. Ces fonds manquent en Afrique, car ce sont les investissements les plus risqués : les entreprises n'ont pas encore fait la preuve de leur concept, et de petites subventions ne leur suffisent pas pour créer leur prototype et tester leur produit ou leur service. Philippe Brizoua, Directeur pour la Côte d'Ivoire de la BRVM, pointe également le manque d'opportunités de sorties pour les potentiels investisseurs, ce qui crée un risque d' « illiquidité » et augmente encore le risque global d'investissement.

Si le microcrédit est évidemment un outil non négligeable en Afrique, le secteur semble arriver à maturité, ce qui pousse les investisseurs à innover. Les microcrédits sont des crédits octroyés par des institutions spécialisées permettant aux personnes qui n'ont pas accès aux prêts bancaires, notamment par manque de garantie, d'obtenir des financements.
Ce concept est suppléé par la **mésofinance** : c'est un carrefour entre la banque et la microfinance qui permet aux PME dont les besoins sont trop élevés pour un établissement de microfinance mais à qui il manque de la formalisation et des garanties pour accéder aux financements bancaires classiques, d'obtenir un financement. C'est ce que propose le fonds sénégalais mis en place par Jean-Luc Konan, fondateur du groupe COFINA, qui vient combler un des chaînons manquants du financement.

Fonds de capital-risque : les fonds de capital-risque interviennent généralement dans la phase intermédiaire pour les start-up présentant des perspectives de vente de leur produit ou service. Ces fonds sont de plus en plus nombreux en Afrique et cherchent à travailler avec des incubateurs du continent. Cela leur permet d'identifier les start-up dans lesquelles investir, et d'assurer un suivi au départ de leurs investissements.
Ces solutions, prises séparément les unes des autres, ne peuvent pas permettre un financement efficace des start-up africaines. Le véritable enjeu est en effet de construire une chaîne de valeur continue, avec des acteurs qui agissent à chacun des stades de déploiement des start-up, et des ponts clairs entre les étapes.
Par ailleurs, un des points cruciaux liés à ces enjeux est que le financement ne se suffit pas à lui-même : la clé pour favoriser le financement des start-up reste de mieux les accompagner, afin qu'elles soient mieux préparées à se rapprocher d'investisseurs et à lever des fonds.

Ainsi, très souvent, les fonds d'investissement doublent leur financement d'un accompagnement renforcé pour développer les compétences des responsables et des dirigeants de start-up. Cela permet alors d'augmenter leurs chances de succès. C'est par exemple le cas lorsque le fonds prend part à la gouvernance d'une

start-up. L'autre stratégie des fonds consiste à se rapprocher des incubateurs dont le rôle est de fournir cet accompagnement individualisé des start-up, agissant donc comme tiers de confiance entre le financeur et l'entrepreneur.

> **« Une autre piste à explorer par les start-up africaines pour augmenter leurs chances d'obtenir des financements est de combiner ces sources pour avoir des financements hybrides ».**
>
> **Thierry Sibieude** - Directeur général - ESSEC Afrique-Atlantique.

Avec des financements hybrides, l'entreprise peut à la fois développer une activité marchande, mobiliser du financement public, du financement privé de mécénat et du financement privé d'investissement. C'est l'esprit de plateformes comme JamaaFunding, qui permettent aux entrepreneurs de récolter de l'argent par l'intermédiaire d'un financement participatif, mais aussi de récolter du temps via du mécénat de compétences.

L'écosystème du financement des start-up en Afrique est donc en consolidation. Les acteurs existent et se diversifient. Il faut maintenant les mettre en réseau afin de fluidifier le parcours de levée de fonds des start-up.

> **« Les start-up gagneraient à être mises en relation avec des PME locales ou des PME internationales qui cherchent à pénétrer les marchés africains ».**
>
> **Erick Yong** - GreenTec Capital Partners (Allemagne).

SOURCES :

La bancarisation, levier du développement socio-économique du Royaume du Maroc, SIA Conseil, mars 2009.
[http://finance.sia-partners.com/la-bancarisation-levier-du-developpement-socio-economique-du-royaume-du-maroc].

Banking in sub-Saharan Africa: Recent Trends and Digital Financial Inclusion, European Investment Bank, novembre 2016.

Nelly Fualdes, « *En 2017, 124 start-up africaines ont reçu 560 millions de dollars d'investissements en capital, selon Partech* », Jeune Afrique, mars 2017.
[http://www.jeuneafrique.com/412257/economie/start-up-africaines-ont-leve-plus-de-360-millions-de-dollars-2016/].

Cyril Collon, *VC funding raised by African tech startups totals record breaking US$ 366.8 million in 2016*, étude Partech Ventures, février 2017.
[https://www.linkedin.com/pulse/vc-funding-raised-african-tech-startups-totals-record-cyril-collon/].

Laurent Chabrut, *Financement innovant des start-up africaines : la mobilisation de l'épargne passe par le digital*, La Tribune Afrique, mai 2017.
[https://afrique.latribune.fr/think-tank/2017-05-30/financement-innovant-des-start-up-africaines-la-mobilisation-de-l-epargne-passe-par-le-digital-725789.html].

Mauro Mecagni, Daniela Marchettini, and Rodolfo Maino, *Evolving Banking Trends in Sub-Saharan Africa, Key Features and Challenges*, Fonds monétaire international, septembre 2015.

Thalia Bayle, *Six solutions pour financer les start-up africaines*, Le Monde Afrique, 11 avril 2017.
[www.lemonde.fr/afrique/article/2017/04/07/six-solutions-pour-financer-les-start-up-africaines_5107578_3212.html].

Douglas Mbiandou

AFRICAN RETHINK AWARDS

La IIIème édition des African Rethink Awards - ARA - s'est tenue du 1er au 3 décembre 2017, à Abidjan, en parallèle des conférences du Land of African Business.

Cette compétition s'organise autour d'un appel à projets de start-up de moins de 5 ans, portées par des entrepreneurs africains âgés de 30 ans au maximum, développant des produits ou services innovants, s'inscrivant dans une démarche éthique et reproductibles sur le continent africain.

Les ARA visent à détecter les projets innovants qui apportent des solutions aux problématiques économiques, sociales, sociétales et environnementales du continent africain.

L'objectif est de valoriser leur potentiel, tout en favorisant le support et l'accompagnement nécessaires à leur développement pérenne. Plus largement, les ARA entendent encourager l'entrepreneuriat, en particulier chez les jeunes, pour en faire les acteurs majeurs du développement de leurs pays, tout renforçant les économies locales et contribuant à faire fleurir un secteur privé dynamique, au service des besoins des populations.

Sakinatou Balde

Evariste Akoumian (Solarpak), Chams Diagne (Talent2Africa), Douglas Mbiandou (Objis) : trois exceptionnels porteurs de projets pour la formation et l'intégration économique en Afrique

A sa manière, chacun de ces trois entrepreneurs œuvre pour le développement de l'éducation, de la formation et des capacités économiques en Afrique.

Evariste Akoumian (Solarpak) a mis au point un sac équipé de panneaux solaires, d'un port USB et d'une lampe LED pouvant s'y brancher. Destinés aux enfants, la batterie et les panneaux équipés sur le sac permettent aux enfants ne bénéficiant pas d'un accès régulier à l'électricité de pouvoir s'éclairer pour pouvoir travailler chez eux. Repérée comme une solution originale et efficace, Solarpak a séduit le ministère de l'Education ivoirien ainsi que de nombreuses organisations et fondations internationales.

Chams Diagne (Talent2Africa), fort de son expérience en France au sein de la plateforme Viadeo, a décidé de consacrer son savoir-faire au marché du travail africain à travers son nouveau réseau social professionnel : Talent2Africa. Cette plateforme africaine de cooptation permet de mettre en relation des individus à des offres d'emploi, en s'appuyant notamment sur les membres de la diaspora afin de pallier le manque de candidats qualifiés sur le continent.

Douglas Mbiandou (Objis) a lancé le programme « 10 000 codeurs » pour anticiper, préparer et mettre en œuvre la révolution numérique du continent. En formant d'ici 2025 plus de 10 000 candidats aux métiers du numérique, Douglas entend favoriser l'intégration économique des femmes et des jeunes, permettant à l'Afrique de devenir un véritable hub numérique.

Cette année, ce sont près de 380 candidatures qui ont été soumises à l'organisation des ARA. 65 entrepreneurs ont été entièrement pris en charge pour se rendre à Abidjan, afin de « pitcher » leur projet et concourir pour les cinq prix proposés.

Après une journée de formation dans les salons VIP de l'aéroport Mohamed V de Casablanca, les jeunes entrepreneurs en transit, se sont envolés pour Abidjan.

Liste des Prix :

- **Grand Prix**, décerné par Royal Air Maroc.
- **Prix de l'Agri-Tech**, décerné par Société générale.
- **Prix de l'Entrepreneuriat féminin**, décerné par Canal + International.
- **Prix de la meilleure Start-up ivoirienne**, décerné par Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM) d'Afrique de l'Ouest.
- **Prix de la meilleure Start-up francophone**, décerné par l'Organisation internationale de la Francophonie.

Sidi Tiemoko Toure

Les projets présentés relevaient de plusieurs domaines parmi lesquels : Agri-Tech, NTIC, services, énergie, santé, mobilité, fintech, éducation.

De nombreux projets partent de besoins réels et non satisfaits des populations ou entreprises du continent. Face aux problèmes qui les entourent, les entrepreneurs s'ingénient à trouver des solutions pour répondre à ces besoins, donnant naissance à des start-up dynamiques et pertinentes pour le développement du continent : distribution d'accès Internet dans les zones reculées où les opérateurs ne s'aventurent pas (Fiyen - Mali), construction d'habitat touristique éco-conçu (Ecodome - Maroc), réseau social éducatif pour encourager le e-learning (Yoobit - Côte d'Ivoire), service pour faciliter les déclarations de naissance en ligne pour éviter les enfants non déclarés par négligence (ITD - Côte d'Ivoire), plateforme de vente de produits agricoles pour éviter la perte des productions faute d'accès aux marchés (Agrocenta - Ghana), outils d'aide à l'investissement agricole à travers des analyses et indicateurs financiers (Invia Farms - Burkina-Faso), etc.

Nombreuses sont les solutions qui relèvent également de la fintech, pour permettre l'accès au paiement (Semoa - Togo), au transfert d'argent (Namcredit - Togo, Vugapay - Rwanda), mais aussi au crédit (Scash Payment - Côte d'Ivoire), notamment participatif (Farmcrowdy - Nigéria), ou à l'assurance à des populations non bancarisées.

La remise des prix a eu lieu le dimanche 3 décembre, en présence des représentants de chacun des partenaires, et de M. Sidi TIEMOKO TOURE, ministre de la Promotion de la Jeunesse, de l'Emploi des Jeunes et du Service civique de Côte d'Ivoire.

Les lauréats ont reçu un soutien financier de 2000 € pour le Grand Prix et 1500 € pour les quatre autres prix, ajouté à un encadrement d'un an, estimé à 15 000 € par gagnant.

Cet accompagnement sera dispensé par Gala PARICHEVA (Cabinet Oolith), avocate spécialiste de la protection intellectuelle pour la protection des marques, par Grace MALENDA coach spécialisée pour les questions de prestance et de présentation publique, par Hermann KOUASSI (Incub'Ivoir), pour une sensibilisation aux questions d'intelligence économique, par Douglas MBIANDOU (Objis), pour une participation au programme « 10 000 Codeurs », par Fortuné AHOULOUMA et Fabien LAWSON (LABS-NS), pour un suivi juridique.

Les ARA ont également pour objectif d'insituer des rencontres entre les acteurs du développement économique et social du continent africain. Le format des Rencontres du LAB, sur trois jours, alternant conférences, ateliers de formation, pitchs, s'avère propice aux échanges et à la mutualisation de Best Practices.

Les ARA 2017 ont également permis au jeune béninois, Gildas ZODOME (Bio Phyto Collines), de conclure un partenariat avec le fonds d'investissement allemand, GreenTec Capital Partners, dirigé par Eric YONG, qui participera à sa levée de fonds en apportant un financement de 300 000 euros.

Edoh Kossi Amenounve et Philippe Brizoua

LES LAURÉATS ARA 2017

Ange Frederick BALMA - Lifi Led - Côte d'Ivoire

Lifi Led - Ange Frédérick BALMA

Dispositif de transmission par la lumière de données et contenus multimédias, qui vise à donner accès à Internet et à la télévision aux populations des zones rurales enclavées - Côte d'Ivoire.

GRAND PRIX

Ange Frédérick Balma & Sanaa Tazi

Gildas ZODOME - Bio Phyto Collines - Bénin

1er : Bio Phyto Collines - Gildas ZODOME

Production et commercialisation d'engrais et pesticides biologiques, fabriqués à partir de produits naturels - Bénin.

2ème : Farmcrowdy - Tope OMOTOLANI

Plateforme de mise en relation et de parrainage de fermes par des particuliers - Nigéria.

3ème : Tech-Innov - Souleymane ROUFAI KANE

Entreprise sociale de promotion des innovations en milieu rural - Niger.

PRIX AGRI-TECH

Gildas Zodome & Florent Youzan

Tope OMOTOLANI - Farmcrowdy - Nigéria

1er : Farmcrowdy - Tope OMOTOLANI

Plateforme permettant à des particuliers de parrainer des fermes, à qui ces fonds permettront de se développer - Nigéria.

2ème : Afrodict - Masha AKRE

1ère plateforme numérique de réservation de services de beauté et bien-être - Côte d'Ivoire.

3ème : Idyr - Amal KENZARI

Entreprise sociale de fabrication et commercialisation de produits faits à la main par des femmes artisanes en dépendance financière - Maroc.

PRIX DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

Lauréate représentée par Sofien V. Sidhoum de GreenTec Capital Partners

PRIX DE LA MEILLEURE START-UP IVOIRIENNE
Samuel GBEKON - Young Power - Côte d'Ivoire

1er : Young Power - Samuel GBEKON

Lutte contre les pertes considérables subies par les producteurs d'hévéa lorsque les eaux de pluies se mélangent au latex dans les tasses qui le recueillent, Samuel invente un dispositif en plastique qui permet de protéger ces tasses - Côte d'Ivoire.

2ème : Lifi Led - Ange Frederick BALMA

Dispositif de transmission par la lumière de données et de contenus multimédias - Côte d'Ivoire.

3ème : Grainothèque - Daniel OULAI

Application mobile de diagnostic agricole et d'identification des maladies des plantes - Côte d'Ivoire.

PRIX DE LA MEILLEURE START-UP IVOIRIENNE

Samuel Gbekon & Edoh Kossi Amenounve

PRIX DE LA MEILLEURE START-UP FRANCOPHONE
Daniel OULAI - Grainothèque - Côte d'Ivoire

1er : Grainothèque - Daniel OULAI

Renforcement de la productivité de l'agriculture paysanne durable et a développé une application mobile de diagnostic qui permet aux agriculteurs de reconnaître et déterminer les maladies dont sont victimes leurs récoltes - Côte d'Ivoire.

2ème : Fiyen - Mahamadou DIABY

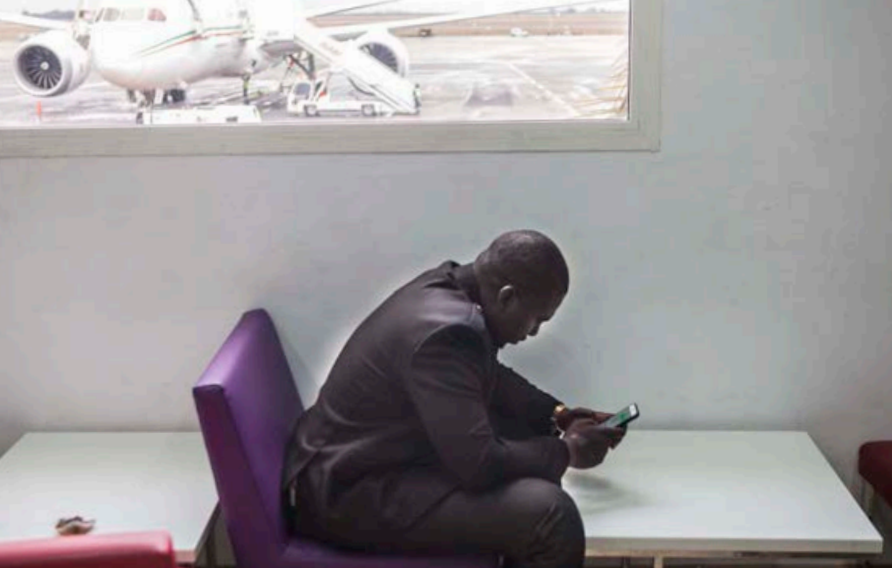
Solution d'accès à des réseaux Wi-Fi sécurisés pour les particuliers ainsi qu'en accès public - Mali.

3ème : Triton - Jean-Philippe HOUSSOU

Service de lavage de voitures à domicile avec une quantité d'eau limité et un savon biodégradable - Bénin.

PRIX DE LA MEILLEURE START-UP FRANCOPHONE

Mahamadou Diaby & Jean-Philippe Houssou



Othmane Bekkari

Focus

Start-up in the Airport

Royal Air Maroc, transporteur officiel du LAB 2017, organisait, le jeudi 30 novembre, avec le concours de l'ESSEC Afrique-Atlantique de Rabat et de nombreux mentors marocains, une journée de formation dédiée aux start-up en transit pour Abidjan. Réunis dans l'un des salons VIP de la RAM à l'aéroport de Casablanca, les jeunes entrepreneurs venus de tout le continent africain, ont été accueillis par Othmane BEKKARI, directeur du Pôle Client de Royal Air Maroc. Etonnés et comblés, ils ont bénéficié d'une session de formation au pitch, dispensée par Medhi Alaoui et Amrani Omar de La Factory. Ils sont ensuite passés à l'action, et ont pu recueillir les retours des membres de la RAM, associés aux professeurs de l'ESSEC présents. Grâce à ces précieux conseils, les entrepreneurs ont pu améliorer leur pitch pour la finale d'Abidjan.

Après le déjeuner une conférence sur la communication et le leadership leur a été dispensée. Ces futurs leaders du continent africain ont ensuite bénéficié d'une session de formation par les professeurs de l'ESSEC Afrique-Atlantique. Par la suite ils ont échangé avec deux entrepreneures marocaines, Hanane Rifai, fondatrice de Hydrobarley, et Soukeina Hachem, fondatrice de l'agence Shape Design, et enfin, avec Thierry Sibieude - Directeur général de l'ESSEC Afrique-Atlantique – qui leur a proposé une formation théorique sur le business plan social.

A la suite de ces sessions, les jeunes entrepreneurs ont dû formaliser leur vision, leur mission, et leurs objectifs, trois éléments clés pour constituer la charte de leur entreprise.

Accompagnement des start-up par l'OIF

Si l'Organisation internationale de la Francophonie est principalement connue pour ses actions culturelles, ce n'en est pas moins un acteur émergent dans le domaine de l'entrepreneuriat. Alors que les moins de 30 ans représentent aujourd'hui 70 % de la population d'Afrique subsaharienne et 60 % des chômeurs, et que 86 % des femmes ont un emploi précaire, l'OIF met en place des programmes économiques pour pallier cette situation.

L'un de ces programme poursuit ainsi l'accompagnement à l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes en Afrique subsaharienne francophone, afin de les intégrer à l'activité économique et à réduire les inégalités et l'exclusion sociale. Pour ce faire, l'OIF :

- Soutient des incubateurs régionaux jouant un rôle central dans l'accompagnement stratégique et financier des jeunes entreprises ;
- Appuie le renforcement de l'environnement entrepreneurial (institutionnel et législatif notamment) ;
- Favorise les échanges d'expérience et les bonnes pratiques entre entrepreneurs à travers des rencontres et des plateformes dédiées.

> **Nous cherchons à définir là où nous pouvons avoir de la valeur ajoutée, nous prenons le temps de nous insérer dans ce secteur en nous renseignant sur les besoins réels ».**
>
> **Sakinatou BALDÉ** - Directrice de la francophonie économique et numérique/Spécialiste des programmes du secteur privé.

RECOMMANDATIONS FINALES

ECONOMIE ET ENTREPRENEURIAT

FAVORISER LE DEVELOPPEMENT DES PME EN AFRIQUE

L'entrepreneuriat est traditionnel en Afrique, une grande partie des populations africaines, femmes en tête, a une activité d'entrepreneur, pour l'immense majorité dans le secteur informel. Les entrepreneurs africains sont néanmoins limités dans leur expansion par un déficit de compétences, un manque d'accès au financement ainsi qu'à un accompagnement, mais aussi par l'absence d'un système régulateur et juridique fiable.

Réformer la gouvernance. Le développement de l'entrepreneuriat ne peut se faire sans un encadrement légal et une régulation étatique :

- Doter les économies nationales d'un cadre législatif et réglementaire ;
- Simplifier et adapter les démarches administratives aux réalités de l'entrepreneuriat africain ;
- Engager une harmonisation au niveau régional voire continental pour mieux permettre le développement multinational des entrepreneurs ;
- Fournir un accompagnement et un suivi juridique à ceux qui s'engagent à sortir de l'informel.

Note : pour plus d'informations sur les aspects réglementaires, l'harmonisation juridique et le droit OHADA, voir le Livre blanc de la 1ère édition du LAB en 2015.

Permettre la transparence. Il faut d onner aux entrepreneurs les moyens de rassurer leurs prêteurs :

- Mettre en place un système d'information sur la solvabilité des emprunteurs ;
- Améliorer le fonctionnement des registres de crédit ;
- Créer des fonds de garantie pouvant couvrir la prise de risque des prêteurs ;
- Développer les politiques publiques pour les prêts d'amorçage.

Augmenter l'accessibilité et la qualité des services bancaires. Face à l'explosion de la digitalisation, la pertinence et l'adaptabilité de l'offre des banques aux besoins des populations et du marché sont remises en question :

- Prendre en compte la spécificité des enjeux économiques des pays d'implantation ;
- Sensibiliser les populations, à travers des politiques publiques notamment, à la pertinence de l'épargne et de la bancarisation ;
- Améliorer l'accessibilité des services bancaires, en particulier en zone rurale, en s'appuyant notamment sur les nouvelles technologies.

Diversifier les sources de financement.

- Favoriser le développement des institutions non bancaires (comme les assurances ou les coopératives de crédit) ;
- Développer les institutions de microfinance et de mésofinance ;
- Développer des politiques publiques pour les prêts d'amorçage.

METTRE EN PLACE UN ECOSYSTEME DE CROISSANCE POUR LES PME

Les entrepreneurs africains peinent à faire grandir leurs projets par manque d'accompagnement. Un meilleur accès aux compétences et à l'information leur permettrait de mieux convaincre les investisseurs.

Créer une chaîne de valeur continue :

- Développer des programmes d'accompagnement des entrepreneurs afin qu'ils puissent construire un modèle économique viable ;
- Multiplier la création d'incubateurs pour start-up, réels gages de valeur ajoutée ;
- Mettre en réseau les acteurs de financements pour fluidifier la croissance d'une entreprise.

Informer les acteurs de l'actualité de leur secteur :

- Publier des rapports économiques (sur les opportunités technologiques et financières notamment) ;
- Sensibiliser aux techniques de vente, de commercialisation et de communication ;
- Informer des modalités d'accès aux financements ;
- Organiser des événements favorisant les rencontres des acteurs d'un même secteur.

Le développement et l'adoption de modes de management adaptés aux spécificités économiques, sociales et culturelles du continent africain, est crucial. Ils peuvent être conçus en Afrique ou importés d'autres continents si l'on prend la peine de les repenser pour les adapter au contexte local. Leur transmission aux entrepreneurs locaux est par la suite nécessaire, notamment dans les PME, afin de sortir d'une démarche souvent trop attentiste.

DEVELOPPER ET MODERNISER L'ADMINISTRATION FONCIERE

L'agriculture représente encore plus de 20 % du PIB africain, mais la régulation foncière défaillante est un frein aux investissements.

- Sensibiliser, éduquer et informer les populations rurales du bénéfice d'une gouvernance foncière régulatrice ;
- Renforcer les droits fonciers et réformer les résidus inégalitaires (accès encore fragile des femmes et des jeunes notamment à la propriété foncière) ;
- Créer des cadastres locaux fiables, puis les agréger au niveau national ;
- Développer l'usage administratif des technologies de l'information et de la communication qui permettent de réduire le coût d'administration des terres et de sécuriser ces informations.

TECHNOLOGIE

ACCROITRE LA BANCARISATION SUR LE CONTINENT A TRAVERS LES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES.

Le numérique a conquis l'Afrique à grande vitesse. Internet se diffuse plus rapidement et plus équitablement que la richesse mondiale, malgré de fortes disparités persistantes. 82 % du continent est couvert par un service de paiement mobile, un atout dont l'Afrique pourrait mieux profiter :

- Investir davantage dans les infrastructures digitales, en particulier en zones rurales ;
- Développer la compatibilité des transactions de *mobile money* entre opérateurs mobiles et d'un pays à l'autre ;
- Développer l'usage de la *blockchain* et des cryptomonnaies en Afrique en sécurisant les données personnelles ;
- Sensibiliser les populations à leur utilité (sécurisation des données, absence d'intermédiaire).

SOCIÉTÉ

ŒUVRER POUR L'EMANCIPATION PROFESSIONNELLE DE LA FEMME AFRICAINE

- Améliorer l'accès à l'éducation des jeunes filles ;
- Mettre en place un plan d'action permettant l'amélioration de l'accès des femmes aux ressources foncières ;
- Démocratiser l'accès des femmes aux services financiers, améliorer leur sécurité personnelle, leur connexion aux infrastructures, leurs droits juridiques et leur représentation ;
- Œuvrer pour un changement des mentalités mettant en avant une femme émancipée en sensibilisant les jeunes filles dès leur plus jeune âge à travers du tutorat ou la communication sur des modèles de réussite féminins dans les affaires et autrement que comme le pilier de la famille ;
- Changer les pratiques publicitaires en représentant les femmes dans toute leur diversité ;
- Faire prendre conscience aux entreprises de leur responsabilité en tant que créatrices de contenu culturel et de vecteur de l'image des femmes.

METTRE EN PLACE DES PROGRAMMES EDUCATIFS ADAPTES AUX REALITES PROFESSIONNELLES ACTUELLES.

La corrélation entre diplômes et chômage se fait de plus en plus sentir sur le continent, preuve d'une inadéquation des formations professionnelles avec les besoins du marché du travail :

- Mener un travail d'enquête et d'identification des réels besoins et attentes du marché du travail ;
- Faire de la formation aux métiers du numérique un axe majeur de l'éducation au vu des mutations du marché de l'emploi ;
- Favoriser les échanges entre les institutions de formation (écoles, universités) et les acteurs privés (grandes entreprises nationales, entreprises de la diaspora, grandes entreprises internationales) afin de renforcer la formation et de faciliter le transfert de compétences ;
- Développer les compétences permettant de favoriser le changement d'échelle des entreprises informelle et tirer le plus grand bénéfice de l'énergie entrepreneuriale des jeunes et des femmes.

PROTEGER L'INDEPENDANCE JOURNALISTIQUE ET ENCOURAGER LA CRÉATION ARTISTIQUE AFRICAINE

- Créer des synergies entre médias et entreprises pour un journalisme libre et indépendant ;
- Poursuivre l'ouverture à la concurrence des chaînes télévisées privées afin d'encourager la production et la création cinématographique locale créée pour le public africain ;
- Développer des partenariats entre producteurs et distributeurs pour donner l'opportunité aux jeunes réalisateurs de créer du contenu mettant en valeur les pays africains.

Ugastoves5 © EcoAct

Waterfilter2 © Lifestraw

LA DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE DU LAB

Neutralité carbone et engagement durable du LAB

Pour chacune de ses éditions, le LAB affiche une empreinte environnementale neutre.

Partenaire depuis 2015, la société EcoAct accompagne le LAB dans sa politique de compensation carbone et la réduction de son empreinte environnementale, le conseillant notamment dans son choix des projets à fort impact environnemental et social sur le continent africain. C'est la raison pour laquelle nous choisissons chaque année deux projets responsables de compensation carbone, répondant aux objectifs du développement durable formulés par l'ONU, et mis en place en Afrique afin de pallier les émissions incompressibles liées à l'organisation de notre événement.

La IIIème édition du Land of African Business d'Abidjan, a rejeté 152 tonnes d'équivalent CO_2, soit 15 tours du monde en voiture ou 59 A/R - Paris/New-York ou encore les émissions annuelles de 12 français...

En 2017, à l'occasion de cette IIIème édition à Abidjan, et faute de projet certifié en Côte d'Ivoire, le choix s'est porté sur deux projets certifiés par Gold Standard, l'un des standards de certification les plus rigoureux au monde pour l'homologation de projets de compensation carbone volontaire :

- **UgaStoves (Ouganda)** facilite la réduction de la précarité énergétique et de lutte contre la déforestation. UgaStoves permet la production et la distribution de foyers de cuisson améliorés. Le projet compte aujourd'hui **2 millions de bénéficiaires** et permet d'**éviter chaque année le rejet de 36 000 tonnes d'équivalent CO_2** (Teq CO_2), **et la consommation de 140 000 tonnes de charbon**.

IMPACT DU PROJET :

Économique
Social
Environnemental

ECOSCORE :

Ugastoves6 © EcoAct

- **LifeStraw (Kenya)** favorise la distribution de filtres à eau, facilitant l'accès à l'eau potable tout en diminuant le recours au bois de chauffe et permettant la réduction de la mortalité infantile. Le projet a ainsi permis la **création de 1000 emplois** créés localement, la **distribution de 800 000 filtres à eau** (permettant de filtrer en moyenne 18 000 litres) **et l'organisation de 2 700 séances de sensibilisation** dans des écoles kenyanes.

IMPACT DU PROJET :

Économique
Social
Environnemental

ECOSCORE :

Waterfilter9 © Kate Holt

Remerciements particuliers à Jean-Christophe Brard, Jacques Bravo, Maud Chassande Dit Patron, Stella Foka-Matieze, Pierre-Eloi Gay, Elisa Goubet, Sonia Henry, Saloua Ben Loulid, Aliénor Martin-Péridier, Thierry Sibieude, Zakaria Ouzif, Ange Pietri, Anne Vaguet.

royal air maroc

ESSEC BUSINESS SCHOOL

CONTACT

LAND OF AFRICAN BUSINESS

26, avenue Trudaine
75009 PARIS - France
T : +33 9 54 46 59 26
Email : contact@lelab.info

Eric Bazin
Fondateur du LAB
M : + 33 6 27 94 52 01
Email : eb@lelab.info

www.lelab.info
labafrica
LinkedIn