



Sename K. Agbodjinou:
L'Architecture africaine, un
potentiel socio-économique
sous-estimé. p8

ZLECAf : C'est l'affaire de
toutes les entreprises et les
consommateurs africains .
p30

Coaching : Etudiants
d'origine africaines pour
les classes préparatoires
françaises. p32

Magazine

K-WORLD



Bimestriel d'information pour les entrepreneurs Janvier-Février 2021 n°0001

Dossier Spécial

LEADERSHIP & GOUVERNANCE LES MULTIPLES INFLUENCES DU DIRIGEANT

Entretien

Gratien Ahouanmenou | Leadership, Gouvernance et
Sagesses Africaines. p16

Parcours inspirants

Habib N'Konou | L'humain, le travail et l'excellence, sinon
rien. p42

Industrie audio-visuelle

Uzoma Dunkwu | L'industrie de l'animation en Afrique n'est
pas (encore) prête. p55

Mr Gratien Ahouanmenou
(LPP) Le P'tit Poète

GUIDE PRATIQUE DES AFFAIRES AU SÉNÉGAL

OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES ET INVESTISSEURS

Zone CFA, 10.000 Fcfa, Francs : 15 €



ÉDITION 2021





Gratien Ahouamenou - Le P'tit Poète

En couverture

Pour beaucoup, il est Le P'tit Poète (LPP). C'est d'ailleurs ainsi qu'il préfère qu'on le présente. Pour moi, Mr Gratien Ahouamenou est un homme en mission. Il a pris pour lui la charge de transmettre au monde les principes de sagesse d'Ifa. Lorsque je lui ai demandé de m'accorder un moment pour une interview sur les principes du Fa, applicables au monde des affaires et au leadership en particulier, voici ses mots : « J'adhère d'autant plus à votre démarche que c'est exactement la dynamique dans laquelle je suis inscrit depuis 11 années que j'ai découvert la dimension littéraire, éthique et éducative de notre sagesse ancestrale le Fa » [Suite page 16](#)

05 L'éditorial de Nathalie Daouda

06 K-Sôrd, La chronique socio-économique de PDady.

Informations socio-économiques

08 **Société** : L'architecture africaine, un potentiel socio-économique sous-estimé

11 **Etude** : Comment est-ce que les PME/PMI ont survécu à la COVID19 au Bénin ?

Dossier spécial : Leadership & Gouvernance, les multiples influences du dirigeant d'entreprise

14 **14** Être entrepreneur c'est également diriger des personnes, dans un rapport hiérarchique ou non. Comment aborder et réussir ce challenge dans un contexte globalisé ?



En savoir plus sur...

28 **Marketing** : De l'art et de la manière d'accueillir et d'enchanter le client



30 **Géopolitique socio économique** : La ZLECAf c'est l'affaire de toutes les entreprises et les consommateurs africains



32 **Coaching** : Un coaching personnalisé pour des étudiants d'origine africaine en classes préparatoires françaises : expériences et témoignages



35 **Logistique santé et environnement** : Dr Sett au Sénégal, traitement des déchets médicaux et entreprise citoyenne



Entretien avec...

37 **Patricia Kakou Marceau** : Elle écrit pour l'émerveillement de nos enfants



38 **René Moundzika** : "Placer l'humain au coeur du management, voilà ma philosophie"



40 **Émilie Tibouté Sama** : Pionnière du Kanvô 2,0 au Bénin



Parcours inspirants

42 **Habib N'konou** : L'humain, le travail, l'excellence, sinon rien



Consommation & Expériences clients

48 **Mode & habillement** : Rubrique thématique à propos des attentes des consommateurs de produits textiles et accessoires de mode d'inspiration africaine.



51 **Foodies & Co** : Rubrique thématique à propos de la gastronomie africaine, afro-fusion et les avis des consommateurs.



54 **Art & culture** : Rubrique thématique sur l'offre culturelle et artistique africaine.



Le magazine K-World est édité par ND

Consultant Group :

Siège social : 8 rue Allard - 94160 Saint Mandé (France)

Téléphone : +336 80 26 06 67

Email : redaction@kworldmagazine.online

Directeur de la publication / Rédaction

Nathalie Daouda **Email** : ndaouda@nd-consultant-group.com

Abonnement

Service abonnement magazine K-World

Email : abonnement@kworldmagazine.online

Communication et publicité

Régie publicitaire du Magazine K-World

Email : regie@kworldmagazine.online

ISSN 2741-8251-02

GUIDE PRATIQUE DES AFFAIRES AU SÉNÉGAL OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES ET INVESTISSEURS

Le Guide Pratique des Affaires au Sénégal réunit les informations consolidées de nature économique, juridique, fiscale et financière, très pratiques pour outiller tout entrepreneur et investisseur désirant développer des activités sur le territoire. L'enjeu pour chacun est d'accéder rapidement à des informations précises, fiables et utiles sur l'environnement dans lequel il entreprend, de même que la réglementation qui le gouverne. Ainsi, ce guide répond à ces principales questions en cette première édition!

Disponible en téléchargement



<https://www.librairienumeriqueafricaine.com/node/10029>



EDITORIAL :

"Je suis parce que nous sommes"

En tant que cheffe d'entreprise, je me pose souvent la question de mon rôle et de mes responsabilités en tant que citoyenne, au sein de ma communauté de vie et de ma communauté professionnelle. Lorsque je travaille, est-ce que je parviens à demeurer fidèle aux valeurs que je défends dans mon cadre privé et social ? Quel exemple je donne aux personnes avec lesquelles j'interagi ?

J'en étais là de mes réflexions, lorsque j'ai été confrontée à cette phrase : « Je suis parce que nous sommes ». Il s'agit du principe fondamental de la sagesse Sud-Africaine Ubuntu. Ce principe, revendiqué par plusieurs cultures et groupes de pensée, ressemble pourtant à une utopie, quand on regarde le monde et son état depuis des temps immémoriaux. Chacun l'exprime avec ses mots et sa sensibilité. D'aucun vont parler de « Famille Humaine », d'autre de « Fraternité Universelle ». Mais finalement, peu importent les mots, car ce sont les actes qui déterminent les citoyens que nous sommes en réalité.

Pourquoi citoyens et pas juste « personnes » ?

La Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, proclame tous les êtres humains libres et égaux en droits. Or, dans les faits, rien n'est plus inexact. La version initiale de ce texte n'a-t-elle pas été promulguée en 1789, pendant la traite négrière. En aucun lieu de cette planète, les êtres humains ne semblent pouvoir bénéficier par défaut, de cette liberté absolue et inaliénable. Les déterminants de la liberté et de l'égalité varient selon plusieurs critères. Mais le plus consensuel, à ma connaissance, c'est le critère financier. On serait presque tenté de croire que la quantité d'argent que l'on possède, détermine le niveau de notre liberté. Mais je n'irai certainement pas dans cette direction.

La définition antique du mot citoyen, dit qu'il s'agit de la personne qui a « droit de cité ». C'est-à-dire, qui appartient à une communauté politique dont les membres s'administrent eux-mêmes.

J'ai tendance à préférer parler de droits du citoyen, car le terme « citoyen » implique une action consciente et volontaire dans la démarche d'adhésion à une communauté. Selon moi, la naissance ou l'héritage de valeurs ne sont pas des garanties, ni pour la bonne compréhension de ces valeurs, ni pour leur bonne mise en œuvre. Encore une fois, c'est à travers les circonstances, et dans les actes que les principes et ceux qui les défendent, sont réellement mis à l'épreuve.

« Je suis parce que nous sommes ».

Cette phrase m'a immédiatement interpellée lorsque je l'ai entendue pour la première fois. Car contrairement à l'article premier de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, il ne s'agit ni d'une injonction, ni d'une recommandation. Il s'agit pour moi, d'une affirmation solennelle vis-à-vis de soi-même, et d'un engagement tout aussi solennel envers sa communauté. Car en adoptant le principe structurant de Ubuntu, chaque individu choisit d'ajuster son comportement quotidien selon ce paradigme.

Vous l'aurez compris, c'est avant tout la dimension volontaire et individuelle que je retiens ici. Ubuntu nous rappelle que nous détenons individuellement, à tout moment, le pouvoir de choisir qui nous voulons être

au sein de notre communauté de vie, ou professionnelle.

Communauté et liberté individuelle

Appartenir à une communauté est-il synonyme de perte de nos libertés individuelles, telles que nous le concevons en France ? C'est-à-dire, la liberté comme « principe inhérent à la nature humaine » ?

Je ne pense pas. En fait, je ne vois pas pourquoi. Une vie en communauté n'est pas synonyme de renoncer à ce que l'on est ou à qui on est. Vivre ensemble pour moi, c'est juste, coexister avec les autres. C'est avoir des activités en commun, partager un espace et des ressources avec d'autres. Moi plus l'autre ne signifie pas, moins de moi et moins de l'autre. Moins pour moi et/ou moins pour l'autre. Bien au contraire. Moi plus l'autre, cela donne nous ; une troisième voie, des forces décuplées, des opportunités supplémentaires qui n'auraient pas existé sans notre rencontre.

Et dans le monde de l'entreprise, c'est encore plus vrai. Les entreprises qui fonctionnent en cohérence les uns avec les autres, autour d'un système de valeurs partagées, constituent des écosystèmes puissants et productifs. Tout est ensuite question du type de valeurs qu'elles partagent, et de leur impact sur la société et les citoyens.

Appliquer les valeurs d'Ubuntu dans le monde des affaires, nous permettrait sans doute, nous autres entrepreneurs, d'y insuffler une énergie nouvelle, certainement plus en phase avec les attentes et les besoins des clients et des consommateurs que nous sommes supposés servir et satisfaire. ■ ND

“Moi plus l'autre, cela donne nous ; une troisième voie, des forces décuplées”

* **K-Sôrô** : littéralement **è wa ka sôrô** (**parlons-en** en langue yoruba, parlée au Nigéria, au Bénin et au Togo)

À PROPOS DE ...

Le leadership de la gouvernance

Gouverner c'est prévoir, dit-on souvent pour dire qu'on ne peut espérer gérer les choses sans un minimum d'anticipation, de prospective et de projection, aux fins de suivre une feuille de route préétablie et de mettre en cohérence aussi bien la volonté d'agir que le désir d'atteindre des objectifs précis.

Si la gouvernance était un axiome qui allait de soi, toute personne qui s'y frotterait, s'y piquerait avec un succès certain. Force est cependant de constater que ne gouverne pas qui veut, mais qui en a les capacités.

Capacité à fédérer les ressources autour d'un projet commun : capacité à affecter ces ressources, qui peuvent en impacter d'autres, à des tâches à haute valeur ajoutée, dans une saine et utile émulation : capacité à donner le LA pour exécuter une partition ordonnée dont la mélodie ferait le bonheur de chacun et le bien-être de tous.

"Ne gouverne pas qui veut, mais qui en a les capacités"

N'est-ce pas ce qu'on nomme le leadership ?

En effet, le leadership ne s'improvise pas, il s'incarne ; le leadership ne s'acquiert pas, il se forge, le leadership ne se clame pas, il s'impose naturellement.

Toutefois, il ne peut procéder du hasard ou d'une action du Saint Esprit. Il est la résultante d'un travail de fond, d'une maîtrise certaine du ou des sujets et de la capacité à en parler dans une approche inclusive.

Le leader est la personne qui sait fédérer autour

d'elle, en ayant une connaissance quasi parfaite des ressources qui l'entourent au service du projet commun.

Mais alors un leader est-il un gouvernant en puissance ou le gouvernant se doit absolument d'être un leader ?

Au risque de faire une réponse à la normande, procédons par étape.

Le leader qui se voit en gouvernant, a une ambition, à tort ou à raison. C'est là le moteur de son action et la quintessence de ses projets.

Il émet des idées avec la volonté, secrète ou assumée, d'être le commandant en chef de leur mise en œuvre. Du coup, il doit doter le régiment de son projet de moyens logistiques adéquats pour parer à toute éventualité.

Le leader n'est pas, ni n'a, la solution à tout. Mais il doit l'inspirer, de sorte que celui qui a un problème à résoudre, doit avoir une approche de solution avant d'aller voir le leader. Si non, c'est peut-être lui le problème.

Le leader doit être un catalyseur de talents au service d'une cause, d'un projet et d'une ambition. Ce faisant, il devient naturellement le gouvernant qui se met au cœur d'une action diffuse et pérenne, en étant le garant des actions correctives qui assureront son succès final.

Le gouvernant qui n'est pas un leader, détient la force que lui confère sa fonction mais n'aura



PATRICK DADY

"Le leader doit être un catalyseur de talents au service d'une cause"

jamais le pouvoir induit par son statut. Ainsi, un gouvernant non-leader donnera des ordres mais passera son temps à élaborer des actions correctives qui ne seront pas plus exécutées puisque qu'il n'inspire ni ambition, ni crainte positive : le pouvoir et son exercice ne sont pas naturels chez lui...

Tout ceci pour dire que les porteurs de projets entrepreneuriaux doivent tout aussi bien être leaders que gouvernants. La maîtrise du projet sociétal ne doit souffrir d'aucune faille. Cette maîtrise doit aller de la politique à la sociologie, de l'économie à la psychologie, de l'écologie à la gestion des ressources, du financier à la recherche de partenariats opérationnels...

Le leader doit gouverner son projet de façon optimum afin que son leadership ne souffre d'aucune faille dans son mode de gouvernance.

Le leadership et la bonne gouvernance, et la diaspora

Le leadership et la bonne gouvernance seront

encore plus utiles aux porteurs de projets de la diaspora pour éviter plusieurs écueils, entre autres :

- **La prétention du savoir** : venir de l'étranger n'impressionne plus personne aujourd'hui, l'Afrique est connectée au monde, et ce dernier l'est plus que jamais à l'Afrique. Il n'est donc point question d'une importation inadaptée de savoir mais d'adéquation des méthodes qui ont fait leur preuve à la réalité du potentiel africain.

- **La suffisance du civilisé** : nous avons un peu trop intégré que la civilisation vient toujours d'un ailleurs lié à l'étranger. Si cette idée a pu être véhiculée pendant des années, il est temps de faire de l'afrocentrisme le creuset d'un développement de pensée ouverte sur le monde et prête à le conquérir.

- **L'intolérance face aux pratiques locales** : il y a une différence entre vouloir faire bouger les choses et dédaigner la pratique des locaux. Certes les méthodologies peuvent et doivent évoluer, mais ce n'est pas avec un regard de sachant qu'on y arrive. Il vaut mieux faire dans la compréhension, la conviction et l'adaptation. L'évolution ne doit pas procéder d'une imposition de process venus d'ailleurs mais d'une révolution graduelle de logique locale acceptée par tous.

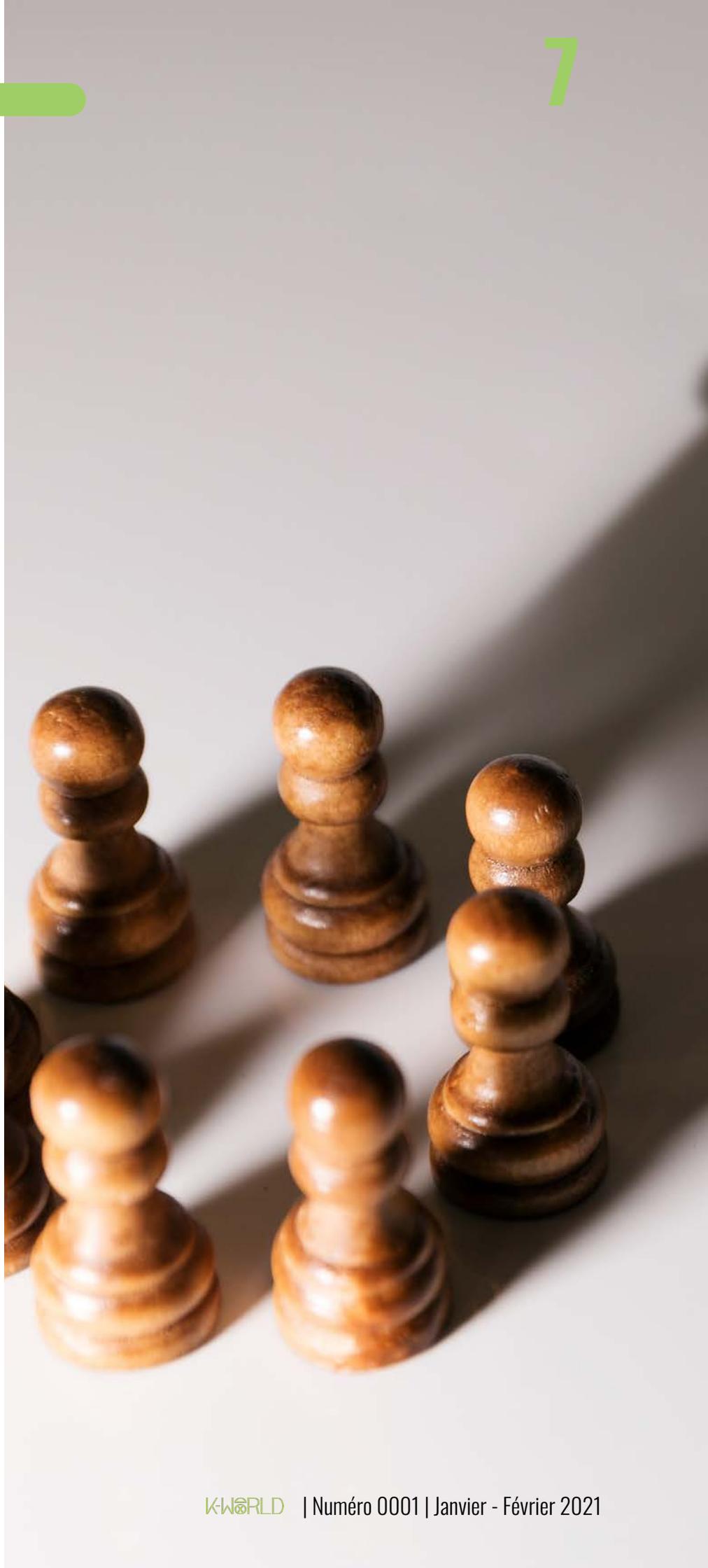
Le leadership de la diaspora consistera, à n'en point douter, à réussir une conciliation des méthodes venues d'ailleurs et des pratiques locales, pour faire éclore des leaders africains dans tous les domaines, afin de gouverner l'énorme potentiel de notre continent.

Les autres savent si bien faire dans leur seul intérêt, quoi qu'ils en disent.

À nous maintenant de faire dans le seul intérêt du K-World, puisqu'il est d'abord à nous et bien à nous.

Leaders africains de tous horizons, nous vous confions notre World, gouvernez-nous avec de nobles vertus et de belles ambitions.

Il n'y a plus K. ■ Patrick Dady





Sename Koffi Agbodjinou

L'Architecture africaine | Un potentiel socio-économique sous-estimé - Entretien avec Sename Koffi Agbodjinou

Architecte, Anthropologue, Fondateur de L'Africaine d'architecture et de WoeLab. Consultant pour petites gens. C'est ainsi que Mr Agbodjinou se présente. Nous avons eu le privilège d'échanger avec lui, sur l'architecture africaine, et le formidable potentiel à la fois sociétal et économique de ce secteur d'industrie.

Je suis architecte de formation, mais j'ai aussi un incubateur dans l'accompagnement et le développement de projets technologiques. Et je suis aussi co-fondateur de quelques startups.

On pourrait penser que vos activités ne sont pas compatibles, mais il y a forcément un lien entre tout cela n'est-ce pas ?

Ce qui me motivait c'était le vernaculaire. L'envie de faire local, qui est peut-être une frustration

depuis très jeune africain, d'avoir l'impression de vivre dans un environnement qui n'est pas du tout africain. Alors que j'avais l'intuition que notre catalogue de formes et de concepts pouvait permettre de développer à la fois des objets et un mode de vie qui pouvaient être très moderne et contemporain, mais qu'on se contentait de tout importer.

Tout notre environnement était occidental. Même venant d'une famille très modeste, il y avait très peu de choses qui étaient africaines, en

réalité, dans ce qui m'entourait.

"Ce qui me motivait c'était le vernaculaire (...) l'envie de faire local"

Donc très vite, je me suis programmé pour essayer d'apporter une réponse à ça.

D'abord en faisant des études de design, puis d'architecture, et d'anthropologie. Donc j'ai monté une association qui s'appelle l'Africaine d'architecture, qui essaie de développer une architecture et un urbanisme « un peu plus africain ».

C'est sur un sujet de la ville que j'ai basculé dans la « tech », parce que je me suis rendu compte que la ville était, aujourd'hui, produite par la technologie. C'est une plateforme qui décide comment on bouge, comment on dort, comment on mange etc...dans la ville.

Et pour avoir une ville africaine, il fallait en fait développer beaucoup de startups africaines. J'ai commencé une activité dans la solidarité numérique, en créant un lieu ouvert à tous, pour évangéliser autour du potentiel des nouvelles technologies. Pour aller nous même au bout de la logique, nous avons commencé à créer ces startups-là qui peuvent avoir un impact sur la ville.

Peut-on dire que vous avez donc totalement basculé dans l'univers de la « Tech » aujourd'hui ?

Non, je suis toujours architecte. C'est même l'activité qui reprend un peu le dessus.

Ce que fait l'Africaine d'architecture, c'est d'essayer de faire des projets qui, un maximum, veulent prendre leurs ressources du lieu de leur inscription ; donc, utiliser des dynamiques locales, des ressources du cru, s'inscrire dans des traditions y compris esthétiques, du lieu-même.

Quel est le profil général de vos clients pour ces projets ?

Ce genre de démarche n'intéresse pas beaucoup les africains eux-mêmes. En tous cas il y a quelques années, les africains n'y étaient pas spécialement sensibles. Ils voulaient avoir leurs maisons plutôt sur le modèle des villas à Miami. Ils n'étaient pas intéressés à construire avec du matériau africain.

Pendant longtemps, j'ai plutôt eu de la commande d'ONG, et d'associations, qui, du moment qu'ils étaient en Afrique, voulaient faire

des choses qui se distinguent. Car tout ce dont je parle a aussi une qualité, c'est que ça fait aussi écologique.

Mais depuis quelques temps, je vois qu'il y a une sorte de changement de perspective, et il y a de plus en plus d'africains, qui, que ce soit pour des projets personnels de leur lieu de vie ou pour des projets un peu plus associatifs, viennent à moi.

Vous avez un rôle un peu pédagogique ou de conseil dans votre travail du coup ?

En architecture oui, forcément. Comme je vais sur des techniques et des concepts qui ne sont pas très vulgarisés, en matériaux locaux... ce n'est pas la culture constructive la plus répandue on va dire.

Donc les gens viennent avec une envie, mais il faut les aider à mieux définir ce qu'ils veulent, leur expliquer mieux ce qu'est le matériau local, ses avantages et inconvénients. Il faut les amener à plus de rigueur aussi. Car souvent les gens se disent « on fait en terre et c'est bon ».

En discutant un peu plus avec eux et en leur donnant des modèles, vous leur faites monter de niveau et ils deviennent plus exigeants dans ce qu'ils demandent.

"Tirer des leçons de l'ancien (...) mais pour développer de la contemporanéité"

Vous avez à cœur de valoriser des modèles d'architectures endogènes.

J'ai à cœur de développer des concepts endogènes. Je ne fais pas du « copié-collé » sur des architectures qui existent déjà. Car ce ne sont pas les mêmes conditions d'occupation. Et puis le monde n'est plus le même.

Mais j'apprends des architectures anciennes. J'ai un certain nombre de procédés pour tirer des leçons de l'ancien, mais pour développer

de la contemporanéité. Il ne s'agit pas faire des bâtiments anciens.

Qu'est-ce que cela change pour les usagers de vos créations ? Et pour le public en général ?

La première chose c'est que ça fait sens. On est en Afrique. Et quand vous avez un bâtiment qui est pensé pour ce contexte et qui, d'une façon ou d'une autre, traduit qu'il tisse au bout d'une longue culture de constructions africaines, il y a quelque chose qui n'est pas tout à fait descriptible. Il y a une intuition. Quand vous voyez, vous savez que ça, c'est plus adapté que ce qui se fait à côté, en ciment, en béton...

Après il y a des choses qui sont mesurables. Normalement, vous faites des économies quand vous faites du matériau local ou de la ressource locale, de la main d'œuvre locale. Vous avez des performances un peu plus élevées sur le plan du confort thermique notamment.

Ce n'est pas visible, même si c'est mesurable, mais vous développez une industrie un peu plus ancrée. Puisque vous n'importez pas tout des industries classiques, avec les lobbies comme le lobby ciment... Et puis il y a un gros apport à l'éducation des gens, avec cette volonté que vous avez eu de ne pas faire comme tout le monde, d'être pionnier dans ce qui devrait être la norme.

Est-ce que dans les structures architecturales, et les modes de vies que vous avez étudiés, vous savez identifier des passerelles entre la culture, la spiritualité et la construction des villes ?

Oui il y a une passerelle très évidente entre la cosmogonie et l'architecture. Des fois même, vous avez des interprétations littérales de la cosmogonie dans l'architecture. Quand vous faites un bâtiment en Afrique, la maison africaine généralement, essaie d'être une sorte de résumé de la cohérence globale. Ce qui se joue dans la cosmogonie se joue dans l'architecture.

Ce serait très intéressant de voir (cette passerelle) dans le Fa. Ce que je veux dire c'est qu'il y a de la computation dans le Fa. Il y a un «

truc » un peu informatique, qui se retrouve aussi dans l'architecture. Le souci avec les populations du Fa, c'est qu'elles n'ont pas une architecture très identifiable.

Car nos populations Adja, Fon, Éwé, Yorouba, ont été en but avec plusieurs invasions, les traites etc... On a très vite abandonné la complexité en architecture, pour tomber dans des architectures plus légères qui pouvaient nous permettre de nous échapper, de ne pas avoir des sociétés trop larges. Ça nous a fait perdre beaucoup de la richesse de l'architecture.

Ce qui aurait pu passer du Fa à l'architecture n'est peut-être plus observable facilement aujourd'hui.

Vous considérez-vous comme un entrepreneur visionnaire ou comme un militant ?

Militant, quand j'étais beaucoup plus jeune. Parce que ce chemin-là n'était pas du tout déblayé. Ça n'intéressait pas beaucoup de gens.

Il n'y avait pas beaucoup d'ouvrages qui s'intéressaient au potentiel de faire africain en architecture. Maintenant ce n'est plus trop du militantisme, parce qu'il y a toutes les ressources. Il y a quelques architectes qui vivent bien en étant sur les mêmes discours.

Je suis plus visionnaire maintenant. Car si le créneau existe aujourd'hui, les gens à mon sens n'exploitent pas réellement à fond le potentiel. Je pense faire partie des quelques-uns qui essaient de montrer qu'en réalité, on peut aller encore beaucoup plus loin. On n'a même pas conscience en réalité de tout ce qu'on pourrait faire.

Sur le plan économique / écosystémique, quelles sont les implications de votre positionnement ?

C'est comme pour tout en fait. Dans tout ce qui est domaine industriel très extraverti, le fait de développer des alternatives un peu endogènes, permet d'embarquer un certain

nombre de personnes dans une économie informelle un peu plus sublimée.

Ça vous oblige à regarder ce que vous avez sous la main. Le champ en termes de créations, d'opportunités est quelque peu infini. Parce qu'en réalité on n'a pas vraiment fait ce travail-là.

A un moment donné, l'Afrique, au moment de basculer dans sa modernité, n'a pas regardé vers elle et a pris une modernité un peu transposée. On n'a jamais réellement essayé d'observer autour de nous et de voir ce qu'on pouvait puiser dans notre environnement, dans ce qui est fondamentalement nos ressources, mais aussi nos cultures, notre relation au monde, pour construire une modernité.

Je parie que sur un plan économique, même si ce n'est pas évident de le défendre comme ça, il y a un certain nombre d'industries, de niches, un vrai potentiel qui pourraient naître.

"Former une ou deux générations de jeunes qui pourraient changer la donne"

Si vous en aviez la possibilité, que feriez-vous pour populariser / vulgariser votre vision ?

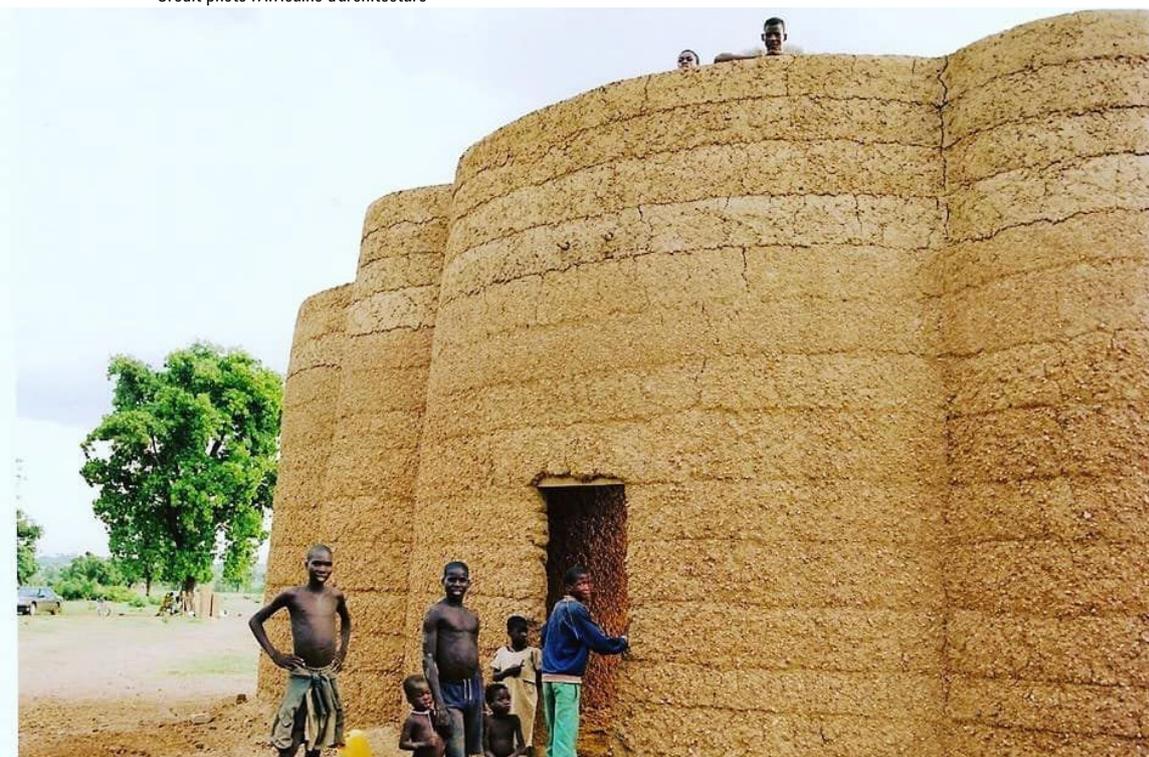
J'ai le projet de créer mon école de design et d'architecture : une sorte d'avant-garde de gens un peu fous, très rigoureux, très radicaux sur ces sujets, et qui pourrait former une ou deux générations de jeunes qui pourraient changer la donne.

Parce que l'architecture c'est quand même les écoles. Les villes, normalement, ont le visage des écoles d'architectures qu'elles accueillent.

Au Togo il a une école panafricaine. C'est pratiquement la seule école d'architecture sur plusieurs pays. Cette école reçoit les meilleurs architectes africains, sur concours. Elle est donc pratiquement en position de décider de la culture architecturale de tous les pays signataires. ■

En savoir plus sur l'Africaine d'architecture <https://www.lafricainedarchitecture.com/>

Crédit photo l'Africaine d'architecture



Thème : Comment est-ce que les PME/PMI ont survécu à la Covid-19 au Bénin ?

Le Bénin s'est distingué de la plupart des pays de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine dont il est membre, par sa gestion de la pandémie qui s'est voulue plus adaptée aux réalités d'une économie largement informelles, où les populations vivent au jour le jour et ne peuvent pas se permettre d'être privées de poursuivre les activités générant leur gagne-pain. Aussi, le pays a maintenu ses frontières terrestres et aériennes ouvertes afin de continuer à desservir les pays enclavés et à continuer d'échanger avec le reste du monde.

Depuis mars 2020, le cabinet T-Ventures¹ documente les effets de la crise sur les PME/PMI au Bénin, et plus précisément dans la capitale économique Cotonou. Outre les difficultés rencontrées par les entreprises qui luttent pour leur survie, l'étude met également en exergue la résilience et la capacité d'innovation dont ont fait preuve ces entreprises. La présente étude de cas suit l'évolution entre avril et décembre 2020 de 78 entreprises dans 10 secteurs d'activité.

Quelles sont les caractéristiques de ces entreprises ?

Les entreprises ayant participé au sondage d'avril et de décembre 2020 sont majoritairement des établissements ayant moins une année d'existence et opérant dans les secteurs listés dans la figure N°3.

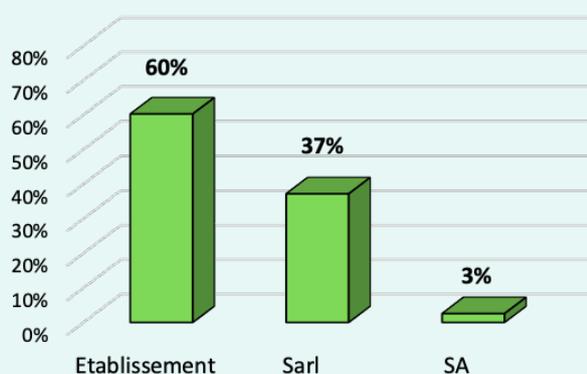


Figure 1 : Répartition des entreprises enquêtées suivant leur statut

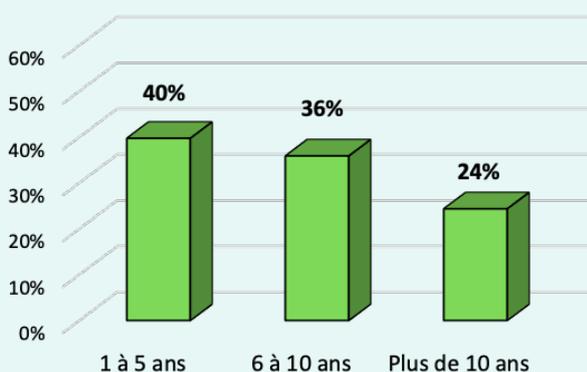


Figure 2 : Répartition des entreprises enquêtées suivant leurs années d'expérience

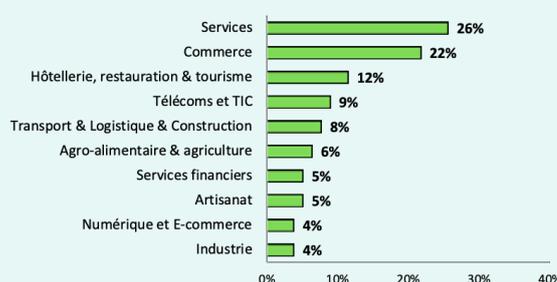


Figure 3 : Répartition des entreprises enquêtées suivant leur secteur d'activité

Comment ont-elles subi la crise ?

La pandémie de Covid-19 a principalement entraîné une baisse de clientèle et de fréquentation pour les PME/PMI et cela bien qu'on note une forme de reprise des prestations et d'événements en décembre par rapport à avril. En effet, ce contraste peut s'expliquer par le fait que le pouvoir d'achat des populations ayant été affecté par la crise, le niveau de consommation a baissé de manière générale.

Par contre, la reprise des événements de l'Etat et de plusieurs prestations notamment en fin d'année redynamise les activités des entrepreneurs et PME/PMI. La difficulté d'importer reste moindre mais elle ne s'est guère améliorée dans le temps. Cependant, les unités industrielles sont plus actives qu'en début de crise.



Figure 4 : Impact de la pandémie Covid-19 sur les activités des PME/PMI

Ainsi, le chiffre d'affaires s'est amélioré pour les entreprises qui avaient initialement subi une réduction de moins de 50% de leur chiffre d'affaires. En revanche, la proportion de celles qui ont perdu plus de 50% de leur chiffre d'affaires a augmenté. Ainsi, il y a plus d'entreprises qui sont en difficultés financières en décembre.

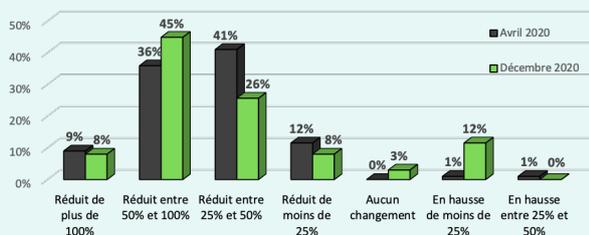


Figure 5 : Impact de la pandémie Covid-19 sur le chiffre d'affaires des PME/PMI

Il ressort que 41% des entreprises intervenant dans les services et le commerce estime que leur situation a empiré depuis le début de la crise ; tandis que près du tiers (31%) de celles dans le commerce et les télécommunications/le numérique perçoit une amélioration. Quant aux entreprises ayant fermé, elles viennent des industries et des services.

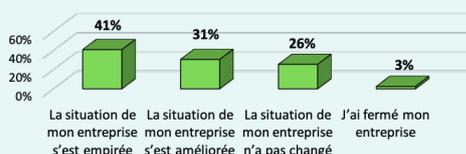


Figure 6 : Impact actuel de la pandémie Covid-19 par rapport au début (Mars/Avril 2020)

Comment est-ce que les entreprises sont parvenues à survivre ?

A l'entame de la crise, un vent de panique a soufflé au sein des entreprises de telle sorte que les PME/PMI qu'elles ont reporté leurs investissements et ont mis un gel sur les recrutements. Elles étaient donc en posture d'observateur pour voir comment les événements se dérouleraient. Toutefois, elles ont progressivement pivoté en attendant diverses formes d'assistance mais comptant toujours sur elles-mêmes d'abord, elles ont mis en place des mesures de fidélisation de la clientèle (réduction de prix, promotion, gratuité de services et vente en ligne), de sécurisation de leur trésorerie (recouvrement de créances par exemple, échelonnement de paiements) et de diversification de leurs produits et services.

Il y a lieu de noter que le plus grand sacrifice qui a été consenti par les entreprises est au niveau des employés qui ont dû être licenciés ou mis au chômage partiel/technique. Cela entraînera sans doute des répercussions

sur le taux de chômage ainsi que sur le pouvoir d'achat des populations non seulement pour les sans-emplois mais également pour ceux donc le chiffre d'affaires de l'entreprise est en baisse.

Par ailleurs, l'autre fait notoire est une plus grande utilisation du numérique par les entreprises du numérique avec notamment le marketing digital et le e-commerce ou les ventes en ligne (y compris via WhatsApp).

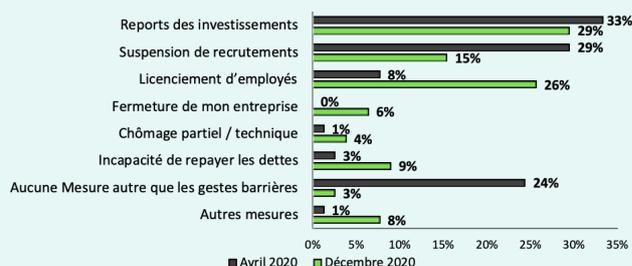


Figure 7 : Mesure la plus drastique pour assurer la survie de l'entreprise



Figure 8 : Priorités pour assurer la pérennité de l'entreprise

Enfin, bien qu'en avril 44% des entreprises pensaient ne pas pouvoir rester ouvertes un mois supplémentaire faute de moyens, elles ne sont que 17% à le penser en décembre. Notons que pendant la période, 3% seulement ont officiellement fermé leurs portes. Cela signifie que non seulement ces entreprises ont pris les mesures nécessaires pour se maintenir à flot mais également qu'elles ont confiance en la reprise économique.

Ces entreprises ont-elles bénéficié d'assistance ?

Sur le plan économique, le gouvernement a adopté en juin puis en août 2020 des mesures d'assistance en fonction de chaque secteur d'activités et d'une estimation des manques à gagner engendrés. Il a ainsi mis en place un plan d'assistance varié incluant d'une part des prises en charges de charges fixes (factures d'électricité, loyers, salaires, etc.) et des exonérations fiscales (TVA, TVM, etc.) ; et d'autre part la facilitation d'accès à des crédits à taux préférentiels pour les entrepreneurs et les agriculteurs. L'octroi de l'aide s'est effectué directement par l'Etat à un quota d'entreprises éligibles pour les exonérations, à la demande des entreprises

notamment dans les secteurs de l'hôtellerie, de la restauration, du voyage et des transports par la soumission d'un formulaire, et individuellement pour les crédits auprès des banques et des institutions.

En avril, 83% des entreprises avaient manifesté un besoin d'une assistance de l'Etat principalement sous la forme de (i) paiement en espèces afin de disposer d'un fonds de roulement ou de capital pour diversifier leurs activités, (ii) moratoire sur les obligations fiscales ou de la CNSS, et (iii) paiement des arriérés dus par l'Etat. Parmi les 9 entreprises (sur les 78 enquêtées) intervenant dans les secteurs de l'hôtellerie, la restauration, les voyages et le transport, 8 d'entre elles avaient manifesté leur besoin pour une assistance de l'Etat, cependant seules 5 d'entre elles ont rempli le formulaire de demande d'assistance notamment parce que les 3 autres n'avaient pas connaissance dudit formulaire ou ont fait preuve de négligence, et une seule a reçu une assistance sous forme d'un virement par l'Etat.

Au niveau des institutions financières, en avril, 18% des entreprises avaient un crédit en place dont 65% affirmaient être en mesure de payer leurs mensualités régulièrement. Cependant, malgré les mesures prises par la Banque centrale permettant aux institutions financières de reporter les échéances de paiement aux PME d'au moins 3 mois, aucune de ces entreprises n'a bénéficié de cette mesure pour la simple raison qu'elles n'ont pas été informées d'une telle facilité par leurs institutions financières.

Par ailleurs, malgré l'annonce en juin puis août de la facilitation par l'Etat d'une mise en place de crédits à des taux préférentiels par les institutions financières aux PME, en décembre, seules 16% des entreprises avaient demandé un crédit auprès d'une institution financière afin de s'approvisionner en matières premières (42%), acquérir des équipements (25%), exécuter des marchés (16%), et fonds de roulement (16%).

Ce manque d'engouement illustre les relations difficiles entre les institutions financières et les PME/PMI avec d'une part les PME/PMI qui ne croient pas aux crédits auprès de ces institutions (faible taux de demande malgré les taux préférentiels) et d'autre part la perception que les institutions financières, notamment les banques, ne sont pas au service des PME/PMI et n'ont pas leurs intérêts à coeur.

Quelles sont les perspectives pour ces entreprises ?

Le Bénin reste un peuple optimiste et avec l'annonce par le gouvernement d'une reprise économique grâce à une croissance de 6%, les PME/PMI expriment également pour la plupart leur confiance en cette reprise. En effet, la moitié d'entre elles affirme que leurs activités vont prendre de l'ampleur très prochainement dont 9% confirme bénéficier de cette reprise. Toutefois, près du tiers (32%) reste prudentes et ne pense pas encore voir le bout du tunnel.

La reprise se fera par les efforts en tandem de l'Etat qui doit stimuler les

secteurs les plus stratégiques de l'économie, favoriser la consommation locale et le choix des prestataires locaux et réduire les délais de paiement aux prestataires ; quant aux PME/PMI, la crise a mis l'accent sur les pratiques de bonne gestion financière, la capacité de diversifier ses activités et d'innover, et l'utilisation du numérique comme levier de développement.

■ Yacine Bio Tchané, Economiste et Gérante du cabinet d'études T-Ventures



T-Ventures est un cabinet d'études et de sondages, de stratégie-conseil, d'investissement et d'accompagnement en Afrique francophone crééé en 2017. Sa vision est de concevoir la finance et la gestion autrement avec des produits et services adaptés à différentes cibles en phase avec les avancées technologiques.

Crédit photo Adobe Stocks 405623391



Les multiples influences du dirigeant d'entreprise dans un monde globalisé

Être entrepreneur c'est également diriger des personnes, dans un rapport hiérarchique ou non. Comment aborder et réussir ce challenge dans un contexte globalisé ?

par **La Rédaction K-World Magazine**
Crédit photos Adobe Stocks

On parle souvent d'adéquation homme-projet. Mais comme pour beaucoup d'expressions dans le milieu des affaires, ce n'est pas toujours parlant pour tout le monde. S'il fallait simplifier la chose, il faudrait comprendre que la personne qui trouve l'idée d'entreprise, n'est pas toujours celle qui a les compétences techniques et/ou relationnelles pour la porter.

Avoir une idée et savoir la porter

Évidemment, on peut toujours se former et acquérir ou renforcer des capacités techniques et comportementales. On peut se faire assister, ou déléguer une partie de ses responsabilités sur des personnes plus disponibles ou compétentes.

Pour autant, certaines personnes qui par ailleurs excellent dans la proposition de solutions innovantes et à fort potentiel de valeur ajoutée, peinent à transformer leurs idées en parts de marchés concrètes. Car savoir formuler une vision et la décliner en actions stratégiques que d'autres vont savoir appliquer, n'est pas une mince affaire. Savoir motiver des tiers à exécuter une tâche avec zèle, peut s'avérer bien plus complexe que la conception de la solution que l'on veut proposer au public.

La simple réalité est sans doute que nous ne sommes pas égaux en matière de capacités managériales.

Avoir un plan et savoir le déployer

On trouve de nombreuses définitions et explications à propos des termes « leadership » et « gouvernance ». Dans le monde des affaires, il s'agit généralement d'identifier les éléments mesurables et ceux moins tangibles, qui contribuent à la performance durable de l'entreprise.

A travers le leadership, on cherche à comprendre ce qui constitue la valeur ajoutée intrinsèque du dirigeant, qui fait qu'il/elle est capable de maintenir ses troupes mobilisées en toutes circonstances, pour produire et être performantes.

Quant à la gouvernance, on suppose qu'elle regroupe les méthodes de planification et de déploiement de la vision définie par les dirigeants et stratèges, dans le but de garantir la rentabilité et la pérennité de l'entreprise sur son marché. Mais est-ce vraiment tout ?

A travers ce premier dossier sur la thématique, nous avons tenté d'explorer différentes pistes qui peuvent commencer à expliquer les éléments qui entrent en ligne de compte dans la construction du schéma de gouvernance d'une entreprise, ainsi que les facteurs innés ou acquis qui alimentent la posture du dirigeant, dans son rôle de leader.

Bonne lecture ! ■



Gratien Ahouanmenou - Le P'tit Poète (LPP)

Leadership & Gouvernance | Gratien Ahouanmenou, les principes d'Ifà et des sagesse africaines.

Pour beaucoup, il est Le P'tit Poète (LPP). C'est d'ailleurs ainsi qu'il préfère qu'on le présente. Pour moi, Mr Gratien Ahouanmenou est un homme en mission. Il a pris pour lui la charge de transmettre au monde les principes de sagesse d'Ifà. Lorsque je lui ai demandé de m'accorder un moment pour une interview sur les principes du Fa applicables au monde des

affaires et au leadership en particulier, voici ses mots : « J'adhère d'autant plus à votre démarche que c'est exactement la dynamique dans laquelle je suis inscrit depuis 11 années que j'ai découvert la dimension littéraire, éthique et éducative de notre sagesse ancestrale le Fa, Ifà chez les Yorouba, Fa chez les Fons et Ifàn chez les Gouns, jusqu'aux Akans du Ghana et de la Côte d'Ivoire ».

Pourquoi associer le leadership, la gouvernance et des considérations d'ordre plutôt culturel ?

Simplement, parce que leadership ou gouvernance sont des principes liés aux

interactions entre les personnes. Nous sommes dans le domaine des sciences humaines, et forcément, les influences culturelles, sociales et même spirituelles, sont présentes,

"La notion de « Famille Humaine », (...) efface de fait, toute forme de barrière entre les personnes."

consciemment ou non.

La « Famille Humaine ».

LPP a tenu à nous expliquer les principes de Ubuntu, sagesse sud-africaine qui veut que ce qui conditionne notre propre humanité, ce soit notre capacité à reconnaître celle de nos pairs : « Je suis parce que nous sommes ». Cela a permis d'élargir le champ de notre questionnement aux autres sagesse ancestrales qui coexistent.

Ubuntu, c'est l'éthique de la solidarité. On est donc plutôt sur un principe de vie, une sorte de code moral : « Comment l'un d'entre nous peut être heureux si l'un d'entre nous est malheureux ? ». Ce sont les valeurs prônées par Ubuntu qui ont été les fondements de la vie et du mode de gouvernance de Nelson Mandela. C'est probablement grâce à cela qu'il est reconnu, au-delà de son prix Nobel de la Paix, comme un des leaders les plus inspirants de tous les temps.

Lorsque l'on s'intéresse aux sagesse ancestrales, ce qu'il faut retenir d'après LPP, c'est la notion de « Famille Humaine », qui efface de fait, toute forme de barrière entre les personnes. Les cultures anciennes asiatiques ou amérindiennes s'en inspirent fortement.

Qu'est-ce que le système Ifà ?

Par rapport à Ubuntu, le Fa c'est "l'éthique de la relation" - Basile Adjou-Moumouni. "D'abord, il importe de savoir que le système Ifà ne se limite pas à l'art divinatoire auquel on le réduit couramment à tort.

Ifà est une réponse à une problématique existentielle, universelle et tripolaire. Celle de la relation de l'homme :

1- à lui-même et à ses semblables - **pôle**

Créatures ;

2- à l'environnement et à la nature - **pôle**

Création ;

3- à l'invisible, au cosmos et au divin - **pôle**

Créateur.

Système éthique et holistique, Ifà se décline en 3 volets.

1- **Sagesse et Éducation**, comme éthique du pôle Créatures.

2- **Écologie et Pharmacopée**, comme éthique du pôle Creation.

3- **Divination et Spiritualité**, comme éthique du pôle Créateur. Portant une morale de compassion, basée sur la tempérance et l'humilité, l'équité et la solidaire fraternité ; c'est dans ce volet que les cultes vodoun prennent leur place.

L'avantage du système Ifà, c'est qu'on peut le décrire et l'expliquer de façon claire et accessible, logique et concise."

culturels. « Or, nous sommes les garants de la Famille Humaine. L'Individualisme, l'esprit de domination ce n'est pas nous fondamentalement ».

LPP déplore le fait que les valeurs et principes essentiels des cultures telles que Ubuntu ou le Fa, aient été très peu valorisées au fil des siècles. Elles sont même méconnues par la plupart des jeunes générations africaines et afro-descendantes.

Pour lui, et de nombreux observateurs de nos sociétés, le monde globalisé dans lequel nous vivons aujourd'hui a pour effet notoire, une confrontation parfois dévastatrice entre les différents systèmes de valeurs et les cultures. En effet, certains groupes de la grande famille humaine, tentent d'imposer par tous les moyens, une hégémonie culturelle à d'autres groupes. Ainsi, les peuples les moins conquérants, se

retrouvent confrontés à ce que l'on appelle, l'épistémicide de leurs cultures. C'est en termes simples, la mort lente des autres savoirs, sous la domination d'un ou plusieurs autres systèmes forts qui s'imposent comme étant la norme.

Sans nécessairement en avoir conscience, nous sommes tous confrontés à cette « guerre » des cultures et des systèmes de valeurs. En l'occurrence, et en ce qui concerne les sagesse africaines, dans la cité comme dans le cadre professionnel, adopter des comportements inspirés de ces sagesse demeurent des attitudes qui font (encore) débat, aussi bien sur le continent qu'en dehors.

Je l'ai évoqué plus haut, LPP est un homme en mission. Nous avons donc voulu savoir comment ses interlocuteurs réagissaient lorsqu'il abordait son sujet de prédilection.

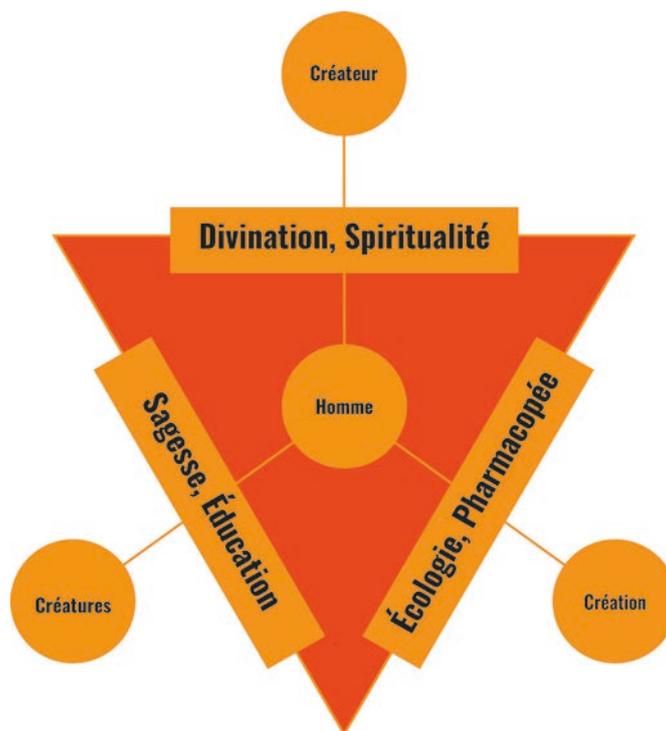


Diagramme tripolaire d'Ifà - LPP

Connais-toi toi-même...

Pour LPP, « l'africain qui est imprégné de philosophie africaine, agit instinctivement dans un esprit de solidarité, un esprit communautaire. Mais nous ne les mettons plus en pratique du fait des importations d'autres modèles socio-



« La prise de conscience d'une sagesse africaine suscite des réactions très particulières : il y a ceux qui ne veulent rien savoir. Il y a ceux qui entendent d'une oreille mais n'ont pas le courage de sortir du modèle dominant. Une minorité réagit avec force. Une infime minorité se positionne dans une dynamique de transmission, et pose des balises pour guider celles et ceux qui se réveilleront tôt ou tard. Mais dans la grande majorité des cas, ce sont les circonstances qui obligent les plus sceptiques à reconnaître ces vérités ».

Il faudrait sans doute de vastes et ambitieux programmes nationaux, portés par les États concernés, pour organiser la réappropriation et la vulgarisation de ces principes au niveau des populations.

Des pays tels que le Burkina Faso de Thomas

Sankara, l'Afrique du Sud de Nelson Mandela ou le Rwanda de Paul Kagamé s'y sont essayés, avec les succès que nous leur connaissons.

**"Quelle que soit ta force, agis pour la paix avec tempérance !
Humain, qui que tu sois, avec conscience, pratique l'équité !"**

Mais en attendant, nous avons voulu savoir si

ces valeurs étaient compatibles avec le monde des affaires, et le cadre professionnel en général.

Culture et développement

« Quelle que soit ta force, agis pour la paix avec tempérance ! Humain, qui que tu sois, avec conscience, pratique l'équité ! » - Sagesse Ifà dans l'idéogramme Lete-Gbe (13-01) - LPP

Le monde des affaires en dehors des communautés fermées, obéit à des règles dites internationales. Mais elles sont en réalité essentiellement issues des cultures occidentales. Ce sont des règles réputées « laïques » et dépourvues de notions ésotériques. Il est donc quelque peu incongru, dans notre cadre désormais globalisé, d'introduire par exemple des notions de spiritualité dans une discussion professionnelle.

Pour autant, lorsque l'on y regarde de plus près, les références à l'invisible ne sont jamais loin. En Angleterre par exemple, certains jours sacrés du calendrier chrétien, sont pudiquement devenus des « jours de banque ». On les appelle ainsi car ce sont des jours où les banques ferment leurs portes et ne font aucunes transactions. Les banquiers aussi fêtent Noël avec leurs familles...

En France, par exemple, on parle de séparation du clergé et des affaires de l'État dès 1795. Les hommes et les femmes politiques s'émancipent de la tutelle des religieux. Les valeurs dites « morales », sont remplacées par les valeurs dites « républicaines ». Pour autant, le dimanche est un jour de repos obligatoire, républicain, et le « jour du Seigneur » pour les croyants qui vont à l'église. Ceci n'est évidemment pas une coïncidence...

Ceci pour dire que l'espace public et les dispositifs de fonctionnement socio-économiques modernes, y compris dans les pays dits « laïcs », s'appuient aussi sur des principes culturels qui peuvent relever du spirituel. Pour autant, lorsque l'on aborde le sujet du Fa dans le monde des affaires, il est probable que cela n'ait aucun sens pour une partie d'entre nous entrepreneurs. Mais pour d'autres, c'est une base structurante sans laquelle ils/elles ne sauraient fonctionner.

Selon LPP, l'un des effets significatifs de la colonisation francophone, « c'est la distance que nous avons appris à prendre avec ce fondement (le Fa) de nos civilisations ouest-africaines en particulier ». Il souligne notamment, « la puissance dé-structurante pour notre équilibre sociétal, de nos éducations extraverties qui ont de manière systémique installé la diabolisation de cette culture, au profit de celle dite judéo-chrétienne. »

C'est un livre du Dr Basile Adjou-Moumouni, "[Le Code de vie du primitif : Sagesse africaine selon Ifà](#)", qui a éveillé sa conscience. Puis, pendant dix années, sous le mentorat du Dr Adjou-Moumouni, LPP a appris et compris progressivement, sur le plan humain, spirituel et intellectuel, la profondeur et la puissance de

ces sagesse ancestrales. Il milite aujourd'hui pour l'apprentissage des fondements structurants du Fa, par « les populations qui en ont été artificiellement privées depuis 5 siècles quasiment ».

Et selon LPP, s'appuyer sur les entrepreneurs est sans doute plus porteur à termes, que de se reposer sur les administrations et les États pour se réapproprier et vulgariser ce qui peut l'être.

Notion de richesse

J'ai proposé à LPP l'angle de réflexion selon lequel, dans notre société globalisée, il est communément admis que la richesse matérielle est le meilleur symbole de réussite. Et pour y parvenir, il semblerait que l'entrepreneuriat soit une voie royale.

Ainsi, de nombreux talents dans nos sociétés, sont attirés par cette voie professionnelle. Une majorité d'entrepreneurs semble surtout motivée par l'accumulation de symboles de réussite matérielle, parfois au mépris des lois sociales et républicaines.

"Nous devons cultiver le discernement, développer notre conscience historique, identitaire et de langage"

Nous avons notamment évoqué la substitution désormais quasi systématique, des solutions locales et végétales de conservation de certains aliments, par des solutions plastiques importées. Ce glissement de valeur fait désormais penser que les entrepreneurs performants et « évolués », sont ceux qui offrent des conditionnements non réutilisables par exemple.

Peut-on alors véritablement parler de richesse ? Si l'on tient compte du principe écologique du Fa, la réponse est clairement, non.

Comment sensibiliser les opérateurs économiques afin qu'ils (re)prennent pleinement conscience, non seulement de la force que leur confère leur statut d'entrepreneur au sein de leur communauté, mais également, qu'ils réalisent l'impact qu'ils ont sur les modes de vies et de consommation des populations ?

Pour LPP, tout cela passe par une nécessaire reconnexion avec les valeurs enseignées par les sagesse africaines. « Nous devons cultiver le discernement, développer notre conscience historique, identitaire et de langage », afin de « retrouver notre âme africaine ». « Dans nos sagesse ancestrales, quand tu es chef, tu es comme un père de famille et tu dois protéger chaque membre de ta famille »

Pour LPP, la « logique capitaliste du profit a balayé la notion de chef chez les dirigeants africains ». En fin de compte, « leadership, management et spiritualité semblent des principes étrangers les uns aux autres sous certains cieux. Chez nous, tout est lié. Tout part de la culture et de la spiritualité du dirigeant. Ce sont ces fondements de sa personnalité, qui vont donner la coloration générale de son leadership et de son modèle de management ». ■ ND

Pour en savoir plus : Introduction à la culture Ifà avec Gratiem Ahouanmenou <https://youtu.be/Gofw5pWlLwA>



Sean George, Cofondateur et Directeur des Investissements de Hamiltonian

Suède | Sean George, l'inclusion au service d'un capitalisme responsable

Il m'a été fortement recommandé pour une interview. Et je me demandais comment quelqu'un d'aussi occupé pouvait trouver du temps pour un tout jeune magazine comme le nôtre. Quoi qu'il en soit, nous nous sommes rencontrés virtuellement. Et j'ai très vite compris d'où vient le succès qu'il connaît aujourd'hui. Lui, c'est Sean George, financier suédois, cofondateur et directeur des investissements de Hamiltonian GCO, une entreprise de gestion de fonds spéculatifs basée en Suède.

Nous ne parlons pas ici d'un fond de gestion quelconque. Ce fond a été créé il y a tout juste environ deux ans et demi et a déjà atteint une valeur de 100 millions de dollars en actifs. C'est un succès significatif dans l'industrie. Mais Sean George est très humble à ce sujet. Parce que, comme il le dit, ce n'est pas seulement une question d'argent.

« Nous analysons les tendances macroéconomiques de l'économie mondiale et nous voyons comment investir dans les entreprises. Nous parions dans les deux sens, sur le long terme et sur le court terme. Nous investissons dans les entreprises européennes, américaines mais pas dans les pays émergents. Mais nous choisissons d'investir dans les entreprises qui ont un impact positif sur l'environnement. Nous avons peu ou pas d'investissement dans le pétrole par exemple ».

Pas un "costume gris" typique

Je dois dire que, pour une raison que je ne m'explique toujours pas, je n'ai fait aucune recherche à propos de Sean George sur Google avant l'interview. Je ne voulais pas « gâcher » ma première impression de lui. Et j'ai été bien inspirée de l'approcher de cette manière. Car, ni la distance, ni la mauvaise qualité du réseau ce jour-là (Sean George était à Stockholm - Suède et j'étais à Cotonou-Bénin), ne sont parvenus à atténuer le charisme de l'homme, et la forte

première impression positive que j'ai eue.

J'ai immédiatement senti qu'il y avait beaucoup plus de profondeur à ce qu'il me disait de son travail.

Mr. Sean George n'est pas le profil type du « financier en costume gris, froid, qui parle dans son jargon, même aux personnes non éduquées en finance ».

Au contraire, j'ai rencontré une personne attentive, très ouverte, désireuse d'expliquer tout ce qui me paraissait peu clair.

Nous avons rapidement laissé le sujet financier de côté, pour passer à des considérations de leadership et de management.

Financer des entreprises responsables

Je voulais savoir pourquoi il avait spécifiquement choisi d'investir dans des entreprises responsables.

« Lorsque j'ai commencé en 1996, c'était une grande aventure ». Oui, Sean George a eu une carrière salariée auprès de grandes entreprises (banques), partout dans le monde. Il travaillait déjà sur la gouvernance sociale et environnementale à l'époque.

Lorsqu'il a décidé de retourner en Suède après avoir parcouru le monde pour ses affaires, c'était essentiellement pour des raisons familiales.

Après une recherche d'emploi infructueuse de plusieurs mois, malgré son pedigree international spectaculaire, il a décidé d'être son propre patron et de créer sa propre entreprise, avec ses propres règles.

Ainsi, en plus de s'intéresser aux entreprises responsables sur le plan environnemental pour ses investissements, il veille également à ne soutenir que les activités à « impact social positif » qui contribuent à « accroître l'inclusion dans les RH et le recrutement par exemple ».

« Tout ce qui est nécessaire pour que le mal triomphe, c'est que les hommes bons ne fassent rien » - Edmund Burke

Le sujet particulier de l'inclusion est devenu très important pour lui, et pas (seulement) pour la raison évidente (Sean George a des origines caribéennes). Mais très certainement, à cause de la posture stratégique insensée, de diriger une entreprise sans s'appuyer sur toutes les compétences disponibles.

Sean George était tellement concerné par le sujet qu'il a commencé à « parler à la presse pour s'assurer que les gens prennent bien conscience » des pertes financières potentielles subies par les entreprises qui ne pratiquent pas un management inclusif.

Il milite pour cette prise de conscience « en utilisant des données factuelles et non des

"(...) l'éducation pour aider les entreprises à comprendre l'importance de la diversité et son impact sur les performances commerciales."

émotions pour diffuser l'information ».

Pour Sean George, tous les dirigeants économiques, sociaux et politiques doivent rassembler leurs forces « en utilisant l'éducation pour aider les entreprises à comprendre l'importance de la diversité et son impact sur les performances commerciales ».

Le management inclusif est quelque chose d'intentionnel, en particulier dans son secteur d'activité, où « la gouvernance est vraiment une des clés de la prise de décision en matière d'investissement ».

Bien sûr, nous n'avons pas pu éviter le

sujet COVID-19.

J'ai demandé à Sean George comment il voyait l'avenir après COVID ?

Il est convaincu que nous allons connaître une « accélération dans un certain nombre de modes de fonctionnements (exemple ZOOM) ». De toute évidence, il aurait été plus coûteux, moins confortable et certainement pas si facile d'organiser une réunion avec lui à Stockholm, et moi à Cotonou, sans les derniers outils de communication.

« Le boom technologique qui aurait pris 5 ans de plus » vient du fait que les outils ont été testés et améliorés en quelques mois, pour faire face aux difficultés consécutives à la pandémie. Désormais, « d'un point de vue opérationnel, nous pouvons travailler de n'importe où dans le monde ».

Que devrions-nous retenir de cette conversation ?

Au cours des derniers mois, « les plus riches sont devenus plus riches, et le niveau des inégalités sociales a été mis en évidence. Notre entreprise a fonctionné plus que bien pendant la crise. Alors socialement, nous avons décidé de nous attaquer au sujet de l'inclusion sociale. J'utilise ma notoriété pour attirer l'attention sur le sujet ».

Le message à retenir est littéralement : « la non-inclusion vous coûte en tant qu'entreprise, en tant qu'institution, une innovation potentielle perdue, un revenu potentiel perdu, etc... ».

Sean George est convaincu que « beaucoup d'entreprises européennes prennent cette question à bras le corps ». En ce qui concerne K-World Magazine, nous souhaitons contribuer à sensibiliser davantage sur la valeur ajoutée potentielle économique et sociale, générée par un management inclusif dans les entreprises. ■

ND



Crédit Photo AdobeStock 62630167

Gouvernance des entreprises | Les principes du "Capitalisme Responsable"

La question de la gouvernance des entreprises me taraude depuis de nombreuses années. Car elle me semble à l'origine de beaucoup de maux dans les entreprises, et dans la société en général.

Car, dans le monde tel que nous le connaissons aujourd'hui, l'économie et la finance déterminent et influencent nos modes de vies d'une manière bien plus importante que nous ne pensons. En effet, si l'on part du principe que notre modèle social global est dominé par le capitalisme, c'est bien la finance qui donne le ton à la politique socio-économique des nations.

Or, la finance prend racine dans le monde de l'entreprise. Tout partirait donc de l'entreprise.

Il ne s'agit pas pour moi de questionner la « matrice » dans son intégralité. Il s'agit plutôt de s'interroger sur les ajustements qui peuvent lui être apportés, pour une meilleure qualité de vie de l'ensemble des populations qui la compose.

"L'économie et la finance déterminent et influencent nos modes de vies."

Un modèle de gouvernance capitaliste et responsable est possible

Au départ simple méthode de travail, ce concept est peu à peu devenu une sorte de « doctrine » économique et sociétale, sorte d'hybridation des trois piliers du développement durable et des techniques de gestion de la performance économique du capitalisme. Je n'y avais pas pensé en ces termes au départ, mais c'est ce

qui me semble aujourd'hui le plus proche de la réalité. Je ne suis pas catégorique, je l'admets volontiers.

Je vais donc tenter de synthétiser ce qu'est cette « doctrine », en utilisant les trois piliers du développement durable.

Tout d'abord, l'efficacité économique.

Pour beaucoup, il semble impossible d'être performant et respectueux de l'environnement dans le monde des affaires. Avec son approche holistique du monde, mon « Capitalisme Responsable » permet de redéfinir des critères d'évaluation de la performance justement.

Ici, ces critères ne sont pas sur des bases uniquement financières. Ils sont surtout fonction des besoins réels des membres de la communauté. L'approche inclusive en matière de construction des moyens de production et de redistribution des bénéfices, permet aux entreprises de s'appuyer sur l'implication volontariste, motivée et donc durable, des ressources humaines.

La production quant à elle, est fonction non pas de besoins induits artificiellement chez les consommateurs. Elle est calibrée selon les besoins réels exprimés par les membres de la communauté. Et l'attendu partagé par tous, est que la satisfaction de ces besoins procure un bénéfice réel, mesurable et durable dans la communauté.

"Redéfinir les critères d'évaluation de la performance."

L'équité sociale

Second pilier du développement durable, l'équité sociale s'attache à la réduction des inégalités entre les personnes, en satisfaisant leurs besoins essentiels en logement, alimentation, santé et éducation, dans le respect de leur culture.

Mon « Capitalisme Responsable » est fondé sur la prise en compte du rêve et de l'ambition personnelle de tout un chacun. Les entreprises sont en mesure de mieux fonctionner avec des équipes plus impliquées, dès lors que travail de ces derniers au sein de l'entreprise leur permet de faire évoluer leur vie dans le sens de leur projet personnel.

Les dirigeants sensibilisés, conçoivent des modèles économiques qui intègrent d'emblée une meilleure répartition des bénéfices générés en commun. Le modèle de gouvernance « Capitaliste Responsable », mise sur l'énergie générée par l'accomplissement de soi des collaborateurs, combinée à un leadership bienveillant, pour obtenir et maintenir une cohésion sociale forte au sein et autour des entreprises.

Le troisième et dernier pilier du développement durable c'est la qualité environnementale.

Elle vise à préserver les ressources naturelles à long termes. Le « Capitalisme Responsable » prend tout son sens dans la construction

de solutions endogènes, apportées à des problématiques locales. Prendre le temps de comprendre les besoins qui surviennent dans un territoire, permet de trouver des solutions localement, et qui font appel à des ressources locales.

Ce faisant, l'entreprise est en quelques sortes, poussée à la créativité, l'innovation et à la protection des emplois sur son territoire. Et surtout, les solutions endogènes sont plus stables sur la durée, car à minima, les personnes qui les conçoivent et celles qui les consomment, appartiennent à la même communauté.

Le fait que les actes des professionnels leurs soient opposables par la communauté, a tendance à forcer les comportements responsables.

Le modèle de gouvernance « Capitaliste Responsable », prône de protéger la Nature et les ressources qu'elle nous offre, mais aussi et surtout de produire selon nos besoins réels. Ce modèle prend toute sa cohérence et sa puissance, dans le fait qu'il se conçoit au sein d'une communauté, et pour le bénéfice de celle-ci.

Car en fin de compte, il est ancré dans l'idée que chacun de nous, entrepreneur ou non, se devrait d'être « le gardien de [son] frère ».

Les éléments de la « doctrine Capitaliste Responsable » empruntés au capitalisme « traditionnel ».

Selon l'économiste François Perroux, « l'entreprise [est] comme le microcosme du capitalisme. L'entreprise est l'institution cardinale du capitalisme dans la mesure où elle associe la propriété privée, l'initiative individuelle, la division du travail, la séparation du travail et du capital à la recherche du profit par des stratégies rationnelles. »

Sans aucun doute, le « Capitalisme Responsable » c'est tout cela également. La différence majeure, comme je l'ai évoqué tantôt, repose sur l'intention à l'origine de chaque prise de décision et chaque action. En l'occurrence, les intentions

sont :

- **La propriété privée** sans spoliation des autres membres de la communauté
- **L'initiative individuelle** dans le respect des autres initiatives individuelles ou collectives
- **La division juste et équitable du travail**, et une rémunération tout aussi juste et équitable
- **La transparence** dans la gestion des interdépendances entre le travail et le capital, ainsi que le partage juste et équitable des bénéfices du capital entre les détenteurs du capital et les forces de travail
- **La recherche du profit** par des stratégies consciemment responsables et respectueuses des trois piliers du développement durable

Enfin, la notion de temps.

Parce que nous ne sommes que de passage sur cette terre, le temps est un paramètre extrêmement important pour nous tous. Ne sachant pas de quoi demain sera fait, nous pouvons choisir de préserver l'avenir en nous disant que nous serons probablement encore là demain. Ou, nous focaliser sur aujourd'hui en pensant que nous ne serons probablement plus là pour voir ce qui va arriver.

Je choisis la troisième voie, celle qui veut que quoi qu'il arrive, que je sois présente ou pas pour en faire l'expérience, je veux à minima laisser une place nette à la future génération. Car comme le dit l'un de mes auteurs préférés, Amadou Hampâté Ba, « au pays où les assises se donnent à l'ombre des grands arbres, le roi qui coupe les branches tiendra ses assises en plein soleil ». ■ ND



Gédéon Prégnon Okrou - Fondateur de l'EPA - École Politique Africaine

Gédéon Prégnon Okrou | La pédagogie pionnière de l'école politique africaine

Français d'origine ivoirienne, titulaire d'un BEP et des CACES (contrats pour Chronopost, Renault, Toshiba, Lactalis), Gédéon Prégnon Okrou a fait ses premières armes en tant que président d'association en créant ART DÉTER durant les années 2000 qui était dévolue à l'organisation d'évènements, de concerts et de

promotions d'artistes dans la région de Bretagne.

Plus tard, en banlieue parisienne, à Nanterre, durant un an, il passe un premier cap important en créant DEF NEWS, « un site d'information, de promotion et de la défense des citoyens africains ». Ce média était « à destination des franco-africains, afro-caribéens vivant dans le monde. Il avait pour objectif principal de faire connaître à travers l'information les valeurs, les richesses et talents de la diversité en France ». Le crédo était d'« Informer - Promouvoir - Défendre » en présentant des

débats de meneurs, de militants, d'acteurs Noirs de la scène politique, sur Facebook entre autres.

EPA : L'aventure éducative africaine d'un nouveau genre

C'est à l'issue de ces deux rôles que Gédéon a souhaité s'engager de manière encore plus tangible : il sentait le besoin de communiquer pour trouver d'autres leaders du futur, dénicher les managers de demain, et repérer alors les experts calibrés pour exercer la politique spécifiquement africaine. Il se rend compte tout-à-coup que, malgré l'impulsion bien présente de vouloir bouger les lignes, il y a un manque crucial de formation.

En 2018, il crée un établissement d'éducation et d'enseignement en formation continue pour former des leaders, des managers, des gestionnaires capables de transformer et d'innover pour l'Afrique et en Afrique. Avec son trésorier, son secrétaire général et son équipe administrative et pédagogique (6 personnes), il décide que cette nouvelle association porte le nom d'ÉCOLE POLITIQUE AFRICAINE - E.P.A.

On peut retrouver son site Internet à l'adresse suivante : <https://ecole-politique-africaine.fr/>

"Former des leaders [...] capables de transformer et d'innover pour l'Afrique et en Afrique"

Une quinzaine de professeurs et d'intervenants y gravitent.

À chaque rentrée, l'EPA suscite une intrigue constante (aussi bien européenne, africaine qu'afro-descendante) et enregistre une forte demande d'inscription annuelle de 30 à 40 étudiant(e)s adultes, avec une perspective de 70

à 80 personnes lors de la mise en place récente des cours à distance. L'école est également très suivie sur les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, WhatsApp, etc.).

Selon le fondateur G.P. Okrou, pour ces élèves précités, il s'agit de « leur redonner confiance, de se retrouver, de révéler leur personnalité, leurs compétences et leur vocation, à travers l'éducation africaine ». Étudier à l'EPA est un choix particulier : c'est avoir l'opportunité devenir ce qu'ils doivent être ou bien d'exprimer, d'explorer ou d'exploiter ce qu'ils sont réellement en tant qu'individu, au niveau personnel et professionnel. Les participants peuvent développer leur esprit critique sans contrainte grâce aux 3 valeurs phares de l'école : Le DON (symbole de la liberté, de l'indépendance et l'intégrité, utiliser ce qui vous a été donné pour voler, à l'image de l'oiseau), la MISSION (capacité à être créatif et engagé pour soi-même et pour l'autre : se servir de soi-même pour servir l'autre) et le SOI (convaincre pour réaliser, pour construire, pour soi, pour tout un peuple, voire tout une nation).

Le leadership et la gouvernance sous l'oeil de l'école politique africaine

Le Président de l'EPA estime que les

gouvernements européens ont totalement perdu leur leadership et que plus aucun peuple ne semble être indépendant et souverain. Il y aurait une autre gouvernance à l'œuvre. À l'instar du déficit du leadership des États Africains liés aux finances et aux puissances d'argent. La gouvernance africaine, « sorte de photocopie » sans force, factice et illusoire, est piloté par des gouvernances extérieures d'héritage colonial.

L'EPA propose de sortir de ce formatage politique

"Être formé sur les bases d'un paradigme propre à soi, typiquement en tant qu'Africain"

faussement confortable, par une gestion mutuelle exercée par l'homme et la femme. Cette dernière, ayant le privilège d'enfanter, est plus proche naturellement du peuple, de l'éducation. De plus, sa force féminine incarne une vibration importante dans les décisions stratégiques qui sont prises. D'ailleurs, il est à

noter que 85% des inscrits à l'École Politique Africaine sont des femmes !

Le fondateur Okrou a mis en place ce qu'il appelle un « système global de formation directe », d'« enseigner pour accomplir », être formé pour agir, dans cette ère de transformation mondiale au 21ème siècle. « C'est une première d'être formé sur les bases d'un paradigme propre à soi, typiquement en tant qu'Africain ». Ce leadership africain doit être catapulté pour être foncièrement florissant, utile et réalisable afin d'aller combler les failles, les incuries et les gabegies gouvernementales.

Le format de formation sur 3 ans (en cours d'optimisation) de l'École Politique Africaine a préalablement séduit un haut responsable de l'Union Africaine. Affaire à suivre donc...

Opter pour l'École Politique Africaine, c'est poursuivre sa mission de vie. L'association est ouverte à tous les bénévoles, intervenants et futur(e)s étudiant(e)s. <https://www.linkedin.com/company/ecole-politique-africaine/> Outillé de sa pédagogie innovante, vous posez une pierre pour la transformation légitime et réelle de l'Afrique ! ■ Propos recueillis par JUMPYTOASTY®

#EnsembleOnVaPlusLoain

Et si vous faisiez la promotion de vos solutions ici ?

<https://www.kworldmagazine.online>



NANA AKUFO-ADDO

PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE DU GHANA

Crédit photo ChangeYourMind CYM Sahoureykonan - Président Nana Akufo-Addo

Ghana | Nana Akufo-Addo, un nouveau souffle au panafricanisme

On parle beaucoup du Ghana et du modèle de gouvernance de son président, Mr Nana Akufo-Addo, notamment depuis les sorties largement commentées de ce dernier à propos de l'émancipation de son pays par rapport aux aides internationales. Cette posture plutôt inhabituelle de la part d'un dirigeant africain, rassemble derrière elle les panafricanistes optimistes, qui voient dans cet homme politique, un porte-drapeau de l'Afrique nouvelle, forte et indépendante.

L'afro-pessimisme a la dent dure

En face, les afro pessimistes et les défenseurs d'un modèle de gouvernance élaboré en fonction d'une Afrique pauvre et désorganisée, sous tutelle financière et politique, semblent percevoir dans la posture, les dérives dangereuses d'un hâbleur qu'il faut sans doute surveiller de près. Mais les faits sont têtus, et le Ghana fait rêver de plus en plus de jeunes africains et afro-descendants, bien au-delà des frontières du continent. Le programme [Year of Return](#) initié en 2019, en est une preuve, avec le formidable engouement qu'il a suscité, notamment auprès de nombreuses personnalités afro-américaines du show-business.

Le pays du « Roi Guerrier »

Ghana signifie pays du « Roi Guerrier » en langue Soninke. Ce pays fait rêver par sa constance dans la recherche de l'excellence. C'est le 1^{er} pays en Afrique sub-saharienne à avoir obtenu son indépendance, et le détenteur du premier satellite entièrement construit dans un pays africain (GhanaSat-1), pour ne citer que cela. Même s'il souffre comme tous ses voisins, des maux classiques d'une société en mutation, le peuple ghanéen cherche néanmoins à se réinventer après une longue période sous tutelle étrangère.

Situé au bord de l'océan Atlantique au Sud, entre le Togo à l'Est, la Côte d'Ivoire à l'Ouest et le Burkina Faso au Nord, le pays de [Kwame Nkrumah](#) s'étend sur une superficie de 238535 km², avec une population de 29,6 millions de citoyens. Le Ghana dispose de sa propre monnaie, le Cédi Ghanéen (environ 0,17 USD pour 1 GHS). Connue pour la richesse et la variété de sa culture notamment, le pays dispose également d'une économie en plein essor, basée sur l'exploitation des ressources naturelles, et de plus en plus, l'industrie ainsi que les services et produits à valeur ajoutée.

Selon les données de la Banque Mondiale et [tradingeconomics.com](#) pour l'année 2019, le PIB du Ghana est évalué à 66,98 milliards de dollars américains, en croissance hors produits pétroliers de 6%, avec une inflation faible. La croissance de l'industrie des services est de

7,2%.

Le modèle de gouvernance du Président Nana Akufo-Addo

Mais ce qui fait encore plus parler du Ghana depuis 2016, c'est surtout le modèle de gouvernance du président Nana Akufo-Addo, récemment réélu pour 4 ans à la tête du pays. Basée sur l'autodétermination ([Ghana Beyond Aid](#)), le panafricanisme ([ZLECAf](#)), une gestion plus rigoureuse des affaires publiques ([Fiscal Responsibility Act](#)) et le développement industriel du pays ([The 10 Point Agenda](#)), la gouvernance proposée par le président du Ghana apporte un nouveau souffle en matière de perspectives économiques pour l'Afrique subsaharienne.

En effet, le programme phare de son mandat, « One District, One Factory » (Un District, Une Usine), a pour objectif de fournir au pays au moins 260 usines de transformations pour les matières premières locales, afin de ne mettre à la disposition des marchés locaux et internationaux, que des produits à valeur ajoutée.

Malgré les nombreux détracteurs qui pointent du doigt le recours à l'endettement sur les marchés internationaux plutôt qu'à l'aide internationale, pour financer son programme, les deux piliers sur lesquels s'appuie le président Nana Akufo-Addo, à savoir, le développement industriel et le potentiel économique apporté par la ZLECAf, semblent pourtant en bonne voie pour porter leurs fruits.

Lire aussi : [La ZLECAf, c'est l'affaire de toutes les entreprises et des consommateurs africains](#)

En effet, à ce jour, et selon nos confrères de l'agence [Ecofin](#), 76 usines étaient déjà opérationnelles fin 2020 et 156 en cours de réalisation. Et avec le lancement officiel de la ZLECAf le 1^{er} janvier 2021 dernier, tous les espoirs sont permis en matière d'augmentation des capacités de transformations sous régionales, pour satisfaire les besoins d'une population africaine en demande. ■

#Autrement

VIVANTE **AFRIQUE**

STEVE
BLOOM

Credit Photo Orance Houankponou Photography

Prochainement à
COTONOU

Restez connectés ...

ARÉOLIS



De l'art et de la manière d'accueillir et d'enchanter le client.

Comment mieux reconnaître et exploiter les valeurs africaines de l'accueil, dans le contexte des affaires ?

Wilfried Adikpeto dirige le cabinet Doddy Conseil basé au Mans (France). Il est expert en marketing créatique et notamment, sur les questions relatives à la gestion de la relation client. Il a accepté de nous parler de la notion "d'Enchantement Client", qui en quelques sortes, est le niveau supérieur de la relation client.

L'image que l'on a de la relation client dans les pays africains n'est pas toujours des plus reluisantes. On évoque souvent le vendeur ou la vendeuse nonchalant(e), le sourire brûlé par la chaleur accablante, et dont la motivation est proche de celle que l'on connaît lorsqu'il est question d'aller se faire arracher une dent. Tout cela sans oublier le fameux « tchip » chargé, et prêt à être dégainé en fonction de la complexité de votre demande.

Pourtant, le sens de l'accueil client est quelque chose de profondément ancré dans l'ADN des africains, comme en témoigne le récit ci-après :

Un ami, de retour du Sénégal a tenu à me raconter l'un des épisodes les plus marquants, selon lui, de son séjour à Dakar, la capitale.

La scène se déroule dans un restaurant « de quartier », bien loin du faste des grands hôtels et autres bonnes tables de la ville.

“L'accueil client, [...] profondément ancré dans l'ADN des africains”

En effet après avoir écumé les plus grandes tables dakaroises, mon ami, accompagné de son correspondant sénégalais, décident tous deux de « faire plus local » cette fois-ci.

Les voici alors, rendus dans la gargote réputée d'un quartier populaire, où ils sont accueillis par le gérant lui-même et rapidement installés sur des chaises et tables de basse facture.

Vient alors le moment de passer commande. Pour ceux qui connaissent les restaurants de quartier en Afrique, vous savez que ce type d'établissement ne proposent pas forcément de carte en guise de menu.

Mon ami demande alors au gérant, « que proposez-vous comme plats ? » Quelle ne fut pas sa surprise au moment où le serveur lui répondit : " nous avons tout patron ".

Le prenant au mot, mon ami commande alors un yassa poulet. Réponse du gérant : « sans problème patron. Et pour vous, demande-t-il au correspondant de mon ami ? »

« Pour moi je vais faire léger ce soir donc vous pouvez me faire des petits pois ? Vous avez ça ? » ajouta-t-il. Réponse du gérant une fois de plus : « sans problème patron ».

J'ai oublié de préciser qu'au moment où se déroulait la scène, il n'était pas loin de 10h du soir.

Quelques instants après que le serveur eu regagné les cuisines, une toute petite silhouette traversa la cour du restaurant, de façon déterminée, en direction de l'épicerie située à deux pas du restaurant où se trouvaient nos deux protagonistes.

À son retour, au moment de se diriger vers les cuisines, on pouvait distinguer dans les mains du petit garçon, une boîte de petits pois carotte.

On comprend mieux maintenant pourquoi dans ce restaurant, tout est possible. Mais là ne se situe pas la chose la plus impressionnante pour mon ami.

Souvenez-vous. Le correspondant de mon ami avait demandé des petits pois. Et ce sont bien des petits pois qui lui ont été servis. Pas de carottes. Non. Bien des petits pois.

Cela signifie donc qu'en plus de pouvoir demander tout ce que l'on désire, à une heure ou en principe le service s'achève, dans ce restaurant, le sens du client va jusqu'au tri pour retirer toutes les carottes des petit pois carotte.



Wilfried Adikpeto - Directeur de Doddy Conseil

Ce que cette anecdote m'a fait réaliser.

En tant qu'expert de la relation client et enseignant dans ce domaine auprès des publics

école de commerce, bac + 2 à bac + 5, j'ai pris à l'écoute de ce récit, l'une de mes plus grandes leçons en la matière.

En effet, à ces étudiants, je dois apprendre l'Enchantement Client. Je détaille avec eux les grands principes de l'expérience client et leurs leviers d'amélioration.

Comme nous le savons tous, les référentiels pédagogiques sur lesquelles, nous, formateurs en relation client structurons nos cours, sont bâtis sur la culture relationnelle occidentale.

En tant qu'entrepreneurs africains, ne gagnerions-nous pas à enrichir ces manuels de notre traditionnel sens de l'accueil ?

Le gérant de ce restaurant de quartier n'a pas le niveau bac +5 et n'a pas fréquenté les écoles de commerce dont je parle ici. Pour autant, il incarne l'enchantement client, tel que les experts le conçoivent.

Voici donc en conclusion, le message que j'adresse à tous les étudiants d'école de commerce du continent africain ainsi qu'à leurs enseignants.

Si réellement vous souhaitez toucher du doigt l'excellence relationnelle fantasmée dans les manuelles occidentaux, promenez-vous dans les marchés, dans les petits commerces autour de chez vous. La véritable relation client, les techniques de ventes et de négociation s'y cultivent depuis des millénaires.

Bien que les traditions se perdent et que vous risquez d'y croiser des comportements aux antipodes de ceux décrits dans mon récit, la relation client africaine est probablement le berceau de toutes les autres formes de relation client.

Elle prône le respect du client, sa satisfaction fonctionnelle et son enchantement émotionnel. L'éthique de réciprocité est au cœur de son fondement. ■ Wilfried Adikpeto

En savoir plus sur le Marketing Créatique :

<https://www.doddy.fr/>



La ZLECAf, c'est l'affaire de toutes les entreprises et des consommateurs africains

On pourrait penser que la ZLECAf, Zone de Libre Échanges Continentale Africaine, ou AfCFTA – Africa Continental Free Trade Area est un mythe, tellement elle prend du temps à se concrétiser. En effet, les premières discussions à ce sujet, remontent à 1979, avec l'ambition d'une intégration économique complète entre les pays africains à l'horizon 2063.



Crédit photo AdobeStocks 255764742 - African Union Flag

Depuis quelques années cependant, on perçoit un nouveau regain au dynamisme de ce projet, avec l'implication de certains leaders tels que le Président du Ghana, pays qui abrite désormais le siège du secrétariat permanent de la ZLECAf. Le Président Nana Akufo-Addo, lors de la cérémonie d'inauguration dudit siège en juillet 2019, encourageait les États signataires à ratifier massivement le traité avant la tenue du 13ème sommet extraordinaire de l'Union Africaine du 5 décembre 2020. Il plaidait pour cette intégration des économies africaines, fondamentale pour « renforcer notre autosuffisance commune, améliorer nos économies et réduire notre dépendance vis-à-vis des sources extérieures ».

La ZLECAf (géo)politique

Pour celles et ceux qui ne comprennent pas

pourquoi on parle tant de la ZLECAf depuis quelques semaines, sachez que depuis le 1^{er} janvier 2021, les 34 pays ayant ratifié le traité de mise en œuvre de la ZLECAf, peuvent officiellement échanger, biens et services avec des conditions douanières privilégiées.

Pourquoi 34 et pas 55 ? Parce que 53 pays sur les 55 que compte le continent Africain, ont signé ce traité. Mais seulement 34 l'ont ratifié à ce jour.

La volonté affichée des États signataires, est de favoriser le développement industriel, les emplois, et surtout, l'autonomie économique et financières des pays africains. Un autre courant de pensée veut que ce soit une occasion pour faire reculer la pauvreté sur le continent, grâce aux investissements étrangers directs facilités.

Dans tous les cas, d'ici à 2063, il y a du chemin à

parcourir avant de savoir mesurer l'impact réel des applications de ce dispositif, sur la vie des africains.

Car c'est bien de cela dont il s'agit en fin de compte : la vie des africains.

La ZLECAf sociale et sociétale

Cette précision nous semble importante à souligner, car les données économiques concernant ce traité, donnent littéralement le vertige, et aiguissent (hélas, trois fois hélas) des appétits qui ne vont pas nécessairement dans le sens des intérêts des populations du continent.

Mais au-delà des populations, il existe un risque réel pour les entreprises africaines les moins préparées, qu'elles disparaissent sous la pression de la nouvelle dynamique économique que ce traité implique. En effet, la tentation d'ignorer ce dispositif qui permet désormais à toute entreprise d'un pays signataire, de prospecter les marchés au-delà de ses frontières et de vendre sur ces marchés, expose les entrepreneurs distraits, à la perte de parts de marchés significatives sur leur propre territoire.

Du reste, toujours pour les entrepreneurs distraits, ou un peu naïfs, la réalité est que l'heure est désormais au panafricanisme économique, et non plus à cet étrange protectionnisme (culturel ?) dans lequel nous nous sommes hélas enfermés, et quelque part, dont nous nous sommes contentés depuis 60 ans.

Dans la nouvelle dynamique, (qui dépasse

largement la ZLECAf), chaque africain doit prendre conscience de sa valeur, en tant que consommateur aux yeux des entreprises du monde entier. Associer « africain », « valeur » et « consommateur » dans la même phrase, est devenu le nouveau « normal » marketing pour les entreprises inclusives et connectées à cette nouvelle approche du monde des affaires, sur et autour du continent. Ce modèle de pensée stratégique, se distancie des clichés misérabilistes de l'Africain, consommateur sans genre, ni âge, ni envies ; consommateur par nécessité et rarement par plaisir. Ce mouvement ne travaille pas non plus à servir (principalement) une « classe moyenne africaine » fantasmée, avec des produits conçus selon des standards exogènes.

Au contraire, il vise, adresse, et tente de servir avec des solutions issues d'une modernité réinventée, inclusive, responsable et durable, tous les consommateurs africains, dans leur diversité, en fonction des besoins réels qu'ils expriment.

Avec cette approche, les entreprises en général, et africaines en particulier, s'appliquent à reconnaître, (re)identifier et probablement, se réapproprier le périmètre réel de leur marché, avec toutes ses spécificités, et selon des critères (plus) objectifs et authentiques.

Des chiffres vertigineux

Faisons un peu les comptes et chacun comprendra les enjeux de cette prise de conscience par les populations et les entrepreneurs africains :

- (1) Le continent compte 1,3 milliards d'habitants dont environ 200 millions de personnes dites de la classe moyenne
- (2) Il faut compter une population active d'un peu plus de 471 millions de personnes, (+/-36%), selon les données statistiques de la Banque Mondiale.
- (3) Le continent possède une population

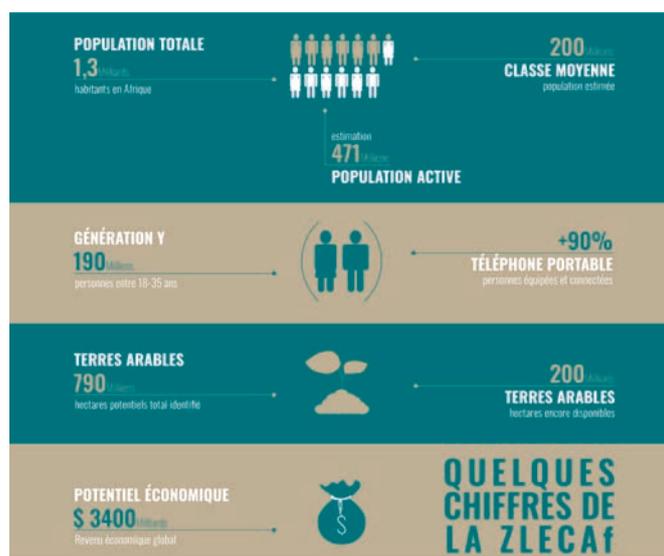
jeune et connectée, en somme, les « millenials » ou « génération Y », âgée de 18 à 35 ans. Ce groupe pèse près de 40% de la population active, soit plus ou moins 190 millions de personnes

(4) Plus de 90% de la population africaine possède un téléphone portable et peut accéder aux solutions de paiement mobile et/ou à Internet

(5) Potentiellement 790 millions d'hectares de terres arables dont environ 200 millions seraient encore disponibles (source <https://www.willagri.com/>)

(6) Le potentiel économique continental est estimé à 3400 milliards de dollars US par la Banque Mondiale

Des chiffres en effet, vertigineux, qui attisent des convoitises à l'intérieur comme à l'extérieur des frontières africaines.



Infographie données chiffrées ZLECAf - sources diverses

Un potentiel économique oui, mais...

La ZLECAf présente un potentiel économique considérable, mais encore faut-il pour les entreprises, savoir l'adresser et le transformer en parts de marchés effectives. Pour ce faire, les entreprises n'ont pas d'autre choix que de se réinventer pour adapter leurs offres de biens et de services, à ces consommateurs certes réputés « pauvres », mais non moins connectés et informés. Cela concerne aussi bien les solutions locales que les solutions importées.

Lorsque le président Nana Akufo-Addo évoque dans son discours d'inauguration du secrétariat général de la ZLECAf, l'amélioration de nos économies, chez K-World Magazine, nous choisissons de croire qu'il fait référence à l'amélioration de la qualité des solutions proposées aux consommateurs, en même temps que celle des politiques économiques des différents pays signataires.

Car sans le soutien des politiques et une bonne gouvernance, le monde des affaires ne peut se développer d'une manière pérenne. L'action des États, pour véritablement contribuer à une économie solide et bénéfique pour l'ensemble des citoyens, doit aller bien au-delà des incitations fiscales mises en avant dans les ambitions de la ZLECAf. Il convient de considérer notamment, la formation des agents de l'État, la gestion des ressources humaines en général, la disponibilité et la maintenance des infrastructures pour la distribution énergétique, Internet et les transports.

Il faut également, entre autres chantiers, sans doute (re)travailler la qualité de la formation académique des jeunes, dans les domaines et sur des sujets pertinents pour le développement durable du continent (santé, agriculture, techniques et technologies diverses, BTP, ...)

La ZLECAf, pour être une réelle aubaine pour les africains, doit être l'affaire de tous, entrepreneurs, consommateurs et exécutif. Il appartient

probablement aux consommateurs de se lever et de revendiquer leur valeur auprès des professionnels, afin redéfinir les « règles du jeu ».

Et, charge aux entrepreneurs africains, de prendre le sujet à bras le corps, de militer auprès de leurs élus et représentants dans les organisations faitières, pour faire des dispositions et de l'esprit de la ZLECAf, des atouts majeurs dans leur processus de développement. ■

COACHING



CHANTAL VLÉT-YOROBA,

Historienne de formation, a soutenu en 1994 une thèse de doctorat intitulée : « le travail des femmes à Abidjan de 1946 à 1983 / conséquences sur les structures familiales » sous la direction de Professeur Cathérine Coquery-Vidrovitch. Par ailleurs, elle a été Rédactrice en Chef de la revue Etudes Féminines Africaines - EFA de 2006 à 2008. Elle a également mené plusieurs conférences sur la culture africaine notamment l'éducation des enfants issus d'immigration. Elle fait du coaching auprès des jeunes depuis une vingtaine d'années et travaille depuis 1993 à la Bibliothèque nationale de France. Email : chanyoro@yahoo.fr

Crédit photo : Debraquess Images

Un coaching personnalisé pour des étudiants d'origine africaine en classes préparatoires françaises

Expériences et témoignages

Mon père est arrivé en France dans les années 50 pour ses études car il avait été sélectionné parmi les élèves les plus brillants d'Afrique de l'Ouest. Ma mère a suivi et s'est retrouvée major de sa promotion de sage-femme.

Mes sœurs et moi avons donc été naturellement élevées dans la culture de l'excellence. C'est la famille qui est le milieu éducateur par excellence, l'organe de transmission des idées et des sentiments d'une génération à l'autre.

L'importance de l'environnement pour construire une culture de l'excellence

Le choix de l'orientation scolaire joue un rôle déterminant. Les filières dites « d'excellence » sont fréquentées par des jeunes que leur environnement familial et culturel a souvent préparés à faire de bonnes études. Une formation supérieure de qualité est un atout supplémentaire mais non primordial pour réussir sa vie professionnelle.

Même si la situation de chaque étudiant africain en France est

unique, il faut savoir que beaucoup d'entre eux rencontrent le même type de problèmes. Ils doivent ainsi jongler entre les procédures administratives et s'adapter à un système pédagogique différent du leur, dans un environnement social et culturel particulier.

Tout ceci nécessite une capacité d'adaptation importante.

Enfin il ne faut pas minimiser les problèmes financiers qui complexifient pour certains leur situation. Toutes ces difficultés de la vie quotidienne jouent un rôle important dans le psychisme

des étudiants. Il faut donc en tenir compte lors du coaching.

Les jeunes, que je suis depuis de longues années, ont tous été confrontés, d'une manière ou d'une autre au modèle culturel du pays d'origine d'au moins un de leur parent. Il y des avantages à ce métissage. Le droit à la différence, l'ouverture d'esprit et la capacité à voir la vie sous des angles différents, etc ... Mais souvent, les codes culturels s'affrontent, consciemment ou pas d'ailleurs. Tout ceci aboutit alors à une impasse de compréhension que je

m'engage, à travers le coaching, à décortiquer.

Mon intervention se positionne sur ce créneau-là, pour les mener sur le chemin de la maturité, afin de trouver leur propre identité sur la voie de l'excellence. Mon rôle consiste donc à identifier les différents blocages qu'ils rencontrent afin d'améliorer leur potentiel. Il me reste alors à transformer tout cela en une force qui doit être indestructible.

L'exemplarité du mentor

Mes séances commencent toujours

de la même manière. Je me présente et explique mon parcours. Pendant cette présentation, j'observe la manière dont le jeune m'écoute ainsi que sa gestuelle car cette dernière est un langage non-verbal et inconscient que l'on peut apprendre à décrypter. Elle exprime ce que l'on ressent, dévoile qui on est et trahit ce que l'on cache. Mon objectif principal est de créer un lien de confiance dès le départ car c'est la base de notre future relation. En me mettant à nu, le jeune est tout d'abord surpris car ce n'est pas habituel qu'une « Tata » se dévoile autant. Ensuite suivront des rendez-vous réguliers tout au long de leurs études.

J'ai choisi de vous présenter quatre portraits qui vous permettront de mieux comprendre ce qu'est le coaching personnalisé. Ceux dont je vais vous parler ont tous choisi (ou terminé) de Grandes Ecoles (ESSEC, ESCP, EM Grenoble etc.)



Crédit photo Adobe Stock 244394684

sauf les enfants d'Awa.

Awa : Bien comprendre pour savoir bien décider

Je connais Awa depuis des années car elle fait le ménage sur mon lieu de travail. Elle est ivoirienne et mère de sept enfants. Je précise qu'elle est analphabète car c'est important de le savoir pour mieux comprendre la suite.

Un matin, nous étions en train de parler de nos enfants, quand elle me dit qu'elle pense changer ses

enfants d'école primaire car les enseignants la « fatiguent ». Je rigole à cause de l'expression et lui demande des explications. Là, elle m'explique que déjà l'année dernière le maître de son fils lui avait demandé l'autorisation pour qu'il « saute une classe » et cette année, c'est la maîtresse de sa fille qui lui demande la même chose. Elle ajoute « mais pourquoi veulent-ils toujours séparer mes enfants de leurs copains et les mettre dans une autre classe. J'en ai marre. Je veux que les enseignants les laissent tranquilles ».

Mon amie se sent stigmatisée et ne comprend pas. Je lui explique donc avec des mots simples que ces enseignants ont vu chez ses enfants, leur potentiel, et estiment qu'ils sont en capacité (sur le plan intellectuel) d'aller dans la classe supérieure. Awa avait refusé pour son fils mais j'ai le sentiment que je peux la convaincre d'accepter le passage anticipé de sa fille. Ayant une confiance totale en moi, elle a finalement accepté et cette dernière s'est retrouvée, au bout d'à peine trois mois, en tête de classe.

Décider en pleine conscience, et gérer les effets de bord

Mais ce saut de classe a généré un problème plus personnel car du coup le frère et la sœur se sont trouvés au même niveau scolaire. Cette situation était intolérable pour lui. Ses parents n'ont pas compris ce changement de comportement. Le grand frère s'est mis petit à petit à décrocher de l'école pour ne pas être en compétition avec sa petite sœur. Pour lui, son autorité ne pouvait plus s'exercer. Nous n'avions pas prévu que ce serait un problème non négligeable. J'ai pu atténuer cette rancœur avec des

mots car le choix de ceux-ci n'est pas anodin. Trouver le mot juste est primordial. Je lui ai rappelé qu'il avait été repéré très jeune par des entraîneurs de football et qu'il avait été sélectionné pour jouer dans leur club. Cela voulait dire que lui aussi était très doué. D'ailleurs son entraîneur actuel est persuadé que l'on parlera un jour de lui !!! Il était important pour moi de leur rappeler que chacun avait sa place aussi bien au sein de la famille que dans la vie extra-familiale.



Crédit photo Adobe Stock 244393598

T. : Être intelligent ne suffit pas. Il faut également savoir interagir avec l'autre

C'est à la demande de son père que je rencontre T. En effet celui-ci a décidé de redoubler sa deuxième année de classe préparatoire car il n'a pas obtenu l'école qu'il voulait intégrer. Son père souhaite donc que je le prenne en main car il a déjà dépensé beaucoup d'argent pour les études de son fils. Selon les cas, dès le début du coaching, je décide de faire une mise au point préliminaire de la situation. Il faut que d'emblée T. prenne conscience de bien évaluer l'effort à fournir, le stress supplémentaire occasionné par cette troisième année, et le risque d'être beaucoup plus déçu en cas de nouvel « échec ».

T. sera-t-il assez solide psychologiquement pour encaisser ? Il a une volonté de fer certes mais il est beaucoup trop introverti. J'ai conscience que tout au long de nos rendez-vous je vais devoir

le sortir de sa coquille et de sa « zone de confort ». Ma technique est toujours la même. Je donne des « exercices » à faire. Je demande donc épisodiquement à T. de faire telle ou telle chose qui l'oblige, je le sais, à se dépasser. Et nous parlons ensuite des difficultés rencontrées lors de nos rendez-vous. Je fais toujours un parallèle avec les études qu'il entreprend et lui démontre que tout cela est lié. Mon objectif est qu'il comprenne que sa personnalité est aussi importante que son intellect.

J'aborde aussi avec lui des sujets divers sur la Côte d'Ivoire, pays d'origine de son père. T. a de sa chance car depuis qu'il est tout petit, son père l'y emmène chaque année, pour qu'il puisse tisser des liens avec les membres de sa famille paternelle. C'est sans aucun doute ce lien qui fait que T. souhaite y vivre un jour.

La confiance en soi, un tremplin pour l'avenir

Au bout de trois mois je commence à ressentir un changement chez lui. Il est plus sûr de lui. Nous travaillons ardemment l'épreuve de l'entretien oral. C'est la partie la plus intéressante pour moi car je dois pousser T. dans ses retranchements. On touche à l'intime. Je lui apprends à faire le « show » comme j'aime le dire. Il doit me convaincre qu'il est le meilleur. Il doit se convaincre. Les concours approchent. Nous sommes prêts et le combat peut commencer. T. décroche une école de commerce et m'annonce qu'il a eu 18/20 à l'oral.

Je reste en contact avec T. Les mois passent. Lors d'une discussion téléphonique, j'ai

presque les larmes aux yeux quand T. m'annonce qu'il est allé à une conférence sur l'entreprenariat en Afrique. Il m'explique qu'il a eu l'audace de s'entretenir avec un des intervenants et qu'il a réussi à obtenir de lui, un stage de trois mois en Afrique. Il partira donc seul et pourra ainsi vivre sa propre expérience (hors contexte familial). Il est beaucoup plus épanoui. Plus rien ne lui fait peur.



Crédit photo Adobe Stock 278822477

N. : Assumer son talent pour en être le premier bénéficiaire

N. est très brillante et a un parcours impressionnant. Elle est née en Afrique mais vit en France depuis l'âge de 3 ans. Petite, elle a sauté une classe. Elle obtient son bac avec mention TB. Quand nous nous rencontrons, N. prépare les concours d'entrée aux Grandes écoles. Elle vise les « Parisiennes ». Je n'ai aucun doute sur les résultats mais N. a un problème de taille. En effet elle parle avec un débit beaucoup trop rapide. Ses pensées se bousculent dans sa tête. Il y a trop de choses à dire et N. n'arrive pas à se contrôler. Le résultat est qu'elle se perd dans ses explications.

Après quelques séances, sa diction s'améliore mais je remarque qu'elle « glisse » très vite sur certains sujets. Or je trouve au contraire que ce sont des atouts à mettre en avant lors de ses futurs oraux. Je décide donc de mettre les pieds dans le plat en abordant les sujets

qui la mettent mal à l'aise.

Par exemple, N. me dit qu'elle a pratiqué durant quelques années, de l'athlétisme mais qu'elle a dû arrêter à cause de ses cours en « prépa ». Je lui dis que cette information indique qu'elle est sportive et à le goût de l'endurance mais ce n'est pas tout. Je lui demande pourquoi elle ne précise pas que quelques semaines après s'être inscrite à son cours d'athlétisme elle a été sélectionnée pour faire les championnats régionaux et qu'elle a terminé championne de France. N. trouve que c'est se vanter. Elle a horreur de se mettre en avant. Je lui démontre que c'est la réalité. Il faut assumer son parcours. Il ne faut pas confondre la fierté et l'arrogance.

Après quelques séances, je suis contente de N. car je remarque que sa parole est maintenant fluide et cette dernière semble totalement à l'aise sur ces sujets. Les résultats tombent. N. est non seulement reçue dans différentes écoles mais a obtenu d'excellentes notes à l'oral. Son choix est fait : ce sera l'ESSEC. Ses notes sont impressionnantes et je suis particulièrement fier pour celle obtenue à l'oral : 18 /20. C'est une vraie victoire. L'année suivante, N. m'annonce qu'elle a reçu une récompense académique : elle apparaît sur la « Deans List », la liste des meilleurs élèves de première année.

A. : D'une culture à l'autre, les



Crédit photo Adobe Stock 278818358

gestes et les mots changent mais pas les émotions

A. vit dans un pays nordique et doit passer son bac au sein du lycée français. Son père me contacte pour que je coache sa fille « à distance » car elle souhaite faire une grande école soit en France soit dans un pays anglophone comme les USA ou l'Angleterre. C'est la première fois que je fais du coaching à distance. C'est très déstabilisant car les émotions ne sont pas les mêmes quand on est face à face et au téléphone. Je me lance et c'est d'autant plus compliqué qu'A. est très timide. Comment briser la glace avec une inconnue à travers des mots ? Les débuts sont un peu chaotiques car j'ai le sentiment que je la déränge. Je n'arrive pas vraiment à établir un lien. A. « oublie » souvent de m'appeler alors qu'elle est sensée le faire chaque semaine.

Je comprends au fur et à mesure de nos conversations, que cette distance n'est pas forcément de la désinvolture mais fait partie de la culture nordique. A. m'apprend beaucoup sur la société dans laquelle elle vit depuis quelques années. Même si son statut de « métisse » ne la gêne pas du tout, nous abordons quand même ce sujet. Je veux être certaine qu'elle assume pleinement cela quel que soit le pays où elle vivra plus tard. Ce coaching est particulier pour moi.

A. progresse et ose faire les exercices que je lui demande. Elle sait que je ne peux pas vérifier mais a compris que tout cela est pour son bien à elle. L'examen du baccalauréat approche et je suis confiante. Je suis contente car A. s'est transformée. Je le sens à sa

voix qui est beaucoup plus ferme et décidée. Mon objectif est atteint.

Ce qu'il faut retenir

Si je devais résumer ma méthode en quelques mots, je dirais que la première de mes priorités est de déterminer précisément l'objectif qui va être poursuivi durant le processus : c'est le rôle de la séance préliminaire. Ensuite j'amène progressivement la personne à sortir de sa zone de confort pour découvrir les richesses qu'elle a en elle, insoupçonnable auparavant. L'accompagnement permet un vrai travail en binôme.

Accompagner le jeune c'est lui permettre de s'approprier les victoires de ses réussites. Je vise simplement à l'aider, au travers de son histoire, de ses motivations, de ses forces, de ses talents, de ses vulnérabilités et ses échecs à tracer au mieux sa voie et le chemin au plus proche de ses valeurs et de ses attentes.

C'est un partenariat basé sur le partage, le respect dans un cadre personnalisé ayant comme objectif principal la réussite.

Epilogue

La fille d'Awa est au Lycée et souhaite devenir médecin tandis que J. son frère joue régulièrement des matchs dans toute l'Europe. T. est en dernière année à l'EM Grenoble et a parallèlement créé une entreprise avec son meilleur ami. N. a terminé l'ESSEC Business School et travaille pour une banque d'affaires. A. a obtenu après son Bac, plusieurs grandes écoles et a choisi l'ESCP Europe. Bien entendu mon coaching personnalisé continue toujours pour eux.

■ Chantal Vlëi-Yoroba



Habib N'KONOU
Cofondateur de Dr SETT

Dr SETT est une entreprise africaine spécialisée dans la gestion des déchets biomédicaux.

Au Sénégal, Dr SETT propose une solution complète aux professionnels de la santé pour la formation, le tri, la collecte, et l'élimination des déchets biomédicaux.

Nous sommes soucieux de préserver notre environnement de ces déchets potentiellement infectieux. Spécialement en ces temps de pandémie COVID.

Dr SETT au Sénégal, traitement des déchets médicaux et entreprise citoyenne

Au cours d'un échange particulièrement inspirant avec Habib N'konou nous en avons profité pour poser quelques questions sur son entreprise [Dr SETT](#), entreprise sénégalaise spécialisée dans le traitement des déchets médicaux.

Dr SETT est spécialisé dans le traitement de déchets à risque infectieux. L'objectif de l'entreprise est de proposer une solution aux professionnels de la santé au Sénégal pour la collecte, le transport et l'élimination de leurs déchets médicaux dits DASRI (déchets d'activité de santé à risque infectieux).

Parlez-nous de votre entreprise Dr SETT au Sénégal.

Notre entreprise est née d'une initiative citoyenne. Nous avons souhaité contribuer à l'assainissement du littoral sénégalais, qui par endroit était souillé par des déchets médicaux, potentiellement infectieux, et dangereux autant pour l'environnement que pour les populations.

Au-delà de ça, nous avons découvert, qu'une grande majorité des professionnels de santé étaient réellement concernés par le traitement écologique de leurs déchets biomédicaux, mais rencontraient des difficultés pour la prise en charge « professionnelle » de leurs DASRI.

Du constat à l'action

Nous avons commencé à nous renseigner, à faire un peu de recherches sur ce qui se faisait en Afrique et ailleurs. Nous nous sommes rendus compte d'une chose, c'est que dans les années 70-80, le même problème auquel nous sommes confrontés au Sénégal, existait aux États-Unis. Certaines plages américaines, se retrouvaient à cette époque, jonchées de déchets biomédicaux, avec des conséquences environnementales et sanitaires pour les populations.

“Nous nous sommes rendu compte qu'il y avait énormément de citoyens concernés, et des compétences locales, [...] que nous avons associé au projet”

Nous avons entre autres aussi regardé qu'elles étaient les recommandations de l'OMS pour la gestion des déchets biomédicaux. Toutes ces recherches nous ont amenés à être capable d'identifier la bonne méthode de destruction, les équipements qu'il fallait utiliser, et puis comprendre quelle était la façon dont il fallait procéder pour trier ces déchets médicaux.

Une fois ce travail effectué, nous avons cherché et trouvé les compétences locales pouvant supporter le projet ; des experts en environnement, en qualité, qui se sont associés et ont apporté une grande plus-value à la solution Dr SETT.

Un réel impact sur la filière locale

Avec toutes ces compétences, nous avons réussi à donner de la formation aux professionnels de santé, pour mettre en place un circuit au sein des structures de santé, pour trier ces déchets. Et ensuite, faire en sorte que Dr SETT puisse avec toutes les solutions logistiques que nous avons mises en place, collecter ces déchets médicaux et les détruire de façon professionnelle.

En termes de rayonnement, aujourd'hui, le but une fois que nous aurons bien maîtrisé Dakar et les régions proches de Dakar, c'est d'aller proposer ces solutions au niveau national. Nous nous inscrivons également dans des discussions avec des partenaires, pour aller répliquer ces solutions un peu partout dans la sous-région.

Nous sommes agréablement surpris de voir l'engouement que notre initiative suscite. Nous avons beaucoup de soutien de partenaires locaux et internationaux, et nous espérons aussi, du gouvernement, très bientôt. ■



Equipe Dr SETT

Patricia Kakou Marceau, écrit pour l'émerveillement de nos enfants

Beaucoup la connaissent sous son nom de scène PKM LY. Mme Patricia Kakou Marceau est parolière, narratrice musicale, poétesse, auteure. Elle a publié un recueil de poèmes en 2012, « [Cœur Poétique](#) » paru aux éditions l'Harmattan et en 2020, un premier livre pour enfants « La Lune et le Soleil ne se parlent plus », paru aux [Éditions Barrow](#).



Patricia Kakou Marceau alias PKM LY

Ce qui frappe avant tout lorsque l'on rencontre Mme Patricia Kakou Marceau, ce sont, sa douceur et son sourire permanent. Mais ne nous y trompons pas. C'est une femme d'affaire dynamique, qui n'est jamais à court de nouvelles idées d'entreprises. Dans le cadre de la sortie de son dernier ouvrage, le magazine K-World a souhaité connaître son avis sur l'industrie de la littérature pour enfant en Côte d'Ivoire.

Comment êtes-vous passée à l'écriture pour enfants, et notamment sous la forme de conte ?

Je raconte beaucoup d'histoires à mes enfants depuis leur naissance. Ils m'ont suggérée de les mettre dans un livre. J'ai donc commencé avec « La Lune et Soleil ne se parlent plus ». J'aime aussi partager des histoires avec les enfants.

Et leurs regards émerveillés m'ont incitée à écrire pour eux, afin qu'un plus grand nombre en profite.

J'aime en particulier le conte, pour la morale qui s'en dégage.

Votre livre connaît un succès phénoménal à Abidjan avec plus de 1000 exemplaires vendus en seulement un mois. Vous étiez préparée à cela ?

Je savais que l'on vendrait mais pas en si peu de temps. Il y a encore tellement de monde à toucher. C'est un livre pour enfants, mais qui plaît aussi aux adultes. Nous l'avons lancé un peu comme un test, et l'accueil a été très favorable. Cela m'encourage à aller plus loin.

Comment se porte le marché du livre pour enfant en Côte d'Ivoire selon vous ? Et pourquoi ?

Je pense que le marché du livre en Côte d'Ivoire se porte moyennement bien. J'ai découvert beaucoup d'auteurs et de livres passionnants. Mais je pense qu'on peut mieux faire. Les enfants ont besoin de rêver, de voyager au travers du livre. Ils ont aussi besoin d'être éduqués. Notre rôle est donc important, nous auteurs. Et ce rôle-là conduit à une certaine responsabilité.

Quelle est la suite pour vous ?

J'ai encore des manuscrits dans mon tiroir. Je vais les sortir au fur et à mesure. ■

Pour en savoir plus sur l'auteure : https://m.facebook.com/pkmlvofficiel/about/?ref=page_internal&mt_nav=0

Petit aparté... | L'industrie du livre en Afrique

L'industrie du livre en Afrique, comme partout ailleurs, est en pleine mutation face à la multiplication des supports digitaux. Les auteurs africains sont en pleine révolution en matière d'édition ; ainsi l'offre et la qualité des ouvrages écrits par des africains, est en constante augmentation depuis plus de dix ans.

En ce qui concerne les livres jeunesse, le 23 avril 2021 prochain connaîtra le lancement officiel du « **Club de Lecture sur les Objectifs de Développement Durable** », soutenu par l'Organisation des Nations Unis. « Cette nouvelle initiative multilingue voit les organisations du secteur du livre de tout le continent africain se rassembler et s'engager afin d'enrichir le Club de lecture [...] avec une collection de livres pour enfants en anglais, français, arabe et swahili sur les différents objectifs. »

René Moundzika : « Placer l'humain au cœur du management, voilà ma philosophie »



René Moundzika

Né à Chatillon, dans les Hauts de Seine, d'un père congolais et d'une mère camerounaise, René Moundzika a effectué toutes ses études en France, où il obtient un master en ingénierie immobilière, à l'Université de Nanterre, et un master administration des entreprises, à l'université de Bordeaux. Avant de fonder le Gis groupe, basé à Paris, avec cinq autres bureaux en Afrique, il occupait le poste d'Associate-director au sein du cabinet de conseil anglo-saxon Cushman & Wakefield, avant d'intégrer DTZ, un autre cabinet anglo-saxon comme directeur de département. Il a notamment travaillé au sein du groupe Idec, où il occupe le poste de directeur de développement. Le fondateur du Gis groupe, qui a plusieurs cordes à son arc, est aussi l'actuel vice-président des MIAS, société marseillaise spécialisée dans la promotion, la construction et l'investissement immobilier.

Face aux crises que nous vivons, crise sanitaire, crise économique, provoquant

Directeur général de la société Gis groupe, spécialisée dans le conseil en immobilier et le financement des opérations immobilières, René Moundzika, qui vit entre Paris et le continent africain, enseigne également le management à l'école immobilière parisienne (Ensmi), où il dirige le module entreprise. Le responsable, qui a aussi pour projet de créer une école de référence sur l'immobilier en Afrique, estime qu'il faut mettre la priorité sur l'humain dans la stratégie managériale, devenue cruciale dans un monde en crise. Il livre son analyse à K-world.

la fragilité des entreprises... Comment adapter le management, en remettant l'humain au cœur des priorités plutôt que sur la performance et les résultats à tout prix ?

Placer l'humain au cœur du management, voilà ma philosophie ! Et pour cela, il faut la connaissance de l'autre, mais surtout et avant tout, la connaissance de soi car l'humain est l'essence même de l'entreprise. En cette période, il faut donc lui redonner toute sa place, ce qui veut dire : désamorcer les tensions, booster les équipes, construire une vision et des perspectives d'évolution et mettre en place un rituel de management.

Aujourd'hui de nombreux salariés sont surmenés au travail et toutes les études montrent que les burn-out se sont intensifiés. Comment expliquez-vous ce constat ?

Comprendre et être capable de communiquer avec l'autre est indispensable à tout bon management. Il faut donc mettre en place une communication non violente afin d'établir une relation de confiance avec les collaborateurs. Le manque de tous ces points crée la situation de

tension que nous connaissons aujourd'hui.

Où se situent les pays africains dans le domaine du management ? Le continent est-il au niveau des pays industrialisés ou le chemin est-il encore long pour rattraper son retard ?

Nous sommes un jeune continent et bien que nous soyons vigoureux et apprenions vite, nous ne pouvons pas être aujourd'hui au niveau des pays industrialisés. Cependant par notre culture, nous conservons dans notre « Afri-management » une part importante de l'humain...Une partie de nous qui est naturelle et bienveillante.

Que voulez-vous dire à travers le terme «Afri-management»?

«L'Afri-management» c'est le mot que j'utilise pour parler du management africain. C'est-à-dire un management avec des attitudes de compassion et de chaleur humaine quand dans l'entreprise l'un des salariés est touché par un accident de la vie par exemple.

Vous avez aussi pour projet de créer une école immobilière en Afrique...Pouvez-vous nous en dire plus ? Quelle sera la spécificité de cette école?

La spécificité de cette école sera d'enseigner les différents métiers de l'immobilier et plus précisément ceux liés au management, « Asset Manager », « Facility Manager », « Property Manager ». Dans la perspective de la création de cette école, nous avons ouvert une troisième filiale, GIS Académie, qui a pour but d'organiser des conférences et des séminaires afin de former les professionnels mais aussi les débutants sur des sujets comme la copropriété, l'expertise immobilière, la gestion locative et de délivrer des certificats d'aptitudes à ces métiers.

Le Gis groupe réalise également des études et enquêtes sur les différentes évolutions du continent... La dernière concerne les centres commerciaux en Afrique qui sont en plein essor. Que révèle-t-elle sur ces enseignes alors que la majorité des populations africaines vivent sous le seuil de pauvreté ?

Il s'agit d'une enquête qui parle de l'évolution des centres commerciaux sur le continent africain et on note que ce mode de consommation a tendance à se répandre et ce pour trois raisons : La population des citadins augmente et va dans les prochaines années dépasser la population des ruraux. On constate également que les « Repats » (les africains qui rentrent en Afrique) sont habitués à ce mode de consommation. Enfin, la classe moyenne africaine se développe et tend à consommer autrement.

Quels sont les pays d'Afrique qui sont les plus en avance concernant le développement des centres commerciaux ?

Encore une fois, l'Afrique du Sud, suivi de l'Egypte sont largement en tête, mais le Maroc et le Kenya sont présents dans le top 5. En ce qui concerne les pays subsahariens francophones, le Sénégal et la Côte d'Ivoire ont une longueur d'avance, l'Afrique centrale, plus précisément le Cameroun, commence aussi à s'ouvrir sur ce type de commerces.

L'essor de ces centres commerciaux ne créera-t-il pas de nouvelles inégalités entre les populations les plus aisées et

les moins loties au sein du continent ?

Pas forcément car chaque offre a son public et cela est valable aussi dans d'autres domaines. Dans le monde de l'automobile, par exemple, il existe plusieurs modèles de véhicules à des prix différents et il en va de même pour les modes de consommation...

Peut-on réellement parler de l'émergence d'une classe moyenne en Afrique car aujourd'hui encore il est difficile de penser qu'elle existe quand la majorité des populations vivent dans des conditions précaires et difficiles ?

Bien entendu qu'il existe une classe moyenne en Afrique et celle-ci a un réel besoin de consommer. C'est d'ailleurs cette classe moyenne qui porte la croissance du continent. Elle est ouverte sur le monde et veut s'approprier les produits occidentaux même si elle garde un œil sur sa culture. Les grandes enseignes occidentales l'ont bien compris d'où leur présence sur le territoire africain.

En Afrique, dans la plupart des pays on constate une réelle défaillance dans la capacité des leaders et gouvernants à développer leur pays et améliorer le quotidien des populations. Quel est votre regard sur la question ?

Il est toujours difficile de répondre à de telles questions car le développement d'un pays n'est

pas uniquement lié à la gouvernance et plus spécifiquement aux hommes politiques. Le développement est un tout où chacun a une part à prendre. La phrase suivante a toute sa place : « Ne te demande pas ce que ton pays peut faire pour toi mais ce que tu peux faire pour ton pays ». Les entrepreneurs par exemple peuvent aussi avoir un réel impact dans l'essor du continent, en mettant en place de vrais outils de collaboration à travers un patronat associatif efficace et fort. La réussite de tous profitera à chacun. Malheureusement, aujourd'hui les actions sont très désordonnées. On recherche plus la lumière que l'efficacité.

Aujourd'hui nous vivons à l'ère de la mondialisation, dont tous les pays sont soumis...Que peut bien représenter l'Afrique, qui pèse peut dans l'échiquier politique internationale, face à des géants comme la Chine, ou encore l'Occident? Ne doit-t-on pas imaginer le futur du continent en prenant en compte cette donnée?

Voyons les réalités en face. L'Inde est un pays. La Chine est un pays. L'Afrique est un continent de 55 pays. Tant que l'Union africaine ne sera pas les États Unis d'Afrique il est illusoire de nous prédire la même destinée. Nous partons au combat économique chacun sous sa bannière. Commençons déjà à permettre la véritable libre circulation des hommes et des biens sur notre continent. ■ Assanatou Baldé



René Moundzika et son équipe

Émilie Tibouté Sama : Pionnière du Kanvô 2.0 au Bénin

Nous avons rencontré Mme Émilie Tibouté Sama, la pionnière du pagne tissé traditionnel béninois revisité. Le Kanvô, comme on l'appelle au Bénin, est le tissu des rois et des nobles. Il est réalisé en fil de coton et travaillé sur des machines à tisser manuelles en bois ou en métal. Cet art, très répandu sur l'ensemble du territoire, est pratiqué indifféremment par les hommes et les femmes dans 62 communes sur les 77 du pays.



Crédit photo Sambu Kanvô - Mme Émilie Tibouté Sama dans son show-room

Mme Émilie Tibouté Sama, est originaire du nord du Bénin. Elle a décidé de démocratiser l'usage du Kanvô qu'elle a toujours connu, et de le rendre accessible, notamment au Bénin, au Nigéria, en Europe et aux États-Unis. Elle fait confectionner les étoffes par son équipe d'une cinquantaine de tisserands, pour l'habillement, les accessoires de mode ou la décoration. Rien ne semble pouvoir altérer la contagieuse passion de cette "serial-entrepreneur", pour ce produit exceptionnel, hérité de l'histoire des rois et reines d'Abomey notamment.

Il suffit de visiter son show-room situé à Calavi - Bénin, pour s'en rendre compte.

Une industrie à part entière, mais qui s'ignore (encore) ?

Selon Mme Émilie Tibouté Sama, le besoin national serait de 2000 tonnes de coton et 2 millions de kg de fil (source faitière), pour approvisionner les tisserands béninois. Rien que dans les trois grandes villes du nord du pays (Parakou, Djougou et Natitingou, il y aurait au moins 5000 tisserands, estime-t-elle. Elle est certaine de son fait car c'est une corporation traditionnelle qui se regroupe généralement en coopératives de plusieurs centaines de personnes. Ils forment une communauté cohérente sur l'étendue du territoire national, et

au-delà des frontières, notamment celle avec le Burkina Faso voisin.

En activité courante, Mme Émilie Tibouté Sama produit 200 pagnes par semaines, sous sa marque Sambu Kanvô, et selon les normes traditionnelles. Il faut savoir qu'une pièce de Kanvô fait, généralement, environ 90 centimètres de long sur 40 centimètres de large. C'est la tradition. Pour avoir l'équivalent d'un pagne de 3 yards, il faut donc trois pièces de Kanvô. Mais on retrouve en standard des étoffes jusqu'à 12 mètres de long. La largeur cependant, est relativement constante entre 40 et 50 cms.

Une modernité « cadrée ».

Mme Émilie Tibouté Sama nous a expliqué les différents motifs traditionnels de sa région, ainsi que leur signification. Son motif de prédilection c'est le "pied de pintade" ou "Gonan" en Bariba. Elle affectionne également les rayures « Alkira » (rayures blanc-noir). Alkira est porté par la famille royale et les notables de la cour dans le Nord du Bénin.

Chaque motif permet de définir le rang et le statut de la personne qui porte le pagne. Traditionnellement, la tenue en Kanvô est complétée par un « Gobi », couvre-chef typique au sein de la communauté Bariba. Elle a un troisième motif qu'elle affectionne particulièrement, plus moderne, avec du fil brillant. Les femmes l'appellent « Aunty Toura

» (Tante Toura). Il connote l'autonomie de la femme, son émancipation, sa beauté glorifiée.

Ainsi, comme elle aime à le dire, ses « idées de motifs naissent de l'existant traditionnel » et elle fait en sorte de les moderniser, sur la forme, et sur le fond. Il faut savoir que Mme Tibouté Sama est décoratrice d'intérieur de formation. Donc « travaille la chromatique des couleurs pour faire des créations personnelles ». Elle crée ses propres camaïeux, ses dégradés de couleurs, ses complémentaires et aussi selon le besoin du client. .

“Un modèle économique social productif”

Un potentiel économique sans limites.

Mme Tibouté Sama a choisi de montrer la diversité des usages possibles avec le Kanvô. C'est une « niche pour la création d'emploi et de richesse » répète-t-elle inlassablement. « On peut utiliser le Kanvô dans la mode, la décoration, les bijoux, les sacs ... ».

Ce disant, elle nous a fait visiter son show-room ainsi que le mini atelier / laboratoire dans lequel elle expérimente toutes ses idées.

« J'ai besoin d'avoir les producteurs proches pour pouvoir travailler ». En effet, nous avons pu rencontrer trois de ses tisserands, à quelques mètres seulement de son show-room. Chaque tisserand est un travailleur indépendant. Ils forment avec l'entreprise de Mme Tibouté Sama, un groupement d'intérêt commun, qui ne dit pas son nom. C'est cette proximité et ce travail collaboratif qui lui permet d'être réactive et surtout, prolifique en matière de designs et d'avoir facilement du stock disponible. Elle qualifie elle-même son modèle économique de « social productif ».

Un marché qui peine à s'identifier.

Selon Mme Tibouté Sama, il reste encore à identifier un marché pour se développer. Selon

elle, le modèle social productif qu'elle défend, est idéal pour préserver les populations et les économies locales. Elle a expliqué au magazine, sa volonté d'œuvrer dans le but de pouvoir « équiper des groupes de jeunes femmes qui sont très bien formées mais manquent de matériel. Cela permettrait d'avoir plus de capacité de production ».

Idéalement, elle voudrait collaborer avec 1000 tisserands, dans une logique de « semi-modernisation », afin de ne pas altérer la nature même de l'activité. Selon elle, la mécanisation n'apporte pas de valeur supplémentaire au produit. Au contraire.

Pour ce qui est de la demande, le voisin Burkinabé, serait un bon modèle à suivre.

En effet, au Burkina Faso il y a un marché plus structuré qui compte près de 700.000 tisserands pour un chiffre d'affaires d'environ 7 milliards de francs cfa. Le Faso Danfani est labellisé et a le soutien de la plus haute autorité du pays. La tenue officielle du pays est d'ailleurs en Danfani.

Mme Tibouté Sama se laisse aller à rêver de voir une ordonnance d'État instaurer les uniformes scolaires en Kanvô, tout comme au Burkina Faso



Crédit photo Sambu Kanvô - Gamme kanvôs unis

dans des écoles pilotes.

Lorsque nous lui parlons de projets avortés d'implantation de filatures au Bénin, alors que la demande locale n'est pas satisfaite,

elle dit comprendre. Car, selon elle, « il faut booster la demande avant de penser mettre une filature dans le pays. Booster la demande locale et transfrontalière : s'ouvrir aux marchés internationaux. Il y a aussi le problème de l'énergie. » En effet, c'est un frein majeur au développement du secteur industriel en général, mais les autorités locales semblent confiantes. Le changement arrive.

Organiser la demande, accompagner la production, permettre aux citoyens de s'autonomiser financièrement .

Mme Tibouté Sama croit savoir qu'au sein du C4 (groupe des 4 pays africains producteurs de coton, à savoir le Bénin, le Burkina Faso, le Mali et le Tchad), les États peuvent absorber une partie de leur production, si la demande est mieux comprise et canalisée.

Hélas, depuis 10 ans qu'elle s'est lancée, il y a peu ou pas d'accompagnement officiel, du moins, au niveau du Bénin. Mais « quand on fait quelque chose par passion, on ne compte pas. On est sûr du retour sur investissement tôt ou tard, sous forme pécuniaire et sous forme sociale. Arriver à motiver et drainer des gens c'est motivant. Le social productif crée des emplois, et permet d'apporter des revenus aux gens ne sont pas autonomes financièrement ».

Elle ne croit pas en l'efficacité des aides sociales car dit-elle, « aucune mesure sociale ne peut fonctionner tant que les personnes ne sont pas autonomes financièrement ».

Mme Tibouté Sama travaille sur fonds propres depuis dix ans, et ne s'attend pas à un retour sur investissement avant encore 5 ans. Sa passion demeure intacte et sa détermination à faire connaître le pagne tissé du Bénin dans le monde entier ne souffre d'aucun doute.

Elle prépare une nouvelle collection pour le mois de mars 2021, ainsi qu'une nouvelle collection Sambu Kanvô à l'occasion de la 7^{ème} édition de la Nuit du Pagne Tissé (événement qu'elle organise au Bénin depuis 2011). ■

Habib N'konou | L'humain, le travail et l'excellence, sinon rien

Logisticien de carrière et de formation, détenteur d'un MBA, Habib N'konou a un parcours professionnel fluide et efficace auprès de grands groupes internationaux de transport, spécialisés dans la logistique de pointe. Après 20 ans en occident, il a choisi de retourner au Sénégal pour écrire un nouveau chapitre de sa carrière.

À la suite de mes études supérieures, j'ai cherché à rentrer en Afrique. Cela m'a finalement pris 20 ans. Vingt années qui m'ont permis d'acquérir une expertise, une solide expérience, et un réseau international dans la logistique de santé.

Pendant mes 20 années de carrière, j'ai fait mes armes chez MARKEN, spécialiste de la logistique des essais cliniques, avant de rallier la branche Healthcare du géant américain UPS.

Ce furent des expériences très enrichissantes, d'autant plus que j'ai pu occuper des postes clefs, et conclure en travaillant avec la Fondation UPS, à faciliter l'accès à la santé pour tous, grâce des solutions logistiques adaptées.

Qu'est-ce qui vous a fait quitter la France ?

Quitter la France c'est comme si on fermait une porte. Il ne faut pas se couper du monde. Je n'ai pas quitté la France : c'était une étape dans mon parcours.

L'Afrique est très dynamique. Il faut être surplace pour être capable de saisir les opportunités et participer à son essor.

Pourquoi le Sénégal ?

Parce que je suis natif du Sénégal, et c'est un pays qui compte dans la sous-région.

Manager en France et manager au Sénégal, est-ce que c'est la même

chose ou bien il y a des choses qui ont changées ?

Manager en France et au Sénégal c'est effectivement différent. La dimension culturelle et sociale est définitivement à prendre en compte.

Chaque pays à ses particularités. Il ne s'agit pas de répliquer des modèles. Dans les deux cas il faut parfois être inventif.

Pour ma part, j'ai toujours essayé d'insuffler à mes collaborateurs la confiance en eux, qui pouvait susciter la motivation de trouver dans leur être, des ressources, des qualités qu'ils ne soupçonnaient pas, et qui pouvaient en définitive leur permettre de se distinguer, et surtout d'innover.

C'est cela que je trouve intéressant.

Je serai un bon leader si j'arrive à faire briller les

“Je serai un bon leader si j'arrive à faire briller les collaborateurs qui m'entourent.”



Habib N'konou - CEO de Dr SETT

collaborateurs qui m'entourent.

Être leader s'est montrer la direction, avoir confiance en ses équipes, et les laisser s'affirmer. Il nous a tous fallu un moment une opportunité, pour bâtir au fil des années une expérience, une confiance, qui nous a permis de découvrir notre potentiel. Il faut aussi je pense, savoir transmettre. On peut être déçu, mais dans tous les cas, cela enrichit.

Bien sûr il faut des procédures et des modèles. Mais ces standards sont justes là pour coordonner un petit peu les choses. Mais après, le génie qu'on peut avoir en soi de manière individuelle, il faut pouvoir l'exprimer.

Les outils de travail, notamment tout ce qui va être système d'information, outil digital... sont irremplaçables aujourd'hui pour travailler efficacement. La répétition bien faite, exacte, est ce qui nous distingue et fait que nous avons un niveau de service apprécié, et répliquable à grande échelle.

Une fois que vous avez un système d'information qui vous permet d'avoir la visibilité, qui vous permet d'avoir des alertes, pour savoir à quel moment réagir et impliquer les bonnes personnes dans la hiérarchie, on commence à avoir les bases d'une organisation performante.

Ce n'est pas une question d'Europe ou d'Afrique, c'est une question de pouvoir former les gens et les habituer à avoir comme réflexes, la qualité et la performance. C'est-à-dire, des habitudes qui vous poussent presque naturellement à être proactifs dans la façon de travailler. Le mot proactif est très important.

La dimension culturelle est inéluctable, et il faut savoir l'intégrer. Tout repose sur la posture du manager.

Le défis pour un manager est souvent de pouvoir identifier les bons profils, pour les bons postes. C'est une équation sans fin, qui lorsqu'elle est résolue, à une incidence positive sur toute l'organisation.

Dans les différentes positions que j'ai eues, je me suis toujours soucié d'avoir des équipes qui étaient assez mixées, avec des gens qui étaient de différentes origines, et qui apportaient chacun à leur manière un petit plus. Et puis encore une fois, le domaine de la logistique fait qu'on est exposé au monde entier. On est obligé de composer et de comprendre que l'autre est une richesse.

Au Sénégal, en termes de management, il faut prendre en compte la dimension sociale. Pouvoir participer à la vie sociale de ses collaborateurs, et de la communauté est un plus.

Par rapport à l'occident, si je prends l'exemple de la France que je connais un peu, l'employé vient pour travailler, il vient pour gagner son pain. Mais il a aussi à cœur de revendiquer ses droits à tout moment, et sur tous les points. Ça peut aussi être un handicap pour le développement

“J'ai appris qu'il n'y a rien d'impossible [...] Il faut taper, pousser, se renseigner, trouver des solutions“

des entreprises.

Pour revenir au Sénégal, Il faut également prendre en compte que l'aspect religieux est très important. Le vendredi, c'est une obligation d'aller à la mosquée à la pause déjeuner. Il est cependant important de souligner qu'il y a beaucoup plus d'ouverture et d'entente entre les gens de différentes confessions. Il y a beaucoup plus de tolérance et de considération. C'est un atout.

Quelle est la valeur ajoutée de Habib

en tant que personne, à la fonction d'aujourd'hui. Qu'est-ce qui fait la particularité de votre management personnel ?

La valeur ajoutée que moi j'apporte, c'est que j'ai appris qu'il n'y a rien d'impossible.

Dans la technique (les opérations), une situation qui en apparence peut être vouée à l'échec, il y a possiblement moyen de la rattraper en creusant un peu. Il faut taper, pousser, se renseigner, trouver des solutions. C'est ce à quoi j'ai été habitué. C'est comme ça qu'on m'a formé. C'est comme ça que j'ai appris à travailler.

C'est-à-dire, à faire tout pour pouvoir arriver au meilleur résultat. Il ne faut pas se contenter de standards. Si on peut faire mieux, il faut absolument faire mieux. Ça aussi c'est quelque chose que j'essaie d'insuffler à mes collaborateurs.

Et, il faut être innovant. Pour être innovant, il faut s'intéresser à son environnement, à ses clients, à l'autre. S'intéresser à l'autre, c'est essayer de comprendre ce qu'il fait et quelles sont ses difficultés, afin de lui proposer des solutions. Je pense que c'est cet état d'esprit que j'apporte.

L'autre chose aussi que j'apporte, ce sont des solutions et des méthodes éprouvées que j'ai pu voir faire ailleurs. J'ai eu la chance de voyager beaucoup dans mon parcours, en Amérique Latine, aux USA, en Europe (Nord, Est, Ouest,



Crédit phot AdobeStock 264993167

...), en Asie. J'ai des éléments de comparaison qui me permettent de me rendre compte qu'il n'y a rien d'extraordinaire dans la réussite des autres. La réussite, elle revient à se donner la possibilité de rêver et de pouvoir réaliser des choses sur plusieurs générations.

“Thinking outside of the box” et viser l'excellence en toute chose.

Dernier point, c'est de pouvoir réfléchir en dehors des clous « Think outside of the box ». C'est-à-dire, penser à ce qui ne serait pas des options traditionnelles. Être proactif dans sa façon de faire et puis surtout essayer de trouver l'innovation qui va permettre d'être à la fois plus efficace, plus précis et qui va permettre d'élever le niveau. Si ça doit passer par la technologie, il ne faut pas hésiter à aller chercher la bonne technologie, et faire les bonnes alliances pour que chacun y trouve son intérêt.

L'autre gros point positif, c'est qu'on m'a toujours donné en exemple des personnes qui réussissaient. Je me souviens qu'à l'adolescence

“On m'a toujours donné en exemple des personnes qui réussissaient”

ne pas faire partie des bons élèves, pouvait vous fermer ou vous ouvrir la porte de la camaraderie. On ne voulait pas passer pour le bonnet d'âne. Quand je vois mes anciens camarades d'école, je me rends compte que nous étions notre propre source de motivation, sans mauvais esprit de compétition. Nous avions tous envie d'exceller et de réussir.

Je pense que cette ambition existe toujours. Et que c'est quelque chose qui m'anime dans les entreprises dans lesquelles je m'investis.

« Le minimum n'est pas un but »

Il faut être capable de transmettre ces valeurs, quel que soit son niveau social ou son lieu de vie.

Vouloir mieux, pousser les murs, se surpasser, et se convaincre que le minimum n'est pas un but. Il faut définitivement se donner des objectifs hauts pour pouvoir atteindre un niveau minimum, ou en tous cas, atteindre l'excellence.

C'est un message que je pense qu'il est nécessaire de passer. Parce que dans ces zones qui ne sont pas forcément les quartiers huppés, on a beaucoup de jeunes qui sont talentueux, qui viennent d'ici et d'ailleurs, qui pourraient définitivement mieux participer à la vie sociale, dès lors qu'on leur a montré qu'ils font partie des forces vives d'une nation.

Tout ça pour dire encore une fois que c'est à l'école et dans l'environnement familial qu'on commence à former des futurs leaders. Et des futurs leaders pas seulement africains, mais des futurs leaders mondiaux.

Comment ce que vous faites, peut-il être une inspiration pour un jeune africain aujourd'hui ?

Déjà, en faisant la promotion des entreprises



Crédit photo AdobeStock 294247657

locales. Mettre en avant les entreprises locales qui réussissent bien. Faire en sorte de marier le plus possible l'école et l'entreprise.

Si très tôt on arrive avec des formations en alternance, ou alors, des interventions de professionnels au sein des écoles ou auprès des instituts de formations, on va réussir petit à petit, à faire en sorte que l'enseignement ne soit plus que théorique. Et surtout on arrivera je pense à intéresser plus de jeunes et créer des vocations.

Je prends mon cas : je me suis retrouvé par hasard dans le domaine de la logistique de santé. Le domaine logistique est tellement vaste que j'aurais pu faire de la logistique dans d'autre domaine comme le Oil & Gas, ou toute autre chose, mais ce n'est pas ce qui s'est passé. J'ai découvert ce domaine à travers un stage. Faire la promotion de l'alliance école-entreprise est vraiment quelque chose à encourager.

Les « role models », essentiels pour inspirer les plus jeunes.

Il faut que les entrepreneurs s'investissent également dans cet engrenage. Il faut que les entreprises soient ouvertes à recevoir des jeunes. Ça prend beaucoup de temps pour un professionnel, de prendre une matinée, une journée, plusieurs journées pour se consacrer à un stagiaire ou un apprenant. Mais je pense que c'est un investissement minimum qu'il faut faire.

Cela relève même de la responsabilité sociale de l'entreprise. Quand l'entreprise investit dans la formation à son échelle et ensuite qu'on peut répliquer cette approche à l'échelle de tout un pan de l'industrie, je pense que les résultats sont non négligeables pour les entreprises au bout du compte.

Car ces entreprises vont avoir à leur disposition des jeunes qu'ils ont appris à connaître et surtout des jeunes qui sont compétents une fois leur formation achevée.

Un système éducatif volontariste pour appuyer la société civile.

Je pense modestement qu'il faudrait mettre en place dans l'éducation, des méthodes qui permettent à ces jeunes de prendre très vite conscience de leurs aptitudes naturelles. On est tous différents. On a tous des qualités et des défauts. Mais je pense que dans notre cursus d'éducation, prendre en compte nos faiblesses mais aussi et surtout nos qualités, peut pousser ces jeunes à faire les bons choix professionnels.

Je pense qu'il est aussi important, de pouvoir, dans ces programmes d'éducation, insuffler aux jeunes le goût de l'entrepreneuriat. Bien sûr tout le monde n'est pas fait pour être entrepreneur mais comprendre que l'entrepreneuriat dynamique crée par ricochet une économie dynamique, crée un pays dynamique, c'est pour moi une approche qui a du sens. Le plus tôt le goût d'entreprendre est insuffler aux jeunes, le mieux c'est. Il faut pousser les jeunes qui en ont envie, à rêver et surtout à oser.

S'ouvrir au monde, sans se fourvoyer.

Le monde est vaste. Il faut aller à son contact et revenir avec dans sa besace, toutes les richesses que ce monde peut vous donner. Et ça c'est l'histoire même de l'homme. Il faut sortir chercher sa pitance et puis rentrer à la maison, avec tout ce qu'on peut apprendre et tout ce qu'on peut avoir comme richesse et comme

“Il faut pousser les jeunes qui en ont envie, à rêver et surtout à oser”

nourriture à partager avec les siens. Ça ne veut pas dire qu'il faut aller voler. Il faut observer, et faire aussi bien, sinon mieux.

Concrètement, je ne suis pas de ceux qui pointent du doigt l'État. Je suis convaincu que la réussite individuelle multipliée par X individus de la même communauté, du même pays, de la même famille, de la même région qui réussissent, ça crée les conditions du développement. Donc

il faut se développer individuellement pour qu'ensuite le pays soit développé. Et la solidarité viendra avec.

Donner l'exemple, être une solution.

J'ai en tous cas, moi, à cœur de faire en sorte que je puisse influencer autant que je peux mon environnement direct. Ça commence déjà par l'éducation de nos enfants. Donc moi ces valeurs, j'essaie déjà de les transmettre à mes enfants, ensuite à mes équipiers, et à mes partenaires.

Il faut qu'on soit décomplexé dans la façon dont on parle aussi aux partenaires internationaux, tout en les respectant, en faisant en sorte qu'ils comprennent qu'on est des vecteurs de leur réussite dans la région. Pour qu'eux puissent réussir, il faut que nous aussi nous puissions réussir. Ça doit être des partenariats selon la formule qui est devenue aujourd'hui banale : « gagnants-gagnants ».

Mais la gagne c'est à tous les niveaux. C'est au niveau du transfert des technologies. C'est au niveau des formations. Aujourd'hui, avec le COVID, nous sommes contraints de travailler à distance avec les outils de communication. Il faut absolument que tout ça nous serve pour rebondir. On n'a finalement pas forcément besoin de voyager pour aller s'éduquer, pour ce qui est de la formation technique. On a besoin de voyager pour pouvoir comprendre le monde.

Si on réussit à faire comprendre aux jeunes de condition sociale un peu moins favorable, que l'extérieur, l'Europe, l'Occident n'est pas le seul moyen de s'en sortir dans la vie, on aura gagné un beau combat.

Parce que, à la fin de la journée, on aime toujours son pays. J'ai moi le sentiment que quels que soit les lieux où l'on est, on peut être bien, dès lors qu'on a le minimum de conditions pour s'épanouir et pouvoir partager ce bonheur avec les siens, et sa communauté. ■



K-World est un magazine digital, bimestriel, dédié aux **Entrepreneurs** Africains et Afro-descendants partout dans le monde



ABONNEZ-VOUS

et allez à la rencontre de (vrais) héros ordinaires, du monde des affaires

<https://www.kworldmagazine.online>





Consommation & Expériences clients

Mode & habillement

p48

Tendance | Caroline Ingalls toujours tendance en 2021 ! p48
Guinée - Société | Kaade Cosmetics lutte contre les altérations cutanées. p48
Société | Un regard appuyé sur la dépigmentation de la peau. p50

Foodies & Co

p51

France - Restaurant | Mirane Cook, à la découverte de nouvelles saveurs. p51
France - Coup de coeur | Poulet Mayo à la conquête de la France. p52

Art & Culture

p54

Cameroun - Parcours | Efuet And. Atem partage son expérience dans un livre "espoir". p54
Nigéria - Animation | Uzoma Dunkwu sur le potentiel du secteur de l'animation en Afrique. p55



Crédit photo Debraguess Images - Blackfrenchfeelings

La Chronique Fashion de @Blackfrenchfeelings | Caroline Ingalls toujours tendance en 2021 !

Bonne Année 2021 ! Je l'espère pour vous, riche de rencontres, d'opportunités, d'idées nouvelles, de leçons, et également abondante de contrats !!!

L'année 2020 a été très rude, 2021 est l'année de la relance ! Mais pas que dans le Monde de l'entrepreneuriat, dans la mode aussi !

Petite anecdote, dernièrement je regardais un épisode de La petite maison dans la Prairie, (oui encore !), et là, Caroline Ingalls apparaît à l'écran vêtue d'une veste vert-claire à manche ballon ...elle était magnifique.

Je me suis dit mais c'est le style de veste qu'on porte aujourd'hui ! ...Vraiment dans la mode, on revient toujours à ce qui a déjà été fait ! La mode est un éternel recommencement... on connaît tous cette fameuse phrase n'est-ce pas ?!...



Extrait du film : La petite maison dans la prairie, Episode 6, Saison 10

Voilà, donc tout ça pour vous dire que, si vous

avez craqué l'année dernière pour les manches ballons, sachez qu'elles restent très tendances en 2021 ! Gardez-les dans vos dressings !

Oh ! Et une autre pièce tendance pour cet hiver, le top sequin. En générale les tenues pailletées se portent en soirée ... Mais je vous conseille d'oser les porter en journée, pour vos rendez-vous d'affaire par exemple ... Un joli haut pailleté avec un pantalon noir et des escarpins, c'est très classe ! En portant cette tenue, vous vous affirmez, vous vous démarquez, et croyez-le, on se souviendra de vous.

Allez ! Un peu d'originalité, et de gaité dans vos tenues d'hivers ... soyez moins sobres, moins strictes, et moins frileuses (dans tous les sens du terme !)

Attaquez l'année 2021 de mille feux !

■ Blackfrenchfeelings

Guinée-Société | Halte aux pratiques discriminatoires et d'altération cutanée, cheval de bataille de "Kaade Cosmetics"

Mettre le holà sur les allergies dont sont victimes les Albinos exposés aux rayons de soleil est son sacerdoce, dissuader les personnes subjuguées par l'illusion de la beauté, son obsession. Des objectifs qui habitent "Kaade Cosmetics", une entreprise de produits cosmétiques qui sort des sentiers battus.

Pas de statistiques officielles sur le nombre d'Albinos vivant en Guinée. Kaade Cosmetics en dénombre cependant plus de 500, rien que dans la capitale Conakry. Obtenus grâce à un relai associatif, ces chiffres difficilement

vérifiables sur place permettent néanmoins à l'entreprise de mieux cibler cette clientèle, objet de tous les fantasmes.

Pour aguicher les Albinos, Kaade Cosmetics met en avant les allergies liées à leur exposition au soleil. De quoi se constituer un vivier d'acheteurs potentiels. Plusieurs associations d'Albinos fascinées par l'efficacité des produits de l'entreprise plaident pour une subvention des pouvoirs publics. De plus, l'entreprise tente tant bien que mal d'élargir sa clientèle.

L'énergie de la résilience

Composé d'hommes et de femmes épris de justice sociale, Kaade Cosmetics tient mordicus à remettre les pendules à l'heure. L'entreprise pourtant dans les langes, enregistre des résultats encourageants grâce à l'énergie de la résilience.

Mais ils sont faméliques au regard des perspectives d'avenir que la structure veut se dessiner. Alors, elle ratisse large : des guinéens

appâtés par l'illusion d'une beauté se traduisant par la blancheur de la peau viennent s'ajouter à son tableau de chasse.

Ils sont des milliers, selon des données non officielles à se lancer dans cette équipée. Plus de 300 d'entre eux ont déjà pu tester et jauger l'efficacité des produits hydratants qui leur ont été gracieusement distribués par l'entremise d'une association dénommée [Volucod](#) (Compte Twitter), volontaires pour la lutte contre la discrimination et la dépigmentation.

Le but pour Kaade Cosmetics, faire connaître sa gamme de produits cosmétiques et inciter ses "cobayes" à créer un appel d'air pour assurer son essor dans un futur proche.

Affiches à l'effigie de personnes présentant un teint naturel rutilant de sourires de bonheur, campagnes d'information sur l'utilité des produits à vendre, sa présidente et fondatrice semble plus que jamais déterminée à propulser la structure dans une nouvelle dimension.



Crédit photo Ly Photographie - Kaade Cosmétique & Volucod



Crédit photo Ly Photographie - Kaade Cosmétique & Volucod

Le bio au service du bien-être cutané

Créative, ingénieuse, et diplômée en Ressources humaines de l'université de Namur (Belgique), Halimatou Diallo entend donner une résonnance à son combat, celui de préserver la peau naturelle des effets pervers.

Pour ce faire, elle s'appuie sur le bio pour conférer à son entreprise un cachet écologique. Kaade Cosmetics, une entreprise bio au service du bien-être cutané déploie de ce fait son savoir-faire dans la fabrication de produits naturels qui se présentent sous plusieurs formes : une pour maintenir le teint à l'état pur et les deux autres pour respectivement réparer les peaux

altérées par la dépigmentation et protéger celles susceptibles d'être abîmées par les rayons de soleil.

Ces produits bien qu'en phase d'expérimentation devraient selon toute vraisemblance conforter la stratégie protéiforme de Kaade Cosmetics. Suffisant pour espérer entrevoir des jours heureux pour une entreprise qui fait peau neuve pour le mieux-être cutané.

■ Mohamed Djibril Camara



Crédit photo AdobeStock 297397941 - Femme Indienne après un traitement blanchissant.

Un regard (appuyé) sur... | La Dépigmentation

Un mot-clé dans l'article sur le combat de Kaade Cosmetics et Volucod en Guinée, a retenu l'attention de la Rédaction K-World Magazine. C'est le mot « dépigmentation ».

Il suscite toujours beaucoup d'émotions, du déni, du dégoût, de la fascination... Tout dépend du côté où l'on se situe. Celui des bénéficiaires, celui des observateurs (impuissants ?) ou celui des usagers (victimes ?).

Peu importe en réalité, car on parle d'un phénomène global, qui se retrouve sur tous les continents, et dans tous les groupes ethniques dit, « non-blancs », ou « racisés ». En Asie, lieu où la pratique de la dépigmentation est très répandue également, on parle d'un marché potentiel de 8,6 milliards de dollars en progression rapide pour atteindre 12,3 milliards en 2027 (source Globenewswire.com). Les chiffres ne sont hélas pas toujours vérifiables, mais ils sont toujours spectaculaires. Certaines études scientifiques ou empiriques annoncent des taux entre 25% et 77% de pratique de la dépigmentation volontaire chez des femmes et des hommes dans certains pays.

L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) s'est évidemment penchée sur la question et émet des recommandations sans équivoque sur cette pratique. Elle est dangereuse pour la santé (cancers, lésions cérébrales, et parfois, des désordres psychiques).

Mais tout indique que les opérateurs économiques qui fournissent les produits éclaircissants pour la peau, ont encore de beaux jours devant eux. Car cette pratique s'appuie sur des éléments psychologiques puissamment ancrés chez ses adeptes, garantissant ainsi des revenus importants aux acteurs de cette filière.

Dans une interview accordée à nos confrères du magazine Afrique Renouveau en 2019, Madame Shingirai Mtero (Professeure et chercheuses en sciences humaines et sociales à l'université de Rhodes en Afrique du Sud), explique que « la blancheur a été érigée en norme universelle de progrès. Lorsque les gens parlent de blancheur, il ne s'agit pas nécessairement d'être physiquement blanc, mais d'accéder à des choses auxquelles les blancs ont facilement accès : privilèges, statut économique et social ».

De beaux jours devant eux dissons nous.... Selon une étude de Industry Research, le TOP 5 mondial des enseignes cosmétiques de cette catégorie sont (1) Hawknd Manufacturing, (2) L'Oréal (3) Procter and Gamble (4) Shiseido et (5) Vaseline.

Les implications sanitaires, sociales et sociétales de la dépigmentation sont considérables, et méritent une attention particulière des législateurs dans les pays producteurs et les pays consommateurs. Mais hélas, il semble qu'à ce jour la bataille tourne plutôt en faveur des préoccupations financières. Une affaire à suivre donc. ■



Crédit photo Andréa Adikpeto - Mirane Cook - France

Les coups de ❤️ gastronomiques d'Andréa | Mirane cook, à la découverte de nouvelles saveurs

Vous êtes fin gourmet, vous n'avez pas peur de tester de nouvelles saveurs et vous aimez la gastronomie afro-européenne ? Le nouveau restaurant Mirane cook a pour vocation de répondre à toutes vos envies et bien plus..

Vous le savez déjà, je suis une fan du réseau social Instagram pour mon plaisir personnel mais aussi pour un but professionnel. C'est donc sans grande surprise que je suis souvent martelée de publicité mais cette fois-ci, c'est celle de Mirane cook qui a attiré toute mon attention. Un clic suivi d'une visite rapide de leur profil a suffi à me convaincre de tester ce restaurant.

Mais avant ça, j'avais besoin d'en apprendre davantage sur l'histoire de sa création.

Mirane cook, c'est la rencontre entre deux personnes qui

partagent une vision commune sur l'entrepreneuriat. C'est avec la cofondatrice Cynthia Brou que j'ai pu échanger. Originaire du Sénégal et de la Côte-d'Ivoire, cette maman de 33 ans mène une double vie entre son activité principale et cette nouvelle aventure dans la restauration. C'est un secteur dans lequel elle a toujours voulu travailler et elle reconnaît aimer être en contact avec la clientèle. Ce projet, elle l'avait en tête depuis plusieurs années mais ce n'était pas le bon moment. On dira merci à la crise sanitaire que nous vivons actuellement, car c'est à l'issue du premier confinement et d'une remise en question qu'elle s'est dit pourquoi pas ? Chacun d'entre nous passe sa vie à travailler pour un employeur alors qu'on pourrait également mettre autant d'énergie dans nos projets personnels. À l'aide



Crédit photo Andréa Adikpeto - Mirane Cook - France

de ses expériences personnelles et de recherches approfondies sur le sujet, Mirane cook a été lancé en décembre dernier.

La carte

Chez Mirane cook, vous mangerez bien évidemment les classiques tels que le yassa et le mafé, mais vous découvrirez aussi des saveurs d'ici (la France) et d'ailleurs. Gastronomie afro-européenne rime avec le mariage de plusieurs cultures, dans le but de proposer des plats africains ou pas, de manière revisitée. L'associé de Cynthia qui est également le cuisinier, essaye à travers les différents plats proposés, de nous faire découvrir de nouvelles saveurs. Des fruits particuliers ont été recherchés pour être préparés dans un dessert ou alors associés au poulet ou au poisson.

Pour moi, ce mariage entre différents goûts et textures est un véritable voyage culinaire pour toute personne qui testera les brochettes de boudin à l'ananas ou le bar afro-fusion par exemple. C'est d'ailleurs pour le second plat que j'ai craqué, car comment résister face à du bar associé à de la mangue, du coulis de miel ainsi que des amandes grillées ? Ce n'est

pas tout, j'ai également voulu tester le riz rouge, les pastels à la viande en entrée, du jus de gingembre pour se rafraîchir et puis le thiakry en dessert pour une note sucrée.

Verdict ?

Les pastels étaient très bonnes quoiqu'un peu petites. Le poisson n'était pas mal. L'alliance avec la mangue et les amandes en bouche est particulière, mais bonne. Le riz manquait un peu de sel à mon goût, et le thiakry était excellent, ni trop sucré ni trop acide ; Je testerai celui avec de l'ananas la prochaine fois pour changer. Mon seul regret : l'absence de piquant dans le jus de gingembre. Je m'attendais à avoir cette sensation de brûlure quand on boit un jus bien corsé mais ce n'était pas le cas. Dans l'ensemble, c'était une commande relativement bonne. Je tiens également à préciser qu'ils ne sont pas avares sur les quantités.

Point positif pour ce restaurant : la richesse de la carte. Aujourd'hui j'ai mangé du bar, demain je peux commander du saumon, après-demain des gambas et la semaine suivante de l'agneau. Ceci n'est pas anodin, car Cynthia me confie que lorsqu'on est habitué à manger dehors le midi, on se retrouve vite à avoir fait le tour de la carte des restaurants du quartier. En raison de cela, elle tenait absolument à ce que chaque commande passée chez Mirane cook puisse être différente pour le client.

De plus, l'introduction du poké à la carte est un autre moyen pour le client de laisser libre cours à son imagination ou ses envies, lorsqu'il commande. Pour Cynthia, c'est « marrant » de voir ce que les gens

commandent car nous n'avons pas tous les mêmes envies, et grâce à leur carte variée, ils arrivent à répondre à tout le monde. Cette diversité permettra par la suite de pouvoir ajuster la carte selon le

succès des plats.

Et demain ?

Les plats de Mirane cook sont pour le moment uniquement disponibles

à la vente à emporter ou livraison car ils sont toujours à la recherche DU local pour tous nous accueillir comme il faut.

Ils sont disponibles sur les

plateformes Ubereats et Pulp. ■ [Andréa Adikpeto](#)

MIRANE COOK
24 rue becquet, 92000 NANTERRE
07 54 36 60 82
Disponible sur : Uber eats et Pulp



Crédit photo Andréa Adikpeto - Nono Mayindombé

Les coups de cœur gastronomiques d'Andréa | Poulet Mayo à la conquête de la France

C'est à partir de rien que les fondateurs du restaurant Poulet Mayo Paris, s'imposent aujourd'hui dans la restauration africaine en France. Grâce à leur produit phare : le poulet mayo, ils se démarquent et souhaitent le faire entrer dans les mœurs françaises.

L'objectif ? Démocratiser la nourriture Congolaise. Et ainsi permettre aux Français de commander Congolais comme ils commanderaient Japonais, Italiens ou Libanais.

Les fondateurs

Alors, qui se cache donc derrière cette nouvelle pépite, découverte par hasard sur Instagram ? Deux frères, Nono Mayindombé et Ludovic Mabhouma, tout droit venus de Kinshasa. Mais attention, ils sont certes à la tête d'un des restaurants congolais les plus en vogue du moment, mais ce ne sont pas des cuisiniers, bien au contraire.

En vérité, avant cette folle mais superbe aventure, Ludovic et son frère n'auraient probablement pas pu vous faire cuire un œuf.

Surprenant n'est-ce pas ! Cela ne les a pas empêché de se faire un nom, car à deux ils forment un duo de choc. Même si bon nombre d'entre nous sommes familiers avec l'adage qui dit « no family in business », ils sont bel et bien l'exception.

Durant notre échange, Nono a souligné le fait qu'il n'aurait pas pu travailler avec une personne autre que son petit frère, car leur tandem performant est basé sur la confiance, la franchise et surtout leur capacité à se compléter. Et petite confidence, ils ont toujours eu envie de créer quelque chose ensemble ; maintenant c'est fait.

La genèse de l'histoire

C'est à Kinshasa, il y a environ 5 ou 6 ans, que la recette du poulet mayo est apparue pour la première fois. Nos deux frères, comme tout le monde, sont tombés sous le charme de ce plat délicieux, et en consommaient à chacun de leurs passages au pays.

Malgré la frénésie autour de ce mets, aucun restaurateur en France ne savait reproduire la recette tant désirée. C'est à partir de ce constat que Ludovic et son frère ont eu un déclic, et se sont lancés dans une recherche effrénée de cette recette.

Après 2 mois d'investigation, ils ont fini par trouver un cuisinier capable de la faire mais seul hic, il habitait à Kinshasa. Ils décidèrent coûte que coûte de le faire venir en France car ils avaient trouvé la bonne personne, et j'ai envie de dire, heureusement !

Un démarrage en fanfare

Et puis Jackpot, c'est un succès fulgurant, les clients s'arrachent le poulet mayo. Le jour du lancement, 10 poulets étaient prévus à la vente mais ce sont bien 50 qui se sont vendus comme des petits pains, soit le stock initialement prévu pour la semaine.

Vous vous imaginez bien que les deux frères franciliens ne s'attendaient pas à autant d'engouement pour leur produit, Nono le confirme « on s'est pris un tsunami en plein visage et on a eu peur ». Ils s'étaient pourtant lancés sans grande conviction mais en seulement 3 mois, ils ont réussi à attirer l'attention d'Adidas pour l'un de leurs événements, l'Adidas Tango League.

Et maintenant place à la star : le fameux poulet mayo.

Je l'ai commandé, accompagné de chikwangue et de makemba. L'appellation des plats a beaucoup d'importance, donc préférez le terme « makemba » à « allocos » ; à bon entendre !

Mon plat est arrivé froid, rien de

surprenant compte tenu de la distance entre le restaurant et mon domicile. J'ai donc passé mon poulet environ 5 minutes au four et le chikwangu 30s au micro-onde. Nono et Ludovic ont tenu à garder l'authenticité de la recette, mais aussi de sa présentation. Ainsi le plat arrive, emballé dans du papier kraft comme au pays.

Pour ceux qui connaissent, ça m'a tout de suite fait penser au chachenga.

Parlons plus sérieusement, comment était le poulet ? J'ai croqué dans un poulet tendre. Le choix des épices est parfait car l'assaisonnement est impeccable. Le poulet étant cuit au feu de bois, j'ai tout de suite senti ce goût de barbecue en fin de bouche.

Quant au chikwangu, il était mou et pas sec, contrairement à ce que l'on peut trouver sur le marché. Je n'ai pas fini mon plat ce soir-là, tout simplement parce qu'ils ne sont pas avares sur la quantité de poulet : un très bon point positif !

Les restes ont donc été mangés le lendemain et c'était toujours aussi bon. Je tiens également à préciser que si vous recherchez un plat sain, Poulet Mayo est THE adresse qui coche toutes les cases. Il y a peu, voire pas du tout de gras, mis à part la mayonnaise. Les légumes sont frais, le chikwangu est fait le jour même et bonus, l'emballage est recyclable. Alors que demander de plus ?

Une ambition plus grande qu'il n'y paraît

Pour en revenir à la genèse de Poulet Mayo, sachez que ça n'a pas été de tout repos pour nos

deux entrepreneurs qui au départ étaient tous deux salariés. Entre les personnes qui ont essayé de leur faire de la mauvaise presse, les concurrents qui ont voulu copier leur business model et tout simplement leurs mauvais choix, ils ont réellement appris à tirer un enseignement de chaque expérience.

Tout cela, ils l'ont vécu pour les objectifs suivants : redorer



Crédit photo Andréa Adikpeto - Poulet Mayo

l'image des Congolais et montrer la pluriculturalité de cette communauté. Ce n'est pas une mince affaire et pour y arriver. Il a d'abord fallu obtenir le soutien et l'approbation de la communauté congolaise quant à la qualité de leur produit.

Nono et Ludovic aimeraient que le poulet mayo se retrouve sur toutes les tables, peu importe la nationalité. Ainsi, quelques ajustements ont été apportés à la recette d'origine. En effet, la poule a été remplacée par le poulet pour sa chair plus tendre. La viande est halal pour ne pas exclure les musulmans. Ou encore, l'ouverture

5 jours par semaine plutôt que 3, à la demande des clients.

Ainsi, les deux frères ont réussi à toucher une clientèle diversifiée, ce qui leur a même permis par la suite, de déposer la marque « Poulet Mayo ».

Nono reconnaît qu'ils sont toujours en phase d'apprentissage et c'est ça le fondement d'un business à succès. Pour lui, un

nous n'étions pas prêts [...] quand on a commencé c'était vraiment du n'importe quoi, on n'avait pas de vision ». Et pourtant aujourd'hui, Poulet Mayo existe.

Ils collaborent avec d'autres entrepreneurs et sont même contactés par certains d'entre eux pour obtenir des conseils. Mais ce n'est pas tout, chez Poulet Mayo les femmes occupent une place très importante. Quand les hommes sont à la cuisine, les femmes sont dans les bureaux.

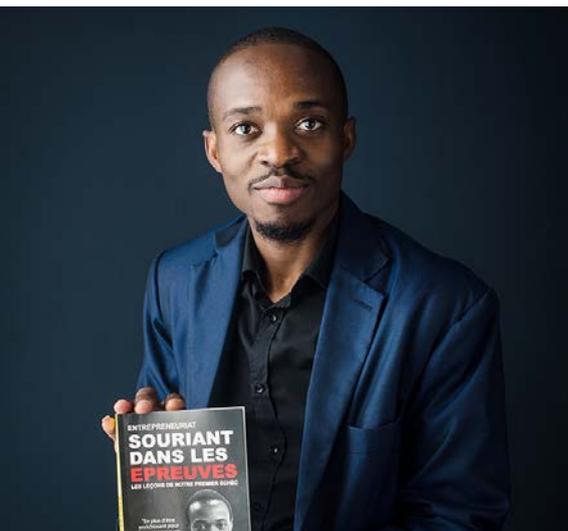
Les frères Mayindombé veulent montrer que la femme n'a pas besoin d'être mariée pour être respectée mais qu'au contraire elle est intelligente et talentueuse au même titre que les hommes. C'est pour eux un réel combat et ils ont même fait un don à une association qui aide les femmes au Kivu (RDC).

Vous l'avez bien compris, Poulet Mayo est là pour un bon moment et a pour objectif de tous nous impacter positivement.

Et pour la suite ?

Un restaurant hyper original devrait voir le jour dans les années à venir. Quant à la carte, ça sera toujours du poulet mais de nouveaux plats seront bientôt ajoutés.

En attendant tout cela, on me dit à l'oreillette que le site internet (www.pouletmayo.com) arrive bientôt donc plus besoin de commander uniquement par SMS (au +33 7 66 60 38 26) car le click-and-collect sera également disponible dans les départements du 91, 92, 93 et 94. ■ [Andréa Adikpeto](#)



Efuat Andrew Atem | Crédit Photo : Magda Laze Photographie

Parcours | Efuat And. Atem partage son expérience dans un livre "Espoir"

Je m'appelle Efuat. Je suis né au Cameroun, dans la région anglophone. En 2012 j'ai intégré le cursus génie mécanique de polytechnique Yaoundé.

J'ai été arrivé en France en mars 2014 (au Mans) dans le cadre d'un double diplôme en génie mécanique. En 2015 j'ai eu un double diplôme en Génie Mécanique et conception et modélisation de structures. J'ai aussi eu un statut d'étudiant entrepreneur dans le cadre de mon projet World Like Home, que j'ai lancé immédiatement après mes études.

Dites-nous ce que fait votre entreprise World Like Home, et ce qui a inspiré ce projet en 2015 ?

World Like Home est née de ma propre expérience. A mon arrivée ici en France en 2014, j'avais eu beaucoup de difficultés pour l'accueil, l'intégration et l'installation. C'est dans l'optique de supprimer ce malaise que beaucoup d'étudiants étrangers ont quand ils arrivent en France, qu'avec des amis, nous avons lancé World Like Home en 2015.

Nous nous sommes demandés comment améliorer l'accueil des étudiants étrangers en France. Nous avons fait face à beaucoup de

difficultés et deux ans après, en 2017, on a été obligés de déposer le bilan, avec environ 30000 euros de dette sur l'entreprise.

L'offre de World Like Home c'est d'accompagner un étudiant, peu importe la ville ou le pays d'où il vient. Que ce soit les Etats-Unis, la Chine, l'Inde, le Cameroun, le Kenya, le Nigéria, c'est l'accompagner de A à Z dans ses procédures (logement, inscription, installation, retour d'expérience etc...).

Nous nous faisons connaître à travers les réseaux (sociaux) Facebook, par exemple. Nous écrivons beaucoup de contenu, nous avons un forum où on répond aux questions des étudiants. Et puis il y a le bouche-à-oreille.

Nous avons entre 600 et 1000 personnes actives dans la communauté. Nous sommes ouverts à tout le monde, mais nous avons essentiellement actuellement des étudiants africains et asiatiques.

On est 4 personnes dans la structure. Anciennement, nous étions en SARL puis il y a eu le dépôt de bilan fin 2017. Nous fonctionnons actuellement en communauté sur les réseaux sociaux mais notre objectif est de nous relancer en SAS.

Dans l'équipe, il y a trois africains et un asiatique. Au début il y avait deux européens mais qui sont partis.

Qu'est-ce qui vous motive à continuer cette aventure malgré l'échec ?

C'est une excellente question. A chaque fois, on se pose toujours la question de savoir pourquoi on avait décidé de lancer World Like Home. Et pour moi, c'est une question qui est capitale. La réponse est toujours la même. On veut que tout le monde puisse être accueilli. Nous voulons que tout étudiant arrivant en France pour ses études, puisse se sentir accueilli. Puisse se sentir chez lui.

L'autre question qu'on se pose, c'est, est-ce que ce besoin existe encore ? Est-ce qu'il existe encore aujourd'hui des étudiants qui ont besoin de ce que nous on propose ? Et la réponse est affirmative. De là, on sait que toutes les autres difficultés sont passagères et qu'il faut

apprendre à les gérer.

Pour les statistiques, il faut savoir qu'aujourd'hui en France, le marché auquel on s'attaque c'est 300 000 étudiants chaque année pour la France. Si on prend en compte la politique « Bienvenue en France », l'idée est de passer de 300 à 500 000 (étudiants) d'ici à 2025. Cela veut dire que nous aussi on peut accompagner l'État dans cette démarche de rendre la France beaucoup plus attractive aux yeux des étudiants internationaux. Sachant aussi que les statistiques de « Campus France » (*organisme en charge de l'accompagnement des étudiants étrangers qui souhaitent étudier en France*), disent que moins de 1 étudiant étranger sur 4 se dit satisfait de l'accueil en France. Donc nous on est conscients du travail qu'il y a à faire, et on est conscients aussi du besoin pour ce que nous on propose. C'est ça aussi qui nous donne la force pour continuer chaque jour.

Vous avez écrit un livre sur ce que vous appelez un échec.

J'ai décidé de mettre mon expérience sur papier. J'ai écrit un livre, « Souriant dans les épreuves, les leçons de notre premier échec » d'abord, parce que c'est le livre que j'aurais moi-même aimé avoir au moment où j'ai lancé World Like Home. Parce qu'on a commis beaucoup d'erreurs. Si je savais tout cela on aurait pu faire autrement.

Deuxièmement, j'aimerais partager aussi cette expérience avec les autres, pour qu'eux aussi puissent apprendre de nos erreurs.

C'est en quelque sorte une forme de thérapie. C'est une forme de dialogue avec soi-même et de guérison aussi. Parce qu'on a vécu des choses auxquelles on ne s'attendait pas du tout.

Le livre fait 300 pages, et est disponible en ligne, sur Amazon et sur le site Internet de notre entreprise, en français et en anglais.

La vie d'un entrepreneur est comparable à la vie d'un sportif de haut niveau. Tous les jours ce sont des sacrifices et des efforts. Les récompenses ne sont jamais garanties. ■

Commander le livre : <https://fr.smilinginhardships.com/>

Animation | Pour Uzoma Dunkwu l'industrie de l'animation en Afrique n'est pas (encore) prête

Nous avons eu le privilège d'échanger avec M. Harry Dunkwu ; mais, il préfère qu'on l'appelle Uzoma. Nous n'avons pas pu nous rencontrer en personne mais grâce à la technologie, nous avons pu parler de lui, de ce qui l'inspire et de ce qui peut être fait pour le soutenir.

Mais, commençons par le présenter. M. Uzoma Dunkwu, est directeur de l'animation et consultant en développement visuel dans l'industrie de l'animation. Il est basé à Lagos, au Nigeria. Il y a six ans, il a fondé [Scroll Entertainment](#), un studio de développement et de production de contenus numériques, au Nigéria.

Sa carrière est en plein essor en ce moment puisque M. Uzoma Dunkwu produit actuellement son propre premier court métrage d'animation, avec le soutien d'un producteur d'animation hollywoodien et d'un compositeur de musique nommé aux Grammy Awards. Le film sera en lice

pour une nomination aux Oscars en 2022.

Entretemps, il devrait rejoindre l'équipe de développement de Walt Disney Television Animation.

Sources d'inspiration et de motivation.

Nous voulions savoir s'il se sentait plus artiste ou entrepreneur. Sa réponse a été spontanée. Entrepreneur ; même s'il travaille dans l'industrie de l'art.

Parce que nous sommes vraiment tombés



Crédit Photo Uzoma Dunkwu - Himba Boy

amoureux de ses créations, nous avons voulu connaître ses sources d'inspirations. Mais également, s'il fallait déceler et comprendre autre chose, de plus profond dans ses choix thématiques.

« Il y a peu de représentation d'Africains dans les dessins animés. Nous avons besoin de personnages originaux pour pouvoir raconter les histoires africaines. Nous devons raconter nos histoires nous-mêmes, afin de changer la perception du monde à notre égard. J'ai à cœur de présenter la culture africaine de la meilleure manière possible. Plus générique et positive ».

Donc, il y a clairement autre chose derrière la posture managériale.

S'approprier le potentiel économique de cette industrie, pour l'Afrique.

D'un point de vue commercial, M. Uzoma Dunkwu est tout à fait pertinent, lorsqu'il dit : « C'est à nous de nous approprier notre monde et notre art par le biais de la propriété intellectuelle. Les affaires reposent sur le contrôle de la propriété intellectuelle ».

Une enquête disponible sur [statista.com](https://www.statista.com), montre que les estimations pour le revenu mondial de l'industrie de l'animation en 2020, sont supérieures à 270 milliards de dollars américains. L'industrie connaît une augmentation constante depuis 2017 (254 milliards de dollars). Nous n'avons cependant pas pu trouver suffisamment de données pertinentes à propos du marché africain de l'animation. Mais selon M. Uzoma Dunkwu, le problème majeur est le financement, et non le talent.

“Il y a peu de représentation d'Africains dans les dessins animés”

Une autre étude disponible sur [researchandmarkets.com](https://www.researchandmarkets.com), précise que le budget moyen pour produire une animation varie entre



M. Uzoma Dunkwu

20 et 300 millions de dollars. M. Uzoma Dunkwu a estimé qu'il fallait environ 50 millions de nairas pour une animation de dix minutes. Cela représente environ 132 000 dollars. Pour vous donner un peu matière à réflexion, sachez que le budget moyen d'un film tourné à Nollywood, varie entre 25 000 et 70 000 dollars ([un.org](https://www.un.org)), soit entre 9,5 et 26,6 millions de nairas.

Le marché africain présente un potentiel énorme, pour des raisons évidentes. Pour ceux qui s'intéressent à l'industrie, notez que 26% de la population mondiale a moins de 15 ans (cela fait 2,08 milliards de jeunes). Et en Afrique, 41%

de la population a moins de 15 ans. Cela fait 533 millions d'enfants. Faites le calcul... Cela signifie que plus de 25% de la jeunesse de cette planète vit en Afrique.

Donc, les contraintes liées aux investissements sont un problème, certes. Mais il y a également les difficultés consécutives du manque de soutien des autorités africaines, en matière de promotion de ce secteur d'activité en particulier.

Que peut-on faire pour changer les choses pour les entrepreneurs africains dans le secteur de l'animation ?

“533 millions d'enfants [...] plus de 25% de la jeunesse de cette planète vit en Afrique”

Pour M. Uzoma Dunkwu, tout ce qui peut permettre de donner aux professionnels africains « accès à des financements pour développer leurs passions créatives, les former » est le bienvenu. Il estime que les responsables de nos pays devraient envisager de développer « l'animation en tant que discipline à part entière » dans les universités. Cela devrait participer à rendre la filière attractive pour les africains détenteurs de capital.

Parce que, si l'Afrique attire effectivement de plus en plus de professionnels internationaux de cette industrie, « nous attirons l'attention sur le concept plutôt que sur la production. Parce que nous manquons de compétences ».

Ceci est bien sûr satisfaisant en termes de reconnaissance mondiale. Mais d'un point de vue financier, cela signifie également que la plus grande part du chiffre d'affaires généré ne revient pas dans les poches des créateurs africains.

Cela dit, M. Uzoma Dunkwu estime tout de même que « le moment est venu d'attirer les investisseurs internationaux, car le marché africain n'est pas prêt. Il est encore très jeune. Nous n'avons pas beaucoup de force dans la chaîne de valeur de l'animation. »

Et c'est vrai. Indépendamment de l'énorme

succès de l'industrie cinématographique nigériane, il n'en demeure pas moins une concurrence relativement faible face à l'industrie cinématographique américaine dans le monde.

« Je ne sais dire si Nollywood est une opportunité pour le secteur de l'animation ». Eh bien, c'est sans doute quelque chose qui finira par retenir l'attention des producteurs locaux, qui ont des enfants qui grandissent en regardant des dessins animés produits à d'autres endroits du monde. L'avenir nous le dira.

D'ici là, nous sommes convaincus que le monde commence à peine à entendre parler de M. Uzoma Dunkwu et de sa représentation inspirante des cultures nigérianes et africaines. ■

Pour en savoir plus sur son activité et acheter ses créations, visitez son compte Instagram: <https://www.instagram.com/uzomadunkwu/?hl=fr>



Credit photo Uzoma Dunkwu - Female Headdress



NI CONSULTANT

ND CONSULTANT GROUP

AUDIT

CONSEIL

FORMATION

ACCOMPAGNEMENT

ÉVÉNEMENTIEL

Les entités du groupe ND Consultant accompagnent les entreprises et les entrepreneurs dans la construction de leur stratégie de développement d'affaires.

Notre vocation est d'aider ces organisations à augmenter leur chiffre d'affaires durablement, tout en respectant les personnes, l'environnement et l'éthique. C'est ce que nous appelons, le Capitalisme Responsable

<https://www.nd-consultant-group.com>



contact@nd-consultant-group.com



K-World Magazine
Groupe ND Consultant

8 rue Allard, 94160 Saint Mandé
<https://www.kworldmagazine.online>
contact@kworldmagazine.online