



**Éditorial** : Il se passe des choses extraordinaires sur le continent africain par Nathalie DAOUA p 4

**Tourisme en Afrique**  
Diversité du potentiel touristique en Afrique par Élias Mahoutondji DJIVIDÉ p 32

**Tourisme en Afrique**  
Géants africains de l'industrie hôtelière par Élias Mahoutondji DJIVIDÉ p 46

Magazine

# K-WORLD



Bimestriel d'information pour les entrepreneurs Août - Septembre 2023 n°08

## Parcours inspirant

Biodun Stephen : la Maestro des drames romantique de Nollywood

## Éditorial

K-Sôrô, la chronique socio-économique de PDady :  
Le tourisme africain, pour qui, pour quoi ?

## Conseil aux Entrepreneurs

Pourquoi une feuille de route stratégique est nécessaire en affaires ?

## Actualité et géopolitique

Menace djihadiste, crime organisé dans le Sahel, crises et instabilité politique dans la région ;  
quelles répercussions sur le tourisme dans les pays du Sahel ?

## Dossier spécial

# L'industrie du tourisme en Afrique

## Du potentiel à l'opportunité économique, comment se développe le secteur ?



Faites entendre la voix de votre entreprise !

# Communiquez dans le magazine K-World

Contact : +229 91 40 04 04

[redaction@kworldmagazine.online](mailto:redaction@kworldmagazine.online)



Mme Biodun STEPHEN - Crédit photo @Dailypost.ng

Le magazine K-World est édité par ND Consultant Group :  
**Siège social** : 8 rue Allard - 94160 Saint Mandé (France)  
**Filiale** : N°277 rue 11.034, Gbégamey Cotonou (Bénin)  
**Téléphone** : + 229 91 39 24 24 / +229 91 40 04 04  
**Email** : [redaction@kworldmagazine.online](mailto:redaction@kworldmagazine.online)  
**Directeur de la publication**  
Nathalie Daouda **Email** : [ndaouda@nd-consultant-group.com](mailto:ndaouda@nd-consultant-group.com)



**04** L'éditorial de Nathalie Daouda.



**12** K-Sôró, La chronique socio-économique de PDady.

### Conseils aux entrepreneurs



**18** **Conseil stratégique** : Pourquoi une feuille de route stratégique est nécessaire en affaires ?



**22** **Conseil management** : Entrepreneur, comment motiver des personnes à travailler pour ou avec soi ?

### Dossier spécial : L'industrie du tourisme en Afrique, côté pile et côté face.



**27** **Éditorial** : Du potentiel à l'opportunité économique, comment se développe le secteur ?



**32** **Information sectorielle** : La diversité du potentiel touristique en Afrique, un atout majeur pour faire du continent une destination d'attraction touristique majeure.



**40** **Tourisme et digitalisation** : L'industrie du tourisme en Afrique à l'ère de la digitalisation.



**46** **Hôtellerie en Afrique** : À la (re)découverte de quelques géants africains de l'industrie hôtelière aux côtés des multinationales.



**51** **Actualité et géopolitique** : Les efforts de développement du tourisme africain entravés par les menaces terroristes et le crime organisé dans les pays du Sahel.

### Parcours inspirant



**56** **Biodun STEPHEN** : La Maestro des drames romantiques de Nollywood.

### En couverture

Célèbre réalisatrice et productrice primée, Madame Biodun Stephen est une puissance Nollywood inouïe dans le milieu du cinéma nigérian. Elle est l'une des personnalités les plus talentueuses de l'industrie cinématographique nigériane. De l'écriture scénique en passant par la réalisation à la production de films, Madame Biodun Stephen a [►► Lire la suite page 56](#)

#### Rédacteur

Elias Mahoutondji Djividé

**Email** : [redaction@kworldmagazine.online](mailto:redaction@kworldmagazine.online)

#### Communication et publicité

Régie publicitaire du Magazine K-World

**Email** : [redaction@kworldmagazine.online](mailto:redaction@kworldmagazine.online) // [assistantedg@nd-consultant-group.com](mailto:assistantedg@nd-consultant-group.com)

**ISSN 2741-8251-09**



Crédit photo @Freepik

Éditorial

# "(...) Il n'y a pas de petite querelle, comme il n'y a pas de petit incendie. Nul ne sait ce qui peut en résulter...."

- Amadou Hampâté Bâ - La Querelle des Deux Lézards Nouveaux contes de la savane © Éditions Stock, 1999, 2000

---

par Nathalie DAOUDA

Il se passe des choses extraordinaires sur le continent africain et notamment dans le Sahel depuis quelques mois. On peut l'aborder sous plusieurs angles et notamment le plus facile, celui de la

géopolitique. Mais j'ai envie de réfléchir à la chose avec mon regard d'entrepreneure et capitaliste responsable.

Eh oui ! Car il se passe aujourd'hui des

choses qui vont avoir un effet durable sur nos vies et celles des générations futures. Pour moi donc, l'heure est à la planification stratégique économique et sociétale. J'aligne de grands termes, mais finalement,



Siège du Fonds Monétaire International à Washington D.C. - USA - Crédit photo @Freepek - Roman Babakin

il s'agit d'une série de petites choses du quotidien, qui vont faire toute la différence demain, pour la vie de quelques milliards de citoyens de ce monde.

## Étape 1 : En finir (définitivement) avec les effets néfastes des accords de Bretton Woods...

### Oui oui, rien que cela ! 😊

Officiellement ces **accords** étaient, « destinés à organiser le système monétaire international après la Seconde Guerre mondiale. Il s'agit à la fois de mettre en place un système qui **prévient les crises** (telles que celle de 1929) et de **reconstruire l'Europe**. » L'accord est signé en 1944 par 44 pays et voit la naissance notamment, du Fond Monétaire International (**FMI**)

Officiellement toujours, les **accords de**

**Bretton Woods** ont été suspendus le 15 août 1971, avec la fin de la convertibilité de l'or en dollar. Le président **Richard Nixon** justifia alors sa décision par ces mots : « Nous devons **protéger le dollar américain**, pilier de la stabilité monétaire dans le monde. (...) La monnaie d'une nation tire sa force de celle de son économie, et l'économie américaine est, de loin, la première économie du monde. En conséquence, j'ai engagé le Secrétaire au Trésor à prendre rapidement des mesures pour défendre le dollar contre les spéculateurs... ». Ces mots me laissent songeuse quant à la notion de souveraineté

nationale et de protection des intérêts d'une nation (mais ceci est un autre sujet...).

Mais, les effets de bord des accords de Bretton Woods c'est un peu plus compliqué que cela, car ce sont ces accords qui ont conduit à la création du FMI, de l'Euro et du G7, avec les effets que nous connaissons (ou pas) pour les économies africaines. Oui car, si vous ne le saviez pas, « **la fin de la convertibilité en or du dollar et du flottement généralisé des monnaies seront, ultérieurement, à l'origine de l'euro (...)** Dans les faits, la création d'une monnaie unique européenne remonte à 1972 avec la mise en place du « **Serpent monétaire** » »

« **Les désordres monétaires du début des années 1970 n'ont pas seulement conduit à l'intégration monétaire européenne. Ils sont également à l'origine de la tenue, chaque année, des sommets des chefs d'État des sept pays les plus industrialisés (G7)** ». Intéressant n'est-ce pas !

Le **FMI** est « une institution internationale regroupant 190 pays, dont le but est de « promouvoir la coopération monétaire internationale, garantir la stabilité financière, faciliter les échanges internationaux, contribuer à un niveau élevé d'emploi, à la stabilité économique et faire reculer la pauvreté ». Mais force est de constater que le FMI a largement failli à sa mission, du moins pour ce qui concerne les économies africaines.

Dans son ouvrage « **Pourquoi le FMI nuit-il aux africains ?** », **Jörg Guido Hülsmann** souligne que « le FMI, loin de réaliser les buts qu'on lui a fixés, ne peut les atteindre du fait même de sa nature, mais (...), au contraire, il aggrave les problèmes des pays où il intervient. (...) L'impérialisme monétaire exercé par le FMI ne dépend en effet aucunement de la manière dont il mène ses affaires. C'est son existence même, le seul fait d'être une institution capable d'accorder de larges crédits sans aucune base commerciale, qui engendre l'ossification politique à l'intérieur du pays « bénéficiaire » et sa dépendance politique vis-à-vis de

l'extérieur. »

Du point de vue du business, il est clair que le fonctionnement du FMI n'a pas de sens dans la mesure où cette organisation s'emploie à prêter de l'argent à des entités mal gérées et surendettées. Du point de vue de la géopolitique cependant, c'est un instrument puissant pour maintenir des statu quo au bénéfice de ses donneurs d'ordres.

Le **G7** est quant à lui, « un groupe de discussion et de partenariat économique de sept pays réputés en 1975 pour être les plus grandes puissances avancées du monde qui détiennent environ les 2/3 de la richesse nette mondiale ». Aujourd'hui en 2023, le G7 (France, États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne, Japon, Italie, Canada) représente à peine 29,9% du PIB mondial, derrière les 5 pays BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud), qui en **représentent désormais 32,1%**. Pour autant, ces 7 pays continuent de conserver leur position de super-puissances économiques mondiales et de présider à toutes les institutions internationales, notamment celles relatives





Crédit photo @Freepik

aux échanges économiques internationaux, même s'il est vrai qu'ils sont fortement contestés aujourd'hui.

*(À lire aussi : « [Quel est l'impact sur l'économie de l'Afrique sub-saharienne de la guerre en Ukraine?](#) KW0006.p8)*

## Étape 2 : Disposer d'une monnaie solide pour les échanges internationaux.

La **monnaie** est un « Instrument de mesure et de conservation de la valeur, moyen légal d'échange des biens et unité de valeur admise et utilisée dans

un pays, ou un ensemble de pays. » Plusieurs termes sont utilisés pour décrire une monnaie et sa valeur sur le plan économique mondial. On parlera en général de devise, de monnaie de référence, de monnaie locale et plus rarement, de **monnaie de matières premières**.

Le site internet [DonnéesMondiales.com](#) en compte **162, dont 47 sont liées à d'autres monnaies** par un taux de change fixe. C'est le cas notamment des francs CFA d'Afrique Centrale et d'Afrique de l'Ouest.

La monnaie ou devise de référence, est utilisée et acceptée comme moyen de paiement au-delà des frontières du pays émetteur de cette monnaie. C'est le cas du dollar américain par exemple.

Mais très peu d'entre nous ont déjà

entendu parler des « **monnaies de matières premières** ». Et c'est là une information importante pour l'entrepreneuriat africain sur le continent et dans le monde, en plus des autres dispositions à prendre pour l'avenir socio-économique de l'Afrique.

Alors, que sont les **monnaies de matières premières ou monnaies de ressources ou monnaies marchandises** ? Ce sont des monnaies qui « **tirent leur valeur et leur stabilité de l'exportation de matières premières essentielles telles que le pétrole brut, l'or, le cuivre et les produits agricoles** ». Les pays qui fonctionnent avec des monnaies de matières premières sont notamment le Canada, la Russie, le Brésil, l'Afrique du Sud etc. Il s'agit donc de monnaies basées sur l'énergie, les métaux ou encore



Crédit photo @Freepik

l'agriculture.

N'est-ce pas là une voie royale pour que les pays d'Afrique Centrale et de l'Ouest disposant de matières premières, puissent émettre leurs propres monnaies, indexées sur la valeur marché de leurs ressources naturelles ? Je réponds à ma propre question en disant oui, trois fois oui, c'est une solution pour (re)dynamiser véritablement les économies de ces pays. Celles-ci sont en effet fortement entravées par le franc CFA car exclues du commerce international du fait qu'elles ne détiennent pas directement de devises.

### Étape 3 : Créer et développer des entreprises pertinentes dans leur offre et efficaces dans leur gestion.

Avoir sa propre monnaie convertible internationalement est certes un impératif pour accéder à la souveraineté monétaire, mais ce n'est pas suffisant pour devenir souverain sur le plan

économique. Car la souveraineté économique implique pour un pays, « de détenir les moyens économiques nécessaires à la protection de ses intérêts vitaux dans le cadre d'un conflit d'ordre militaire ou économique. (Cette notion) renvoie également à la souveraineté industrielle, qui est la capacité d'un pays à maîtriser des technologies nécessaires à la fabrication de biens nécessaires au bon fonctionnement du pays sans avoir recours à l'étranger. (...) Il implique pour les pays qui disposent de ressources naturelles, de disposer d'un contrôle régulier sur ces ressources ou sur leur exploitation ».

Il faut donc pour initier un véritable renouveau économique dans les pays africains concernés, que les États en étroite collaboration avec le secteur privé, et non les organisations internationales et autres ONG, conçoivent et animent des dispositifs favorisant **l'émergence d'entreprises locales, détenues et dirigées par des ressortissants nationaux**. Ces organisations doivent avoir la capacité de transformer les ressources naturelles de leur pays, pour la consommation locale et le négoce international. Pour ce faire, elles doivent avoir accès à un **vivier local d'ingénieurs et d'experts nationaux, comprenant à la fois les problématiques locales et les enjeux globaux**. Pour cela, les États concernés n'ont pas d'autre choix que de développer des plans courageux pour une formation technique et supérieure de qualité, sur leurs territoires nationaux, en fonction des besoins locaux prioritairement, et **financés par des ressources propres locales**. De tels dispositifs contribueront à mettre sur le marché et à la disposition des entreprises locales, des personnels qualifiés locaux.

Il y aurait tant de choses à dire en plus mais vous comprenez certainement mieux mon cheminement maintenant. Les événements qui se déroulent actuellement dans le Sahel, sont pour moi une formidable opportunité pour que les entrepreneurs africains de cette zone et d'ailleurs, se (re)prennent en main pour (re)inventer des modèles socio-économiques qui nous ressemblent et protègent avant tout **les intérêts présents et futurs de nos enfants**. ■



Crédit photo @Unsplash - Terricks Noah





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

[En savoir plus](#)



[contact@nd-consultant-group.com](mailto:contact@nd-consultant-group.com)

# Industrie du tourisme en Afrique

## Le tourisme africain, pour qui, pour quoi ?

---

par Patrick DADY

*Quand j'étais jeune, partir en vacances rimait avec changer de lieu de vie pendant quelques temps, et cela plusieurs fois pendant la même période des vacances. En effet, on passait de la maison d'un oncle à celle des meilleurs amis des parents, avec pour seul but de tisser des liens avec les enfants de notre génération. En somme, on grandissait ensemble. Mais c'était au siècle dernier.*

**D**epuis les données ont changé. On en est presque à connaître les lieux avant de les visiter. Le désir de partir est toujours mu par le besoin de repos, mais il est surtout sous-tendu par l'envie de rendre réelle une virtualité accessible par les **nouvelles technologies de communication**.

Ce tourisme, plus spontané, plus court en durée, mais surtout plus raisonné, a besoin de prospective, de cadre et d'investissement pour en faire un secteur pourvoyeur de croissance.

Entendons-nous bien, le tourisme ailleurs est déjà tout ça et compte pour beaucoup dans le produit intérieur brut des pays dits développés qui ont établi un standard qui fait référence. On parle de standards internationaux, à tort ou à raison.

Le tourisme en Afrique a évolué depuis quelques années. La recherche de sens, le retour aux sources et la mise en valeur de l'authenticité sont désormais des marqueurs dans le choix des destinations.

Et c'est probablement ce qu'a compris Monsieur Patrice TALON, Président de la République du Bénin, lorsqu'il annonçait en 2016 que le Bénin allait révéler le vodoun au monde, axant ainsi son affirmation sur la valeur commerciale de la culture induite par les traditions vodouns.

Le vecteur phénoménal de croissance économique qu'est le tourisme est indéniable. L'analyse des chiffres de la Banque mondiale permet d'en évaluer l'ampleur : 8 % des emplois dans le monde, 9,1 % du PIB mondial, 5,8 % des exportations mondiales et 4,5 % des investissements mondiaux. Mieux encore, on estime que le secteur pourrait créer 3,8 millions d'emplois (dont 2,4 millions d'emplois indirects) en Afrique subsaharienne au cours des prochaines années.

Mais force est de constater que le tourisme africain est tourné vers un international occidental qu'il satisfait avant tout, comme si faire venir un togolais au Bénin n'est pas déjà de l'international ; comme si la



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



Crédit photo @Freepik

seule présence d'un occidental dans une structure hôtelière africaine justifiait qu'on se conforme aux normes dites internationales.

**Il est probablement temps d'inverser ce paradigme euro-péo-centré pour en venir à un vrai tourisme africain fait par les africains pour les africains, et si**

### **d'autres veulent le découvrir, ils s'y colleront.**

En effet, les structures touristiques, ayant fait d'un concept africain un produit d'appel en Occident sont peu nombreux, voire inexistantes. Pourtant la clientèle africaine, certes une minorité, capable de s'y payer des vacances, ne ménagent pas sa bourse et doit absolument s'adapter à l'offre locale sans jamais réclamer un début d'africanité.

Lors d'un voyage organisé dans un pays africain il y a quelques années, un ami d'origine française a renoncé au voyage au motif que l'hébergement retenu n'avait aucun avis sur internet et ne répondait probablement pas aux normes occidentales. Ce à quoi j'ai répondu

qu'il fallait qu'il parcourt l'occident pour avoir ces normes et qu'il n'était pas le bienvenu en Afrique. Nous ne sommes plus amis depuis lors. Ce n'est pas une perte, car cette posture de supériorité complexée n'est qu'une sorte de fermeture outrancière qui n'a d'égale que l'ignorance que portent en étendard les incultes de la vie qui pensent que rien n'existait avant le minimalisme de leur supposé savoir.

Le tourisme africain doit d'abord être pour les africains avec des offres adaptées aux locaux et aux régionaux, qui sont à coup sûr, le socle sur lequel doit se bâtir le tourisme africano-centré.

Il faut cependant être conscient de ce qu'une politique de tourisme ne se décrète pas ; il faut la préparer, la financer, la mettre œuvre, mais surtout en assurer un suivi de qualité.

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



Crédit photo @Freepik

Il faudrait retrouver une autonomie de l'offre de transport aérien, ou mieux, inciter à une concurrence qui ferait baisser les coûts. Aujourd'hui il est presque plus facile de faire un trajet Cotonou-Paris que d'en faire un de Cotonou à Niamey, toute difficulté politique actuelle mise à part.

C'est dire combien il urge d'avoir une politique concertée des États Africains pour faire du tourisme un vecteur d'intégration et de dialogue entre les peuples.

Un programme universitaire d'échanges d'étudiants permettrait certainement à la jeunesse de découvrir d'autres pays africains pendant leurs études et de développer le goût du voyage. Cette jeunesse sera, une fois dans la vie active, une potentielle clientèle d'une chaîne de valeurs qu'on aurait pris soin de créer au fil des années.

**Nous ne pouvons plus laisser nos histoires s'écrire dans le seul but de contenter une clientèle à qui on apprend, ou pas d'ailleurs, que l'Afrique n'existe que parce que les 3M (Marchands-Militaires-Missionnaires)**

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



Crédit photo @Freepik

### ont souscrit à leur mission commercialement salvatrice.

Un tourisme qui ne proposerait pas aux habitants de Porto Novo d'aller en week-end à Abomey ou à Lokossa, ni aux natifs de Lomé-Tokoin de découvrir Atakpamè ou Lama-Kara, serait forcément un tourisme pour les autres, alors que rien n'est prévu pour nous chez eux.

Oui je réclame de l'adaptation, à défaut de réciprocité, dans notre façon d'aborder le tourisme pour nous-mêmes. Nous sommes émerveillés devant les trésors des autres, et nous avons raison, car ils sont magnifiques, mais nous sommes très peu enclins à valoriser nos patrimoines et à en être des VRP inlassables.

La Banque mondiale a probablement raison dans ses projections, mais plus que jamais les politiques africains doivent fédérer la

bourgeoisie locale et patriotique pour un investissement massif dans des produits touristiques africano-centrés et assumés. Nous devons enclencher une stratégie culturelle d'ampleur pour un tourisme décomplexé et dédié aux locaux.

**Nous devons nous faire à l'idée d'une posture du "qui m'aime me suive". En clair, si vous aimez l'Afrique, ne venez pas y chercher des choses de chez vous.**

Ce nouveau type de tourisme sera certainement le moyen de créer une

économie intégrale et intégrée entre filière d'études, construction d'infrastructures, création de liaisons aériennes, ferroviaires et terrestres, création de structures de gestion, sans compter tous les emplois indirects induits.

Cette économie existe aujourd'hui de façon informelle. On aura alors beau jeu de la formaliser afin de l'inscrire dans un mécanisme de qualité qui fasse la part belle aux besoins et aux attentes d'une clientèle africaine, bien plus exigeante qu'il n'y paraît.

Un tourisme pour les africains et par les africains, c'est une nécessité, une valeur sûre, mais c'est surtout une œuvre de transmission aux générations futures pour les sortir des vérités occidentalisées et approximatives dont les abreuvent les réseaux sociaux.

Il n'y a plus K dans ce Word qui a tant besoin d'authenticité, de notre authenticité. ■

The background of the advertisement is a photograph of a modern coworking space. It features two long wooden tables with patterned chairs, potted plants, and large windows. A sign in the background reads "AREOLIS ACCÉLÉRATEUR DE PME/ CENTRE DE COMPÉTENCES CENTRE D'AFFAIRES 1<sup>ER</sup> HÔTEL D'ENTREPRISES AU BÉNIN".

# ESPACE COWORKING

à partir de  
**5 00f/ heure**

 Bénin (Cotonou-Gbégamey)



Crédit photo @Freepik

Conseils aux entrepreneurs

# Pourquoi une feuille de route stratégique est nécessaire en affaires ?

*J'ai eu dernièrement plusieurs échanges avec des entrepreneurs africains au sujet de la pertinence d'établir une feuille de route stratégique lorsque l'on crée et dirige une entreprise (peu importe sa taille).*

par Nathalie DAOUDA

**J**e considère cet outil comme une base indispensable pour donner les meilleures chances à une entreprise de durer dans le temps. Car même si l'on a une idée formidable, un marché et une réelle opportunité de la saisir, il ne se passera rien de solide si le porteur de projet ou le dirigeant de l'entreprise, ne parvient pas à mobiliser les ressources humaines, financières et matérielles, qu'il faut mettre au service de cette opportunité.

Vous conviendrez avec moi qu'il est plus aisé d'exécuter les plans lorsque les concepts sont parfaitement compris. Sachant cela, je ne m'explique donc pas

pourquoi les créateurs d'entreprises ne pensent pas systématiquement à réaliser une feuille de route (outil pour le pilotage opérationnel et stratégique de l'entreprise) avant même de songer à réaliser un business plan (outil pour la recherche de financement) ?

## Pourquoi faut-il préparer une feuille de route pour son entreprise ?

Imaginons que diriger une entreprise ce soit un peu comme escalader une montagne. Pour se lancer dans pareille aventure, il faut sans doute avoir quelque chose de grand à accomplir, à prouver à quelqu'un, ou à soi-même etc... Seule une raison impérieuse pousse une personne à choisir de vivre en dehors des sentiers battus, sans confort ni sécurité garantis. Sachant cela, est-ce qu'il viendrait à l'esprit de qui que ce soit, de se lancer dans une ascension en montagne sans une solide préparation ? Impensable et téméraire n'est-ce pas ?

Évidemment on étudiera la montagne en détail, les pistes les plus sûres etc... On



Crédit photo @Freepik - DC Studio

investira dans le bon équipement et on veillera à disposer des meilleurs outils pour faire face à toutes les éventualités, une fois lancé dans l'expédition.

Cela va sans dire, mais on veillera à être bien entraîné physiquement et psychologiquement avant de se lancer dans l'ascension à proprement parler. On aura une feuille de route précise, qui abordera particulièrement tous les aspects essentiels du quotidien pendant l'ascension, parce que c'est la chose responsable à faire pour sa propre survie en montagne.

Avant d'escalader une montagne, il est obligatoire d'anticiper les besoins,

les obstacles mais également les récompenses... « Qu'est-ce que je gagne au minimum à faire tous ces sacrifices ? » Parce que, nous sommes bien d'accord, pareille expédition doit aussi être amusante et enrichissante. Avant de se lancer dans l'entrepreneuriat, il est indispensable de connaître et de comprendre aussi bien le marché que l'écosystème, de se connaître soi-même et de se préparer à toutes les éventualités auxquelles on peut penser.

## Un plan global en 5 parties...

Pour soi-même et pour les personnes avec lesquels on est amené à collaborer, il est important et utile de savoir transmettre une vision et des objectifs précis pour le développement de l'entreprise. Il faut être capable de transmettre des instructions compréhensibles par les personnes ressources qui nous entourent.

L'exercice de l'établissement d'une feuille de route nous oblige à réfléchir, sans complaisance, à tous les aspects de notre projet. Pour être complète et utile donc, une feuille de route doit comprendre cinq grandes sections qui sont d'égale importance.

**1.** Le **but** à atteindre et les valeurs et



Crédit photo @Freepik - Jcomp

autres éléments de mesure qui le soutiennent

2. Des **objectifs structurants** pour savoir mener à bien un plan opérationnel et productif qui va garantir la réussite indiscutable de la mission de l'entreprise
3. Une description et cartographie détaillée des **stratégies** à mettre en œuvre pour réaliser les objectifs structurants
4. L'ensemble des **moyens et des ressources** à réunir pour réaliser l'objet de l'entreprise
5. Le plan et les outils managériaux pour la **bonne gouvernance** de l'entreprise au quotidien

Si une seule de ces rubriques manque ou

est incomplète, l'entreprise aura du mal à se hisser au sommet de son industrie. C'est en préparant la feuille de route que le dirigeant devient expert de son propre business, dans tous les sens du terme. Cet exercice lui permet d'être la meilleure personne pour parler et défendre son affaire, peu importe son éloquence et même si cette personne n'a pas les compétences pour réaliser toutes les tâches requises pour faire fonctionner son entreprise.

Une feuille de route pour être efficace, doit être pratique. Car sa raison d'être est de fournir aux dirigeants d'entreprises les ressources pour savoir prendre des décisions pertinentes pour la pérennité de l'entreprise. L'outil fournit ainsi des

données sur les ressources requises et disponibles, un cadre temporel et les objectifs à atteindre pour chaque département de l'entreprise.

En d'autres termes, connaître la destination permettra de définir plus efficacement les énergies à réunir afin d'y parvenir. ■

Pour aller plus loin sur le sujet : [Le Livre Blanc Stratégie NDC 2022](#)



**LE VRAI GOÛT NATUREL  
QUI VOUS MET BIEN**

- ANANAS
- BAOBAB
- BISSAP

**PRODUCTION  
100% BIO**

**☎ (+229) 60 80 42 08 / 69 37 21 42**

**📍 DANDJI, COTONOU, BENIN**





Crédit photo @Freepik - Rawpixel.com

Conseils aux entrepreneurs

# Entrepreneur, comment motiver des personnes à travailler pour ou avec soi ?

*Qu'est-ce qui peut motiver au travail ? Qu'est-ce qui nous pousse à aller travailler jour après jour ? En tant que dirigeant, comment motiver des personnes à venir travailler quotidiennement pour nous ? Lorsque l'on est son propre patron, personne n'a besoin de nous motiver pour quoi que ce soit. Nous travaillons sur notre propre rêve, donc nous faisons ce qu'il faut pour le réaliser. Mais lorsque nous travaillons pour un tiers, comment faisons-nous ? Comment les entreprises parviennent-elles réellement à motiver leurs employés ?*

par Nathalie DAOUDA

**P**our quelle raison, en toute conscience, une personne est prête à donner 1/3 de ses 24 heures quotidiennes, pour construire le rêve de quelqu'un d'autre ? Dit comme cela, c'est un peu choquant, je le reconnais... Mais n'est-ce pas ce que nous faisons une bonne partie de notre vie adulte ?

Je m'explique ! Globalement, nous dormons environ 8 heures, nous travaillons 8 heures et les 8 heures restantes, nous les partageons en déplacement, et avec nos familles et proches etc...

Pour les plus chanceux d'entre nous, nous travaillons pour recevoir une rémunération qui va financer notre mode de vie. Cela implique que nous gagnons suffisamment d'argent, pour une durée de temps de travail raisonnable, afin de (1) vivre et dormir là où avons choisi de le faire, et (2) passer du temps de qualité avec nos proches.

Ces personnes chanceuses, je suppose, peuvent raisonnablement dire qu'elles travaillent pour financer leur vie de rêve. Je pense que c'est bien cela qui les motive à se lever chaque matin. Qui ne le serait

pas ? Mais alors, qu'en est-il des autres, moins chanceux ? Qu'est ce qui peut bien motiver à travailler, indépendamment du fait que ce travail finance ou non notre vie de rêve ?

## 7 éléments qui nous motivent au travail.

J'ai découvert un article écrit par [Jessica Cross](#), concernant 7 éléments au-delà

de l'argent, qui motivent les personnes à travailler. En résumé, cet article traite du fait que nous avons besoin de nous sentir utiles pour être épanoui-e-s. Et que ce sentiment d'épanouissement nous rend heureux. Enfin, nous avons besoin d'évoluer dans des environnements positifs, et nous avons besoin de règles justes et d'instructions claires.

Je ne vais pas m'attarder sur tous les items proposés par Jessica Cross car je pense que ses exemples et les explications parlent d'eux-mêmes. Je vais juste m'attarder sur l'item 4 : « Savoir que notre travail aide d'autres personnes, augmenterait inconsciemment notre motivation ».

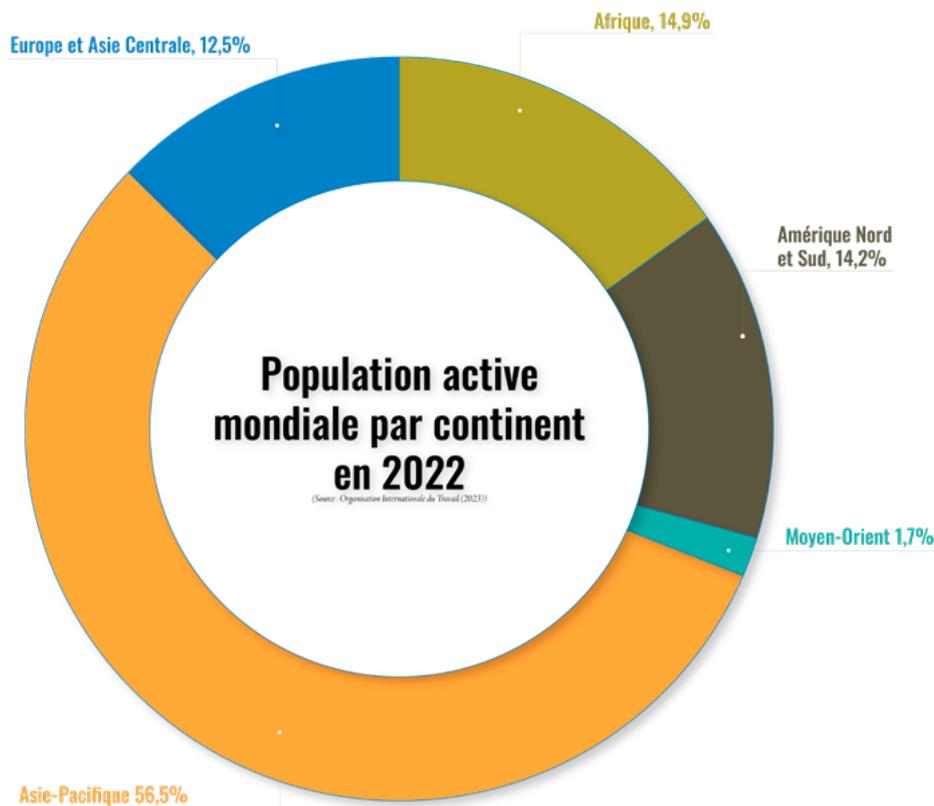
## Les bonnes dispositions dès le départ lorsque l'on dirige une équipe ou une entreprise.

Construire un solide esprit d'équipe dès le départ, est essentiel pour le succès des entreprises. Un projet a toutes les chances de réussir si on prend les bonnes décisions dès sa conception. Et également, le succès est fort probable si les personnes qui nous soutiennent sont bien informées et impliquées dans la réussite de ce projet. Les outils techniques dont nous avons besoin pour concevoir et déployer notre feuille de route, doivent permettre d'apporter du sens aux équipes.

Sur le plan économique, ce n'est que du bon sens de collaborer avec des



Crédit photo @Freepik - Stefamerpik



Source : Organisation Mondiale du Travail (2022)

personnes qui savent ce que leur travail apporte à leur communauté. Cela fait sens également de valoriser leur travail et leur contribution.

## À propos du management inter-générationnel....

Il me semble important d'aborder à ce niveau, la question démographique et culturelle qui influence fortement cette problématique de la motivation au travail.

La population active est composée de 3,56 milliards d'individus, selon les données de l'Organisation Internationale du Travail, pour l'année 2022. À l'échelle de la planète, on note que 56,5% de

cette population active est originaire de la région Asie-Pacifique, et 14,9% vient d'Afrique (Source OIT, 2023).

Ce qu'il faut retenir ici c'est que plus de **71% de la population active mondiale est asiatique et africaine**. Sur le plan culturel, les usages et coutumes dans l'environnement professionnel vont nécessairement se détacher de plus en plus, des standards occidentaux. Avoir des modèles de management plus ancrés dans les éléments de culture des collaborateurs, va certainement contribuer à une meilleure fluidité dans le fonctionnement quotidien des équipes.

Il faut également noter la dimension générationnelle de la population active avec le chevauchement de trois groupes aux comportements très distincts vis-à-vis du travail ; il s'agit des « génération X, Y et Z ».

Les « X » ont entre 45 et 60 ans et auraient tendance à rechercher la stabilité dans leur emploi. Les « Y » ont entre 25 et 44 ans et entendent donner de leur temps et de leur énergie au sein d'entreprises qui ont un impact positif sur leur communauté.

Quant aux « Z », ils ont donc moins de 24 ans, et sont globalement arrivés sur le marché du travail après la crise sanitaire COVID19. Ces derniers sont « nés » avec Internet et le télétravail pour les emplois de bureau. Ils n'ont pas comme leurs aînés (nous 😊) les mêmes limites géographiques, sont encouragés à ne pas se (laisser) définir sur un genre, à être détachés des conventions sociales « traditionnelles », à s'en remettre à l'intelligence artificielle pour les éléments les plus simples de leur vie quotidienne...

Les managers en général, et les dirigeants d'entreprises en particulier, ont désormais



Crédit photo @Freepik - DCStudio

à prendre en compte la dimension culturelle et les aspirations individuelles de leurs collaborateurs pour construire des organisations performantes. Sans cette prise en compte des nouveaux paramètres sociétaux mentionnés plus haut, et tant d'autres encore, la productivité et les performances de leurs équipes ne sont pas garanties à termes.

## En fin de compte, qu'est-ce qui nous motive au travail ?

Pour moi, et indépendamment du groupe générationnel auquel nous appartenons, c'est le fait d'être « impliqué dans la conception et le déploiement d'une solution qui apporte de la valeur à notre communauté ». En ce sens, mon conseil aux entrepreneurs et autres dirigeants

d'entreprises, est de veiller à intégrer la « motivation des équipes » en bonne place dans le plan stratégique de développement de l'entreprise.

On ne saurait réussir seul en affaires ; il faut donc avoir une équipe sur laquelle on peut compter. Chaque entrepreneur, chaque dirigeant, a besoin de cet homme ou de cette femme, dont on sait qu'il ou elle va « faire le job ! », non pas parce que cette personne est payée pour, mais parce que cette personne est convaincue que c'est la chose pertinente à faire.

Pour attirer à soi ces personnages, quelques principes de bases à appliquer sont (1) Respecter ses partenaires et collaborateurs, (2) Avoir une totale honnêteté à propos de ses ambitions, de ses objectifs et de ses valeurs, (3) Assumer pleinement toutes ses responsabilités, (4) Partager avec l'équipe les succès et les échecs.

Les personnes motivées sont globalement plus performantes au sein d'une organisation. Elles ont un impact positif sur le cadre de travail parce qu'elles agissent dans l'intérêt général. Elles savent que beaucoup de choses dépendent de leur travail et de leurs actions, alors elles délivrent ce qu'elles doivent délivrer, et bien plus encore.

L'argent c'est important, évidemment. Mais il faut aller plus loin que le simple aspect matériel des choses, afin de se constituer une équipe solide et performante longtemps. ■



# L'industrie du tourisme en Afrique Du potentiel à l'opportunité économique, comment se développe le secteur ?

*L'industrie du tourisme en Afrique s'est révélée, à l'instar de l'industrie culturelle et créative (ICC), comme étant un élément potentiel contributeur à la croissance économique du continent.*

par Élias Mahoutondji DJIVIDÉ

Toute la chaîne de valeur, si elle est bien exploitée, devrait pouvoir contribuer à la diversification des économies africaines. Et surtout, les aider à être plus résilientes face aux différents chocs sociaux, économiques, environnementaux etc.

Il faut en effet noter qu'en 2009, [selon les données de l'OMT](#), l'industrie du tourisme représentait 5% du PIB de l'ensemble des pays africains. C'était alors la plus forte contribution par rapport aux autres continents. En 2021, cette contribution est tombée à 1,6%, au même niveau que le continent Américain.

En 2019, l'Afrique a reçu 71 millions de touristes ([OMT](#)) dont 56 millions pour l'Afrique subsaharienne ([Banque Mondiale](#)). Cela a généré 169 milliards de dollars à l'économie du continent et contribué à 7% de son PIB. Cependant,

toute cette performance a chuté entre 2020 et 2021 en raison des bouleversements induits par la crise sanitaire COVID 19. Aujourd'hui, le tourisme mondial, mais celui en direction de l'Afrique particulièrement, a retrouvé des performances proches de 2019, toujours selon les données statistiques de l'OMT. Mais de quelle manière ? Que peut-on retenir de la volonté politique de certains États africains en faveur de ce secteur ?

## Le développement de l'offre touristique sur le continent africain.

Le continent africain est une terre regorgeant de ressources diverses, et

bénéficiant d'une population diverse, avec une histoire riche et ancienne. C'est un continent doté d'un immense potentiel pour l'industrie du tourisme.

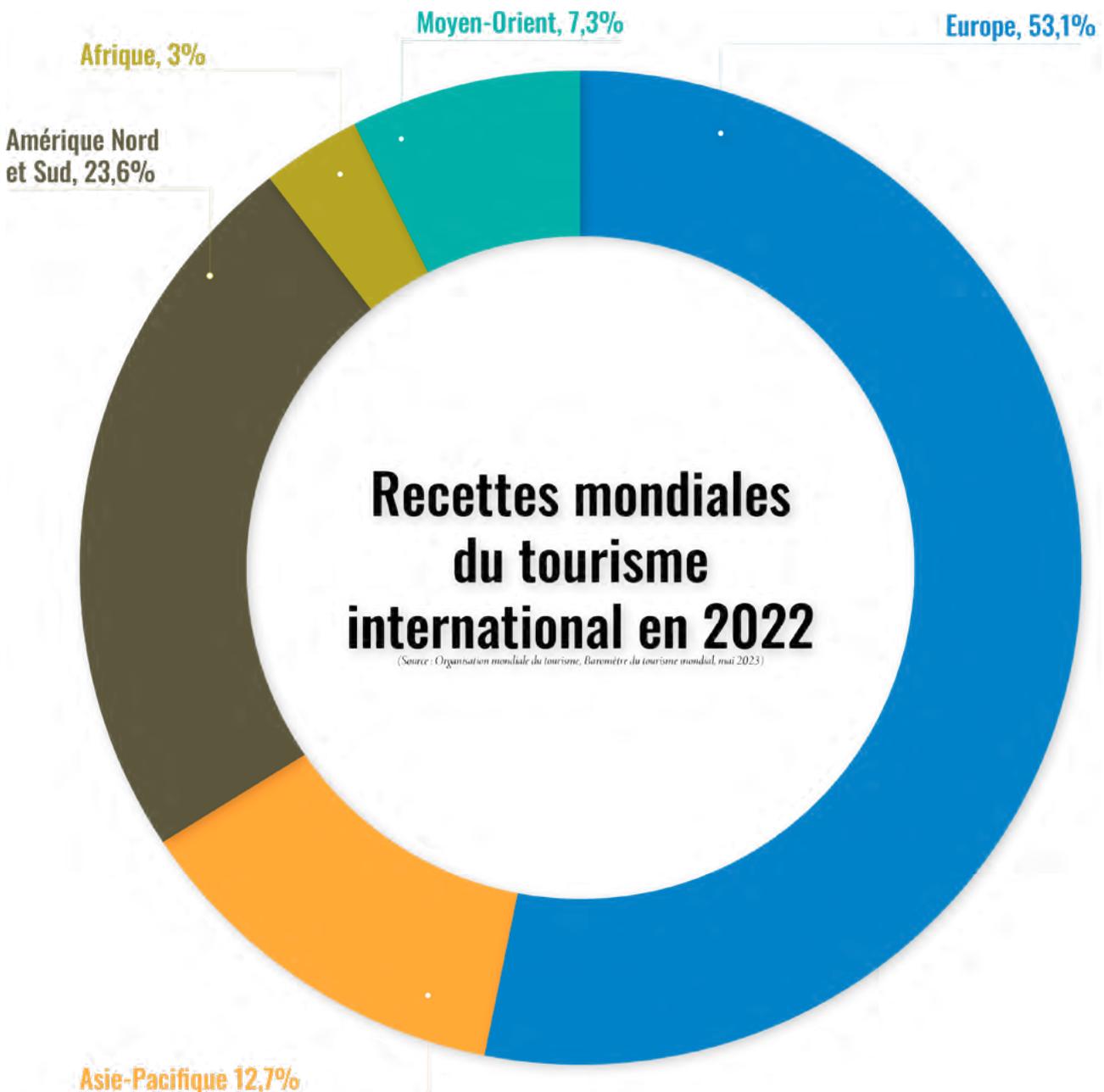
Depuis une décennie environ, les pays comme le Maroc, l'Égypte, l'Afrique du Sud, la Tunisie, la Côte d'Ivoire, le Zimbabwe ont découvert l'opportunité que représente le secteur touristique pour la croissance de leur économie. Ainsi, ils y ont consacré d'importants investissements en vue de

sa structuration et de son développement durable. Malgré la crise sanitaire de la COVID 19, les performances récentes du secteur sont encourageantes.

Sur les 56 millions de touristes internationaux qui ont visités le continent africain en 2022, la région Afrique du Nord est, selon nos confrères de [le 360 Afrique](#), la zone du continent la plus visitée. Sur le nombre total d'arrivées, les pays du nord ont enregistré 31 millions

de touristes. L'Afrique subsaharienne a, quant à elle, enregistré 25,8 millions des arrivées.

Selon le [World Travel and Tourism Council \(WTTC\)](#), le secteur touristique et de voyage en Afrique a généré en 2022 plus de \$200 milliards, soit 37,6% de croissance par rapport à l'année 2019(+\$46 milliards). Ainsi, le secteur a contribué à la création de plus de 2,5 millions d'emplois sur le continent soit



Graphique : Recettes mondiales du tourisme international en 2022 - Source OMT



Coucher de soleil sur les Chutes Victoria du fleuve Zambèze au Zimbabwe - Crédit photo @Freepik - Nick Fox

13,7% de progression par rapport à 2019.

Pour autant, cette aubaine pour les économies reste sous exploitée. La région subsaharienne et les pays qui la composent, ne sont pas suffisamment commercialisés en tant que « marque ». En effet, la **marque Afrique** n'est pas encore bien ancrée dans l'esprit des touristes internationaux. Et fondamentalement, cela est dû à la mauvaise image de l'opinion publique mondiale par rapport à l'Afrique.

Le défi pour les États africains, est de continuer à travailler davantage pour **implanter dans l'esprit des touristes un narratif positif et valorisant du continent et de ses nombreux atouts et merveilles**. La marque Afrique peut être commercialisée de manière stratégique en misant notamment sur ses gastronomies, ses cultures et traditions, ses paysages etc.

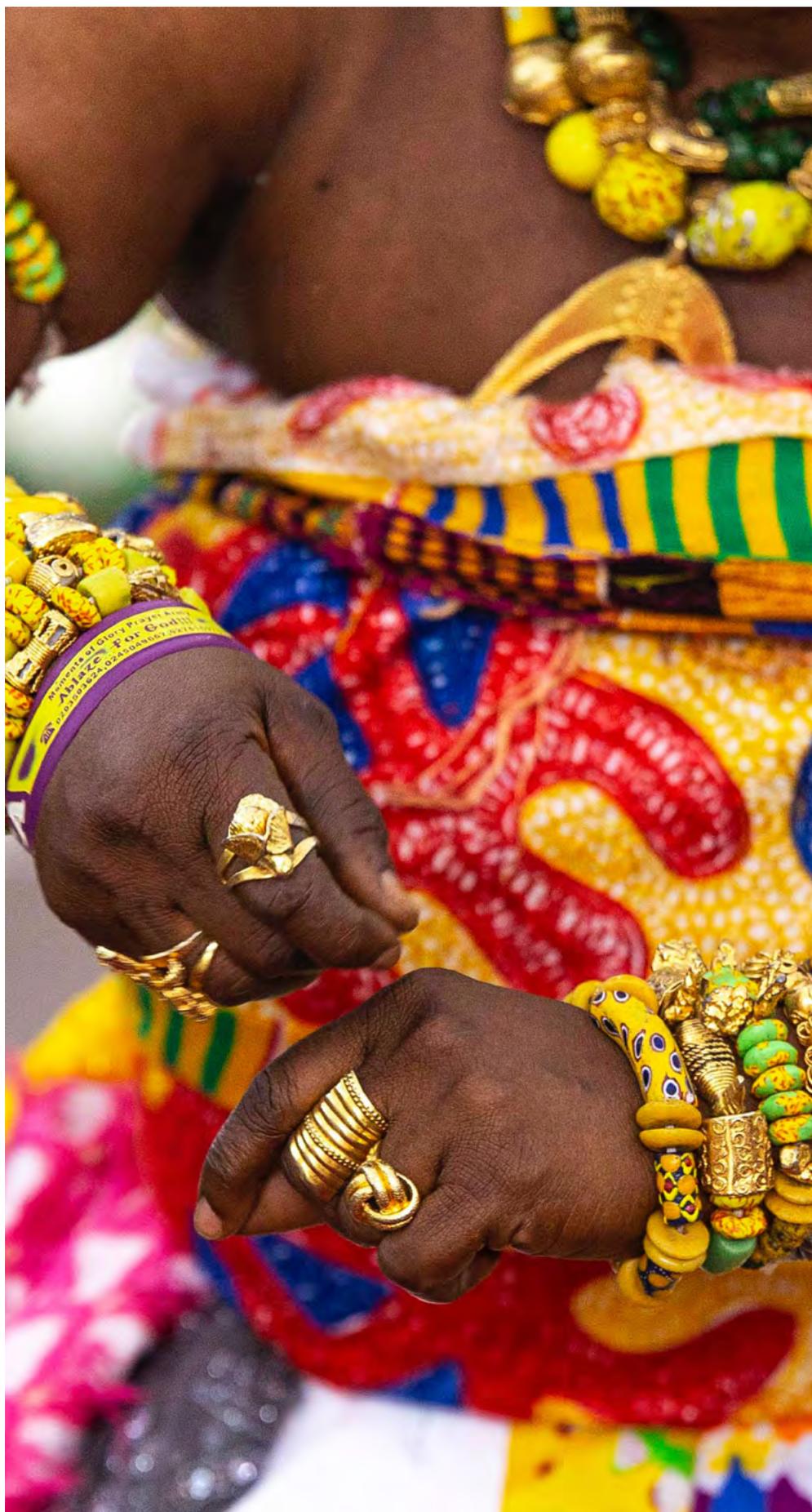
**Un volontarisme politique affiché au bénéfice du secteur touristique au cours de ces dernières années.**

Les gouvernants de certains pays africains sont plus que déterminés à impulser une nouvelle dynamique à l'industrie du tourisme dans leur pays. Des initiatives ambitieuses et d'importants investissements sont consacrés désormais au secteur en vue de sa transformation économique.

En Afrique de l'Ouest, la Côte d'Ivoire affiche une volonté politique claire dans ce domaine. Dans son **Plan National de Développement**, le pays nourrit l'ambition de faire passer la part du tourisme dans la création de richesse de 7,3% du PIB en 2019 à 10% en 2025, notamment grâce à la promotion du tourisme interne et international. En guise de première action, les gouvernants ivoiriens ont implémenté le projet " **Sublime Côte d'Ivoire** ". Il s'agit d'une stratégie déclinée à travers 09 réformes et micro-projets structurants à savoir : Abidjan Business City, Abidjan Medical City, Belles Plages pour tous, Akwaba Park (parc d'attraction), Au paradis entre mer et nature, La route des trésors africains, La route des esclaves, Les TPE touristiques et Accélérateurs de projets touristiques.

En Afrique du Nord, l'Égypte s'apprête à lancer officiellement le « **Grand Egyptian Museum** ». Il s'agit du plus grand musée au monde consacré à une seule civilisation, avec une exposition prévue de plus de 100.000 pièces. Ce projet attirera certainement davantage de touristes sur le continent.

Du côté de l'Afrique de l'Est, le Rwanda sort le grand jeu de la transformation du secteur touristique avec à la clé une communication innovante. Ce pays investit massivement dans la modernisation de ses



Tenue et bijoux traditionnels - Kumasi - Ghana Crédit photo @Unsplash - Emmanuel Offei



Collines d'Oke Idanre - Ondo State - Nigéria - Crédit photo @AdobeStocks\_296726927

infrastructures avec une communication orientée vers l'international. En 2019, le logo « [Visit Rwanda](#) » est apposé sur les maillots de l'équipe de football Arsenal en Angleterre. Le but de ce partenariat est de mettre une lumière sur le pays à l'international afin d'en faire une destination d'investissement.

Convertir le potentiel économique

du secteur fait désormais partie des priorités de plusieurs pays du continent. Malgré cela, il faut reconnaître que les performances économiques cumulées des pays africains pour ce secteur, pèsent encore peu dans l'industrie mondiale ; à peine 5% du volume total des arrivées de touristes et 3,06% des revenus. En effet, selon le baromètre du tourisme mondial édité par l'OMT ([mai 2023](#)), le chiffre

d'affaires global généré par l'industrie du tourisme mondial aurait atteint \$1.031 Mds, dont seulement \$31,6 Mds pour le continent africain. Il est nécessaire que tous les acteurs, qu'ils soient du secteur public ou du secteur privé, unissent davantage leurs forces pour relever le défi de faire du tourisme africain un levier significatif de développement. ■



Crédit photo @Freepik - Wirestock

## Industrie du tourisme en Afrique

# La diversité du potentiel touristique en Afrique, un atout pour faire du continent un destination d'attraction touristique majeure.

*Le patrimoine touristique de l'Afrique est à la fois riche et immense grâce à sa diversité qui offre l'opportunité aux voyageurs internationaux de faire des expériences uniques et authentiques. L'Afrique étant le deuxième continent le plus grand au monde par sa superficie, dispose dans ses 54 pays d'un vivier d'attractions pour satisfaire la curiosité de ses visiteurs. Dans cet article, nous allons explorer différents types d'offres de tourisme développées dans les pays africains.*

par Élias Maboutondji DJIVIDÉ

**D**u point de vue des chiffres clés à retenir selon les données de l'Organisation Mondiale du Tourisme, le continent africain a reçu **18,5 millions de touristes en 2021, contre 71 millions en 2019**, avant la crise COVID 19. Contrairement

à ce qu'il peut sembler, ce chiffre est une excellente nouvelle au regard des performances mondiales dans le secteur.

## Le tourisme culturel.

La culture est l'essence des peuples. C'est l'identité de chaque communauté. Sa découverte fait partie des premières motivations des touristes dans le choix de leurs destinations. En Afrique, c'est l'une des formes de tourisme qui draine le plus de visiteurs vers le continent. Ces derniers



**En 2022, 77,8% des touristes arrivant en Afrique du Sud viennent d'autres pays africains.**

- Source : <https://afrique.le360.ma/>



Crédit photo @Freepik

lors de leurs séjours en Afrique, cherchent à connaître le patrimoine culturel des communautés, leur mode de vie ainsi que les différents peuples. Les pyramides d'Égypte, ces majestueuses constructions millénaires, les anciens palais royaux du Dahomey, la tombe des rois du Buganda en Ouganda, l'Île de Gorée au Sénégal, la ville historique de Zanzibar, le festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO) etc. sont des sites historiques ou empreints d'une histoire riche et prisée.

Le tourisme culturel en Afrique a un

potentiel économique significatif et représente une source de croissance pour les économies locales. Cette composante de l'industrie touristique africaine a généré en 2019 environ \$32 millions de revenus pour le continent selon l'Organisation Mondiale du Tourisme. Ce chiffre pourrait s'accroître si les gouvernements africains investissent davantage dans la construction des infrastructures d'accueil, les dispositifs sécuritaires et la santé publique en général.

## **Le tourisme rural.**

Le tourisme rural est une forme de tourisme qui se déroule en périphérie des villes. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, c'est « un type d'activité touristique dans lequel l'expérience du visiteur mobilise une large gamme de produits généralement en rapport avec les activités de nature, l'agriculture, la culture/les modes de vie ruraux, la pêche d'agrément et les excursions ». En Afrique, cette composante de l'industrie touristique dispose d'un potentiel important susceptible de contribuer valablement à la croissance des économies locales.



Crédit photo @Freepik

Dans les pays du nord du continent, l'Égypte par exemple abrite de vastes terrains verdoyants qui occupent plus de la moitié de sa superficie. Les régions les plus célèbres en matière de tourisme rural y sont Fayoum, Charkeya, Al Béhéra et Ismaïlia.

L'Afrique subsaharienne quant à elle, dispose d'un vaste réservoir de villages pittoresques éligibles au tourisme rural : le village lacustre de Ganvié (appelé également Venise d'Afrique), le village Gogotinkpon du Bénin, les campements villageois de Casamance du Sénégal, sont

autant d'exemples.

## Le tourisme urbain.

Le tourisme urbain se pratique dans les villes organisées selon les standards occidentaux en général. C'est donc le contraire du tourisme rural. Dans ce type de tourisme, les visiteurs peuvent participer à des conférences, assister à des concerts, visiter les lieux publics ou privés à thèmes.

Sur le continent africain, plusieurs grandes

villes sont compatibles à ce modèle.

Johannesburg en Afrique du Sud, Dakar au Sénégal, Nairobi au Kenya, Marrakech au Maroc, Alger en Algérie, Kigali au Rwanda, Lagos au Nigéria, Luanda en Angola etc. sont quelques-unes des destinations les plus prisées.

Sur le plan économique, le tourisme urbain est un véritable moteur de développement, surtout pour des pays comme l'Égypte et le Maroc. Selon plusieurs experts, il est impératif que nos dirigeants consentent davantage d'efforts au profit du tourisme urbain si l'Afrique veut réellement

accroître la part de l'industrie dans son PIB.

Jim AYOUREKIRE, Expert en économie du tourisme en Ouganda, trouve que : « le tourisme urbain est l'un des moyens de rendre le tourisme plus vaste, plus inclusif et plus bénéfique. »

## Le tourisme balnéaire.

Le tourisme balnéaire est un type de tourisme qui s'effectue en bordure de mer sur des plages de sable fin blanc ou doré. C'est une composante de l'industrie touristique qui concerne un grand nombre de visiteurs. Les touristes côtiers s'adonnent souvent à des activités de baignades, de bronzage pour les occidentaux, de balades en mer sur des embarcations de diverses formes, ou à pied le long du littoral.

En Afrique, les stations balnéaires font partie des destinations les plus prisées par

les populations locales et étrangères. Les stations balnéaires réputées les plus belles du continent sont :

- **La Baie de Maputo au Mozambique** : Avec ses dunes dorées et ses eaux limpides, la Baie de Maputo est un paysage de carte postale. Cet endroit est particulièrement recommandé aux voyageurs à la recherche d'un endroit paradisiaque où profiter du plaisir du farniente.



Pêcheur sur une embarcation traditionnelle - Zanzibar - Crédit photo @AdobeStock 98394220



# ABC IMMOBILIUM

Premier Conseil en Immobilier d'Entreprise

Location - Achat - Vente - Gestion - Études  
Bureaux - Commerces - Entrepôts - Logements - Terrains

Cotonou | Lomé | Dakar | Abidjan | Libreville | Brazzaville  
Afrique de l'Ouest & Afrique Centrale

Contacts : +229 66 31 31 66  
Mail : [direction.abcimmobilium@gmail.com](mailto:direction.abcimmobilium@gmail.com)  
Site : [www.abcimmobilium.com](http://www.abcimmobilium.com)



Lac Bunyonyi - Ouganda - Crédit photo @AdobeStock 47601774



Mer d'Émeraude - Madagascar - Crédit photo @AdobeStock 163476504

- **Assinie Mafia en Côte d'Ivoire** : Située entre l'océan Atlantique et la lagune Abby, au sud-est de la Côte d'Ivoire dans la région du Sud-Comoé, à 95 kilomètres d'Abidjan, la capitale économique ivoirienne, la station balnéaire d'Assinie Mafia est considérée comme la plus belle du pays. Elle bénéficie même d'une chanson interprétée par le célèbre artiste reggae Alpha Blondy.
- **La Mer Émeraude à Madagascar** : C'est l'une des destinations les plus spectaculaires à découvrir lors d'un séjour à Madagascar, dans la ville d'Antsiranana, au nord du pays. Elle se distingue par des eaux cristallines et scintillantes qui feront le plus

grand plaisir des amateurs de baignade.

- **La station balnéaire Saly Portugal au Sénégal** : C'est la plus grande destination touristique en Afrique de l'Ouest. La station balnéaire Saly Portugal est située sur la Petite-Côte, au sud de Dakar, la capitale sénégalaise. Elle comporte 17 hôtels et 33 résidences pour un total de 10 000 lits.
- **La station balnéaire de Zanzibar Beach en Tanzanie** : C'est un archipel romantique rappelant les contes des nuits arabes et l'indolence de l'océan Indien. C'est l'une des destinations les plus prisées en l'Afrique de l'Est.

- **La station balnéaire Saïdia au Maroc** : Ce sont 14 kilomètres de plage de sable blanc et un soleil généreux qui brille tout au long de l'année. Saïdia est un petit morceau de paradis, la station balnéaire par excellence, située au nord du Maroc.

Cette liste des différents types de tourisme qui se développent sur le continent n'est pas exhaustive. Il en existe d'autres types qui ne sont pas encore bien valorisés, tels que le tourisme gastronomique, montagnard, agricole etc. ■



Crédit photo @Freepik - DCStudio

## Tourisme et digitalisation

# L'industrie du tourisme en Afrique à l'ère de la digitalisation.

*La révolution technologique a créé des bouleversements socioéconomiques dans les pays du continent africain. Ces mutations ont offert une grande opportunité pour réinventer les modèles d'affaires, l'organisation et le fonctionnement des secteurs à potentiel économique pour le continent.*

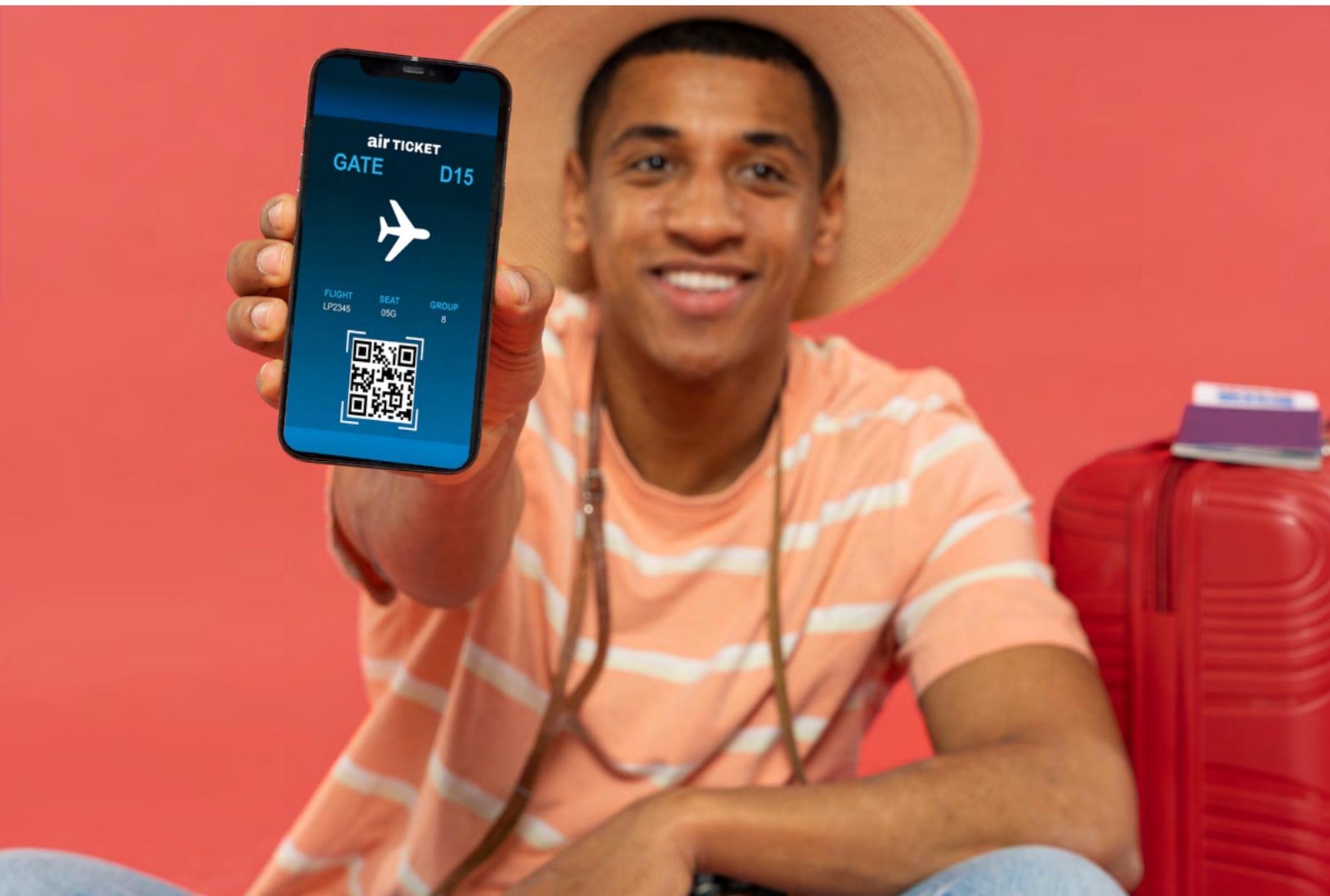
par Élias Mahoutondji DJIVIDÉ

**A**ujourd'hui, la digitalisation a révolutionné entre-autres, le secteur du tourisme et le remet dans une dynamique de croissance. Pour la Banque Mondiale, les technologies numériques sont le sésame qui donnera aux petites entreprises touristiques situées dans les destinations encore peu connues des touristes internationaux, un accès direct au marché mondial. Nous vous proposons ici une analyse de l'impact des nouvelles technologies sur le tourisme africain.

**La révolution numérique en cours sur le continent a contribué à un développement significatif du secteur touristique.**

Tout comme plusieurs autres secteurs,

l'industrie du tourisme africain a connu des bouleversements socioéconomiques avec la vulgarisation de l'Internet. Notamment, le changement des habitudes des voyageurs, leur rapport à l'information et les choix en termes de destination. Ce changement, loin de ralentir le développement du secteur, a permis la mise en place de solutions innovantes qui facilitent le choix des destinations de voyage et améliorent l'expérience des voyageurs. Grâce au progrès numérique, l'industrie du tourisme en Afrique est plus dynamique et propose une offre perçue comme étant plus « moderne », aux voyageurs.



Crédit photo @Freepik

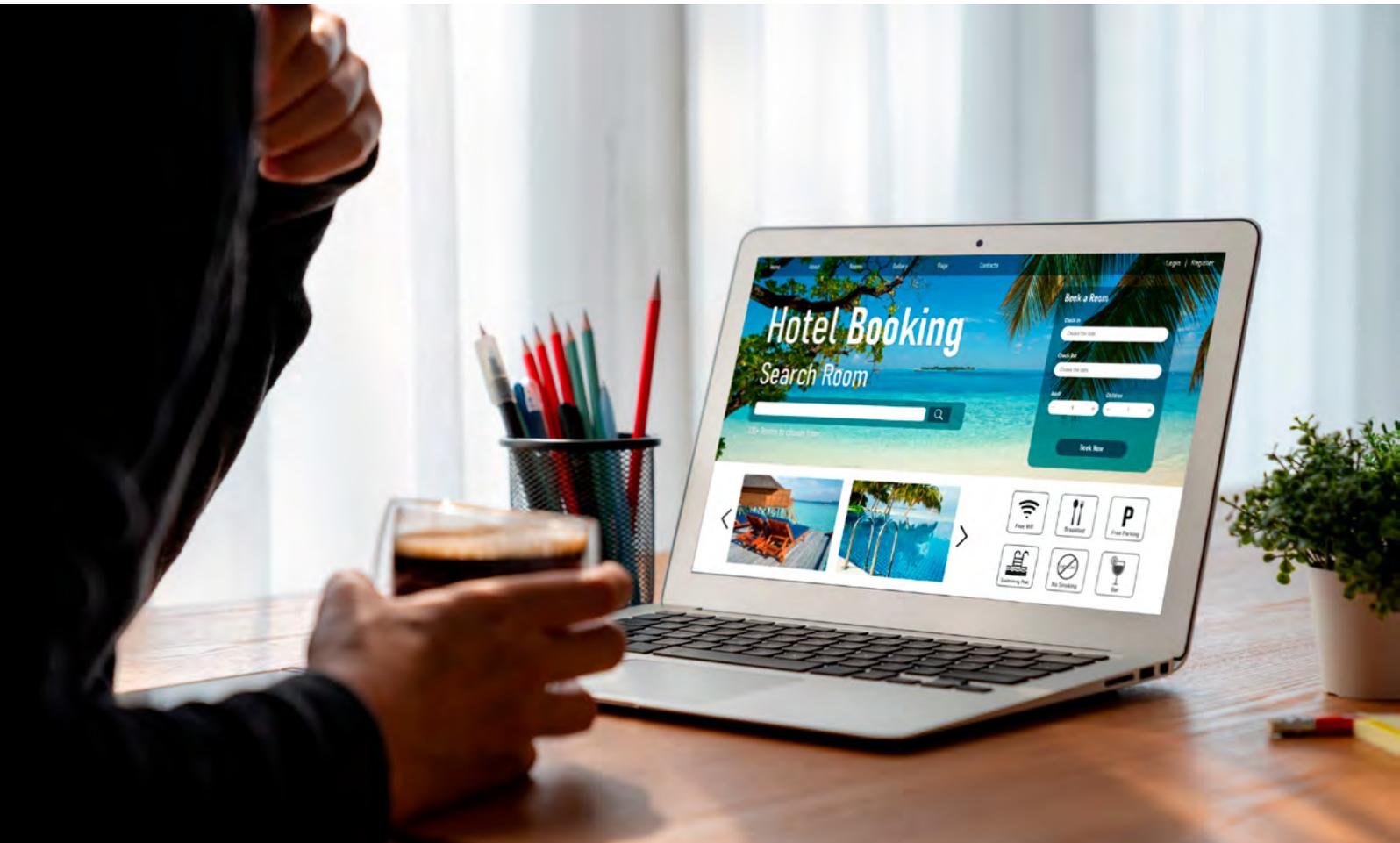
C'est le cas par exemple, des solutions d'hébergements alternatifs aux hôtels classiques, qui ont fortement contribué à la démocratisation du tourisme international, notamment sur le plan budgétaire. En effet, voyager à l'international constitue un investissement parfois hors de portée des personnes aux revenus les plus modestes. Les offres d'hébergements entre particuliers sont venues changer la donne, particulièrement avec l'émergence des plateformes de diffusion disponibles sur Internet. Selon un compte rendu du rapport **Tourism and the Sharing Economy**, publié en 2018 par la Banque Mondiale « entre 2013 et 2025, les plateformes d'hébergements

entre particuliers auraient progressées de 31% par an, soit six fois plus que les gîtes et auberges classiques ».

Les nouvelles technologies ont permis de rendre visibles et attractives, plusieurs destinations africaines à travers des sites web, des applications mobiles et les réseaux sociaux. Ces outils de diffusion de masse offrent en effet la possibilité aux candidats aux voyages, de comparer les prix des offres de séjours, et de choisir celles qui leur conviennent le mieux en fonction de leur budget. Ces derniers ont, du reste, la possibilité de faire les réservations, voire, de payer en ligne.

Les nouvelles technologies donnent la possibilité aux entreprises touristiques de mieux se positionner pour une plus large visibilité. Elles ont grâce aux TIC l'opportunité de mieux vendre leurs produits et services, simplifier la relation avec leur clientèle et leur offrir une meilleure expérience, avant même leur arrivée dans le pays.

Pendant, cette transition numérique dans le secteur du tourisme en Afrique a amené son lot de défis auxquels les gouvernements et acteurs du secteur privé doivent faire face.



Crédit photo @Freepik

## Les nouveaux défis du secteur touristique à l'ère de la digitalisation.

Si les nouvelles technologies ont apporté de nombreux avantages au secteur touristique en Afrique, il est à souligner qu'elles drainent leur lot de défis. Les différents gouvernements africains et les acteurs du secteur touristique doivent y penser.

L'un des défis majeurs auxquels les entreprises touristiques font face, est la concurrence rude sur le marché globalisé.

Les nouvelles technologies contribuent à baisser les barrières à l'entrée de la filière, en permettant à de nouveaux acteurs (professionnels ou non, formalisés ou non) de proposer des prestations touristiques. Dans un contexte ainsi devenu extrêmement concurrentiel, ces entreprises doivent donc faire preuve de créativité dans leurs offres, de réactivité et de résilience par rapport aux tendances de l'écosystème numérique.

Un autre défi est la nécessité de disposer d'une infrastructure numérique solide. La digitalisation repose sur des outils et infrastructures numériques, telles que l'Internet, les réseaux sociaux et les applications mobiles. Les entreprises touristiques doivent donc investir dans des équipements et avoir accès à des

infrastructures numériques fiables et accessibles. Or, force est de reconnaître les contraintes écosystémiques liées à l'accès à une énergie électrique stable, une connexion Internet constante, et tous les problèmes d'infrastructure et de gouvernance que l'on rencontre sur le continent africain. Tous ces éléments contribuent à fragiliser encore plus les entreprises locales qui souhaitent se développer dans l'industrie du tourisme en Afrique.

A cela s'ajoute l'épineuse question de la sécurité des données. Nous sommes juste en phase d'amorçage de grands projets numériques sur le continent, mais en même temps, nos infrastructures numériques sont déjà exposées à la cybercriminalité. Or les entreprises



Crédit photo @Freepik

touristiques collectent et stockent des données personnelles sur leurs clients. Elles sont donc des cibles de choix et encore trop vulnérables aux attaques cybernétiques.

Mais le défi majeur demeure sans doute celui de la formation des professionnels du tourisme et des populations, à l'arrivée massive de touristes internationaux dans leurs territoires. Car qui dit développement du tourisme dit rencontres culturelles et interpersonnelles. Les outils digitaux peuvent contribuer à la formation des

un, et des autres, à mieux connaître et comprendre les us et coutumes des pays visités d'une part, mais également, apprendre aux citoyens des pays hôtes à gérer la multiculturalité des nouveaux visiteurs arrivant chez eux.

Ce sont là des défis parmi tant d'autres que les acteurs du secteur du tourisme doivent relever afin de pouvoir tirer pleinement profit de la digitalisation de leur secteur.

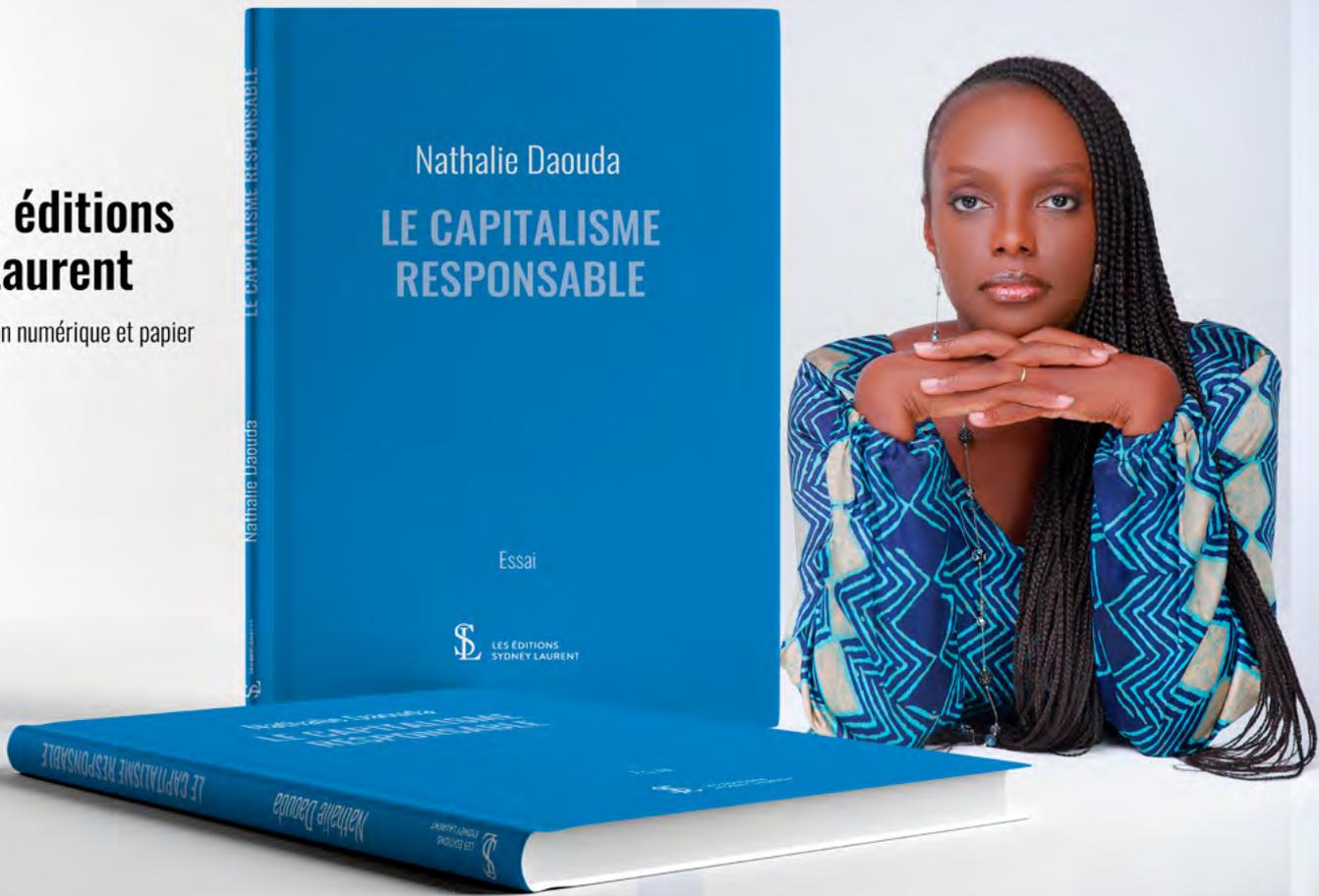
En Afrique, l'industrie du tourisme tout comme les autres secteurs à

potentiel économique, n'a pas échappé aux bouleversements induits par la digitalisation. Les conséquences sont plus ou moins positives selon les points de vues. Toutefois, cela demeure une véritable opportunité pour le développement économique du continent. Elle pourrait s'accroître significativement dans les prochaines années si les acteurs publics et privés investissent de façon concertée et structurée tant dans les infrastructures d'accueil sur les sites touristiques que dans celles numériques. ■

LES ÉDITIONS  
SYDNEY LAURENT

Paru aux éditions  
Sydney Laurent

Disponible en version numérique et papier



*"J'ai parfaitement conscience que seule, je ne peux pas faire grand-chose pour **changer le monde.** Mais ce n'est pas une raison suffisante pour ne rien tenter."*

- Nathalie Daouda  
(Extrait de l'essai **Le Capitalisme Responsable**)

COMMANDER LE LIVRE





Crédit photo @Freepik - Dragonimages

## Hôtellerie en Afrique

# À la (re)découverte de quelques géants africains de l'industrie hôtelière aux côtés des multinationales.

*L'hôtellerie est une composante essentielle de la chaîne de valeur de l'industrie du tourisme dans le monde. Elle permet en effet d'accueillir des femmes et des hommes d'affaires, ainsi que des touristes étrangers, selon certains standards d'accueil internationaux.*

par Élias Mahoutondji DJIVIDÉ

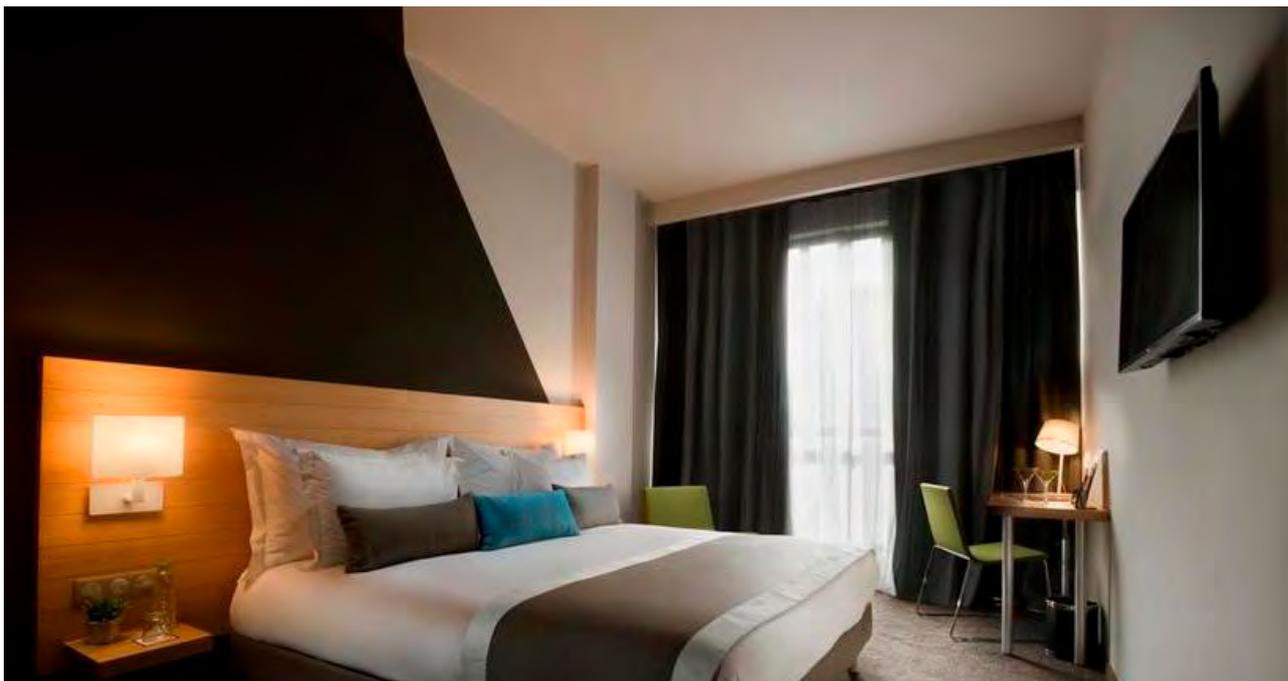
**D**epuis cinq années, le secteur est en pleine croissance malgré le fait que le tourisme africain ne pèse que 5% du marché mondiale. Selon le [rapport pipeline de développement de la chaîne hôtelière en Afrique 2023 de W Hospitality Group](#), l'Afrique dispose de 482 hôtels avec 84.427 chambres. Le marché est dominé selon la même étude par des entreprises étrangères telles que les groupes Accor, Marriott et Hilton. Mais pas seulement. Il y a désormais des géants

africains qui ont développé de grandes sociétés hôtelières sur le continent, et avec lesquels il faut compter.

## 5 sociétés hôtelières panafricaines les plus en vue.

### ONOMO Hôtels

C'est le plus grand groupe africain hôtelier présent dans 13 pays. De Casablanca au Cap en passant notamment par Dakar, Abidjan, Douala ou Dar es Salam, le portefeuille du groupe ONOMO sur le continent affiche une vingtaine d'hôtels « milieu de gamme ». La firme a connu récemment d'importants mouvements avec de nouveaux financements à hauteur de plus de 60 millions d'euros. Aujourd'hui, le groupe ONOMO hôtels est reconnu au



Onomo Hôtel Casablanca - Maroc - Crédit photo @ONOMO hôtels

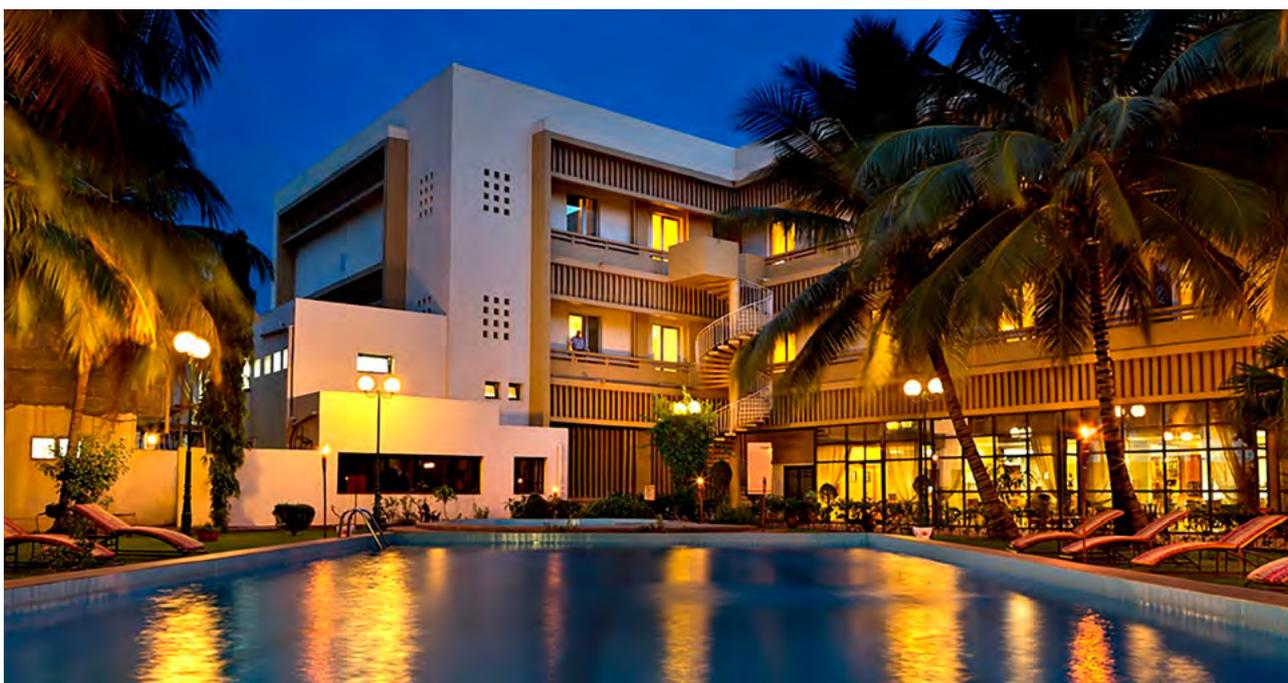
niveau panafricain en tant que leader de l'hôtellerie en Afrique. Il dispose d'hôtels, véritables lieux de vie, carrefours vibrants de l'énergie du continent, des oasis urbaines faisant rimer confort et nomadisme, découverte et liberté. La

société fondée par Julien Ruggieri et dirigée par Cédric Guillemot a accumulé un chiffre d'affaires de 2,1 M d'euro en 2022. Selon Zoominfo, la société compte 629 employés en 2022 au Sénégal.

### Le Groupe AZALAI

C'est le leader régional dans le secteur de l'hôtellerie en Afrique de l'Ouest. Établi à Bamako et fort de plus de 25 années d'expériences, le Groupe s'attelle à satisfaire les besoins croissants de

ses clients avec un service haut de gamme de Bamako à Ouagadougou en passant par Cotonou, Bissau, Nouakchott, Abidjan et Loubila. Dans une interview accordée à Maliweb.net, le fondateur Monsieur Mossadeck Ballya affirme qu'il a commencé son



Grand Hôtel Azalai Bamako - Mali - Crédit photo @Groupe Azalai



Tsogo Sun hôtel Cape Town - Afrique du Sud - Crédit photo @Tsogo Sun Hôtel Group

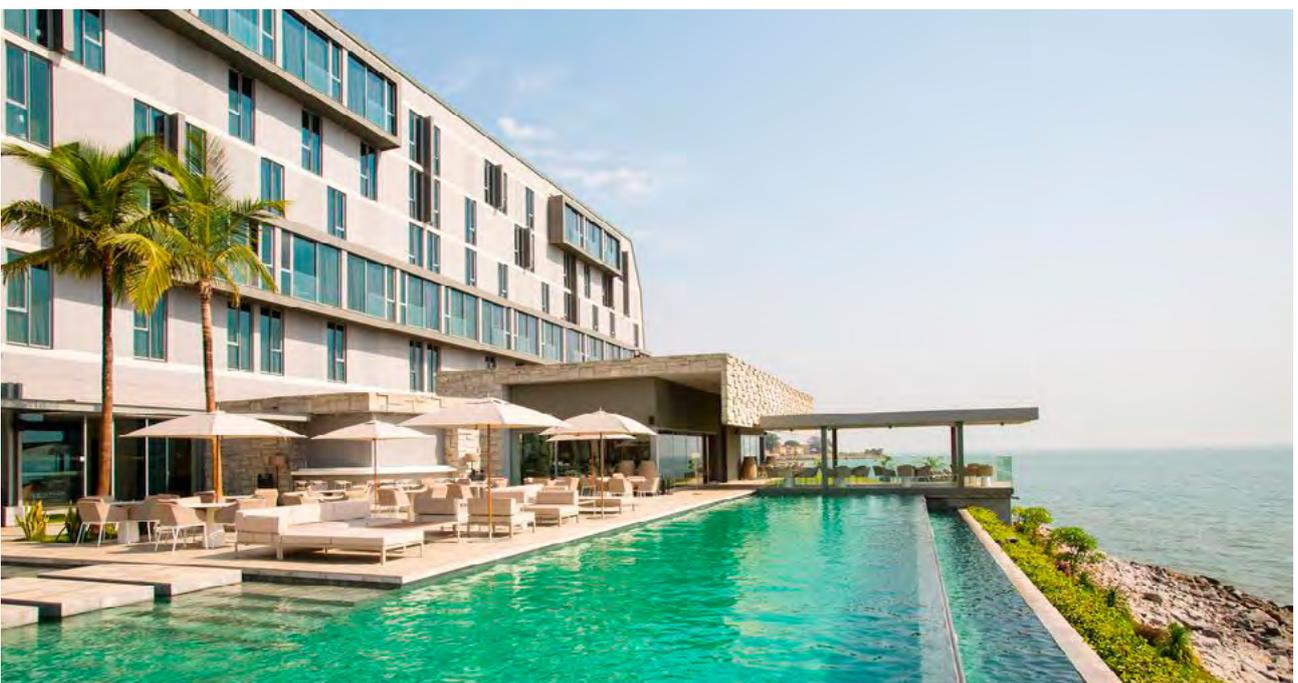
entreprise avec 12 millions FCFA mais qu'aujourd'hui son chiffre d'affaires avoisine 12 milliards FCFA. En 2020, Azalã hôtels a employé plus de 4000 personnes.

### **TSOGO SUN Hotel Group**

Il s'agit d'une société sud-africaine dirigée par Solomon « Sol » Kerzner. Du Budget, Select Service et Full Service jusqu'au Luxe, la vision de TSOGO SUN est d'offrir « l'expérience parfaite » à chaque type de client à travers ses 21 marques.

En 2017, la société a révélé qu'elle avait investi plus de 120 millions de dollars dans l'agrandissement, la construction et la rénovation d'hôtels afin de garantir que ses hôtels continuent d'être les meilleurs de leur catégorie. Cet investissement

comprenait deux nouveaux hôtels, le SunSquare Cape Town City Bowl de 202 chambres et le StayEasy Cape Town Citybowl de 30 chambres. La chaîne hôtelière dispose de 13 casinos Tsogo Sun et 23 sites Galaxy Bingo dans six provinces d'Afrique



Crédit photo @Teyliom Hospitality



Protea Hotel Johannesburg - Afrique du Sud - Crédit photo @Protea Hotels by Marriott

du Sud. Le portefeuille hôtelier comprend des hôtels de premier ordre et d'autres offres locales d'hébergement. Tous les hôtels sont stratégiquement situés dans des quartiers offrant des solutions de divertissements attractives pour les différents profils de clients. En 2023, la chaîne hôtelière fait un chiffre d'affaires de 4987 millions ZAR (Source : Zonebourse)

### TEYLIOM HOSPITALITY

Avec l'ouverture de son premier hôtel à Dakar, géré sous la marque Radisson

Blu Hotel, et de plusieurs autres hôtels gérés sous ses propres marques développées en interne, le Groupe se positionne comme un acteur majeur dans l'industrie hôtelière de la sous-région. Les hôtels du groupe sont stratégiquement situés dans les principales villes africaines, les quartiers d'affaires et les destinations touristiques. Ils offrent aux voyageurs internationaux et nationaux un hébergement ultramoderne en plein cœur des lieux incontournables de l'Afrique. Aujourd'hui, c'est la société Mangalis Hôtels

Group qui a la charge du développement des marques et de la gestion technique et opérationnelle des hôtels.

En effet, le Groupe procède à la gestion opérationnelle des hôtels Noom Hotel Conakry (Guinée-Conakry) et Yaas Hotel les Almadies (Sénégal) depuis 2016, Seen Hotel Abidjan Plateau depuis février 2017, Noom Hotel Niamey juin 2019 et Noom Hotel Abidjan depuis septembre 2021. Il est dirigé aujourd'hui par Jorgen Jorgensen. Dans une interview accordée à Forbes Africa, ce dernier donne un

aperçu sur les chiffres clés de la chaîne hôtelière « Pour l'année 2021, la gamme Luxe (Noom Hotels) a représenté 66 % de notre chiffre d'affaires total, suivie des segments milieu de gamme (22 % avec la marque Seen Hotels) et économique (12 % avec Yaas Hotels). Quant à la dynamique d'ensemble, nos 3 marques retrouvent peu à peu leur niveau d'activité d'avant la crise sanitaire, portées notamment par la progression de la clientèle locale. »

**PROTEA Hotel by MARRIOTT**

C'est une société hôtelière sud-africaine leader en Afrique, avec une présence significative dans toute la région subsaharienne. Idéal aussi bien pour les voyageurs d'affaires que de loisirs, il offre une collection convaincante de stations balnéaires, d'hôtels de centre-ville, de pavillons de chasse privés et de retraites en montagne dans des centres d'affaires primaires et secondaires ainsi que des destinations de

loisirs prisées. Que ce soit au Cap ou à Johannesburg, chaque propriété offre une expérience locale unique, une chambre accueillante et les commodités attendues. La marque est présente dans plus de 60 propriétés en Afrique du Sud et dans huit autres pays africains, à savoir, l'Algérie, le Botswana, le Malawi, la Namibie, le Nigéria, la Tanzanie, l'Ouganda et la Zambie. Chaque hôtel a un caractère unique et

la collection s'étend de l'hébergement urbain aux retraites à la campagne...

Cette liste des géants locaux de l'hôtellerie africaine n'est bien évidemment pas exhaustive. Malgré leur nombre réduit, ils concurrencent valablement les géants mondiaux comme les groupes Accor, Hilton, Marriott qui dominent depuis longtemps le marché. Il faut ainsi compter désormais avec

les entrepreneurs africains dans l'hôtellerie toutes gammes confondues. Ces derniers contribuent sans nul doute, à la création de richesse pour le continent. L'Égypte, le Nigéria, le Maroc, l'Éthiopie, le Kenya et l'Afrique du Sud sont les pays africains qui tiennent le haut du classement en termes de développement d'hôtels (Source : W Hospitality Group). ■



Ile de Zanzibar - Archipel Zanzibar (Tanzanie) Crédit photo @Freepik



Crédit photo @AdobeStock\_452148813

Actualité et géopolitique au Sahel

# Les efforts de développement du tourisme africain entravés par les menaces terroristes et le crime organisé dans les pays du Sahel.

*Sur le continent africain, les enjeux du secteur touristique sont colossaux. À cela s'ajoutent les menaces djihadistes, et les récentes crises qui impactent négativement le développement du secteur.*

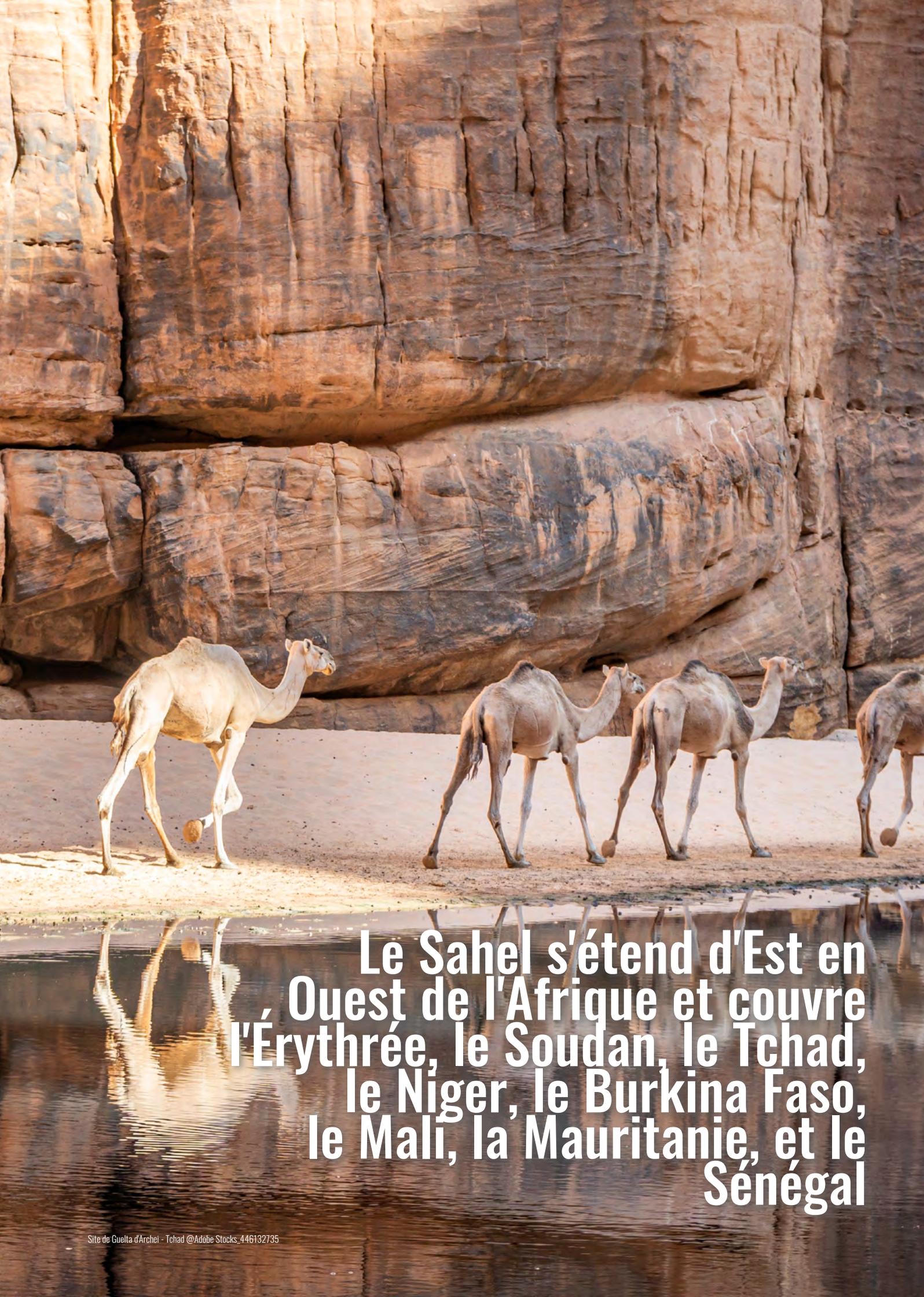
par Élias Maboutondji DJIVIDÉ

**D**ans les pays autour du Sahel (Burkina Faso, Cameroun, Gambie, Guinée, Mali, Mauritanie, Niger, Nigéria, Sénégal et Tchad) où ces problèmes existent, la croissance économique du secteur touristique devient problématique en dépit des nombreux atouts de la filière.

**La région du Sahel, une terre d'opportunités, notamment touristiques et culturelles.**

La région du Sahel dispose d'un fort

potentiel touristique qui pourrait être développé de manière durable et inclusive. Elle abrite une diversité de paysages, de cultures et de traditions qui offrent d'importantes opportunités touristiques et culturelles. En termes de paysages, le Sahel est caractérisé par ses vastes plaines désertiques, ses montagnes et ses oasis. Les touristes peuvent profiter de promenades à dos de chameau dans le désert du Ténéré au Niger, de randonnées



**Le Sahel s'étend d'Est en  
Ouest de l'Afrique et couvre  
l'Érythrée, le Soudan, le Tchad,  
le Niger, le Burkina Faso,  
le Mali, la Mauritanie, et le  
Sénégal**



Ville de Djenné - Mali - Crédit photo @Freepik

dans les montagnes du Hoggar en Algérie (extrême Sud) ou de balades en pirogue sur le fleuve Niger au Mali. Ils peuvent également visiter les édifices ancestraux et découvrir les gravures rupestres du sahel burkinabè.

Le Sahel est un mélange de cultures africaines et arabes. Les touristes peuvent découvrir les traditions nomades des Touaregs, les villages traditionnels des Peuls, les villes anciennes des Maures ou les sites archéologiques des civilisations anciennes, notamment celles du Mali, terre de l'illustre souverain [Soundiata Keïta](#) et de l'empereur [Mansa Musa](#) à l'origine de la construction notamment des [mosquées et autres universités de la ville de Tombouctou](#).

Quelques exemples d'opportunités touristiques et culturelles dans la région du Sahel sont :

- **Le tourisme d'aventure et de nature** : safaris, randonnées, balades en quad, rafting, etc.
- **Le tourisme culturel** : visites de villages, de sites archéologiques, de musées, de festivals, etc.
- **Le tourisme religieux** : visites de mosquées et de sanctuaires, etc.

Cependant, la région fait face depuis 2015 à des conflits armés multiformes qui entravent le développement du secteur touristique dans ces pays.

## Les efforts de développement du tourisme africain entravés par les menaces

## terroristes et le crime organisé dans les pays du Sahel.

Après deux années consécutives (2020-2021) de chute en raison des contraintes liées à la COVID 19, le tourisme africain fait face par ailleurs, à des enjeux sécuritaires. Pour autant selon les [dernières données de l'Organisation Mondiale du Tourisme](#), l'Afrique a fait des performances encourageantes par rapport au reste du monde. En effet, au premier trimestre 2023, le continent « a retrouvé 88% de son niveau de 2019 ».

Mais l'instabilité observée dans la région sahélienne représente de sérieuses menaces pour la compétitivité et la



Mosquée de Bobo Dioulasso - Burkina Faso - Crédit photo @Flickr - Ana Isabel Escriche

durabilité du secteur car elle repousse les touristes internationaux. L'Europe, l'un des fournisseurs importants en matière de tourisme de masse, déconseille fortement à ses ressortissants de voyager dans ces zones. La France, en tête des pays détracteurs, a classé ces territoires en « zone rouge » « [...], l'intégralité des territoires du Mali, du Tchad, du Niger et du Burkina Faso, ainsi que la majorité du territoire de la Mauritanie sont « formellement déconseillées » ou « déconseillées sauf raison impérative ». Tout déplacement dans les zones formellement déconseillées est à exclure. Les ressortissants français qui s'y

trouveraient sont invités à les quitter ». Plusieurs autres nations occidentales ou non, sont dans la même logique.

Ces mesures visant à préserver les ressortissants étrangers contre les attaques terroristes, vont contribuer à limiter sans doute l'activité touristique dans le sahel dans les prochaines années. Cela aura forcément un impact significatif sur les emplois dans ces zones. On sait par exemple qu'en 2020, le Nigéria et la Guinée avaient pour 100 touristes arrivés, respectivement 66 et 77 emplois créés (Source : GEO Magazine). Il est aisé d'estimer, même de manière empirique, le

manque à gagner pour l'ensemble des pays touchés dans ces territoires.

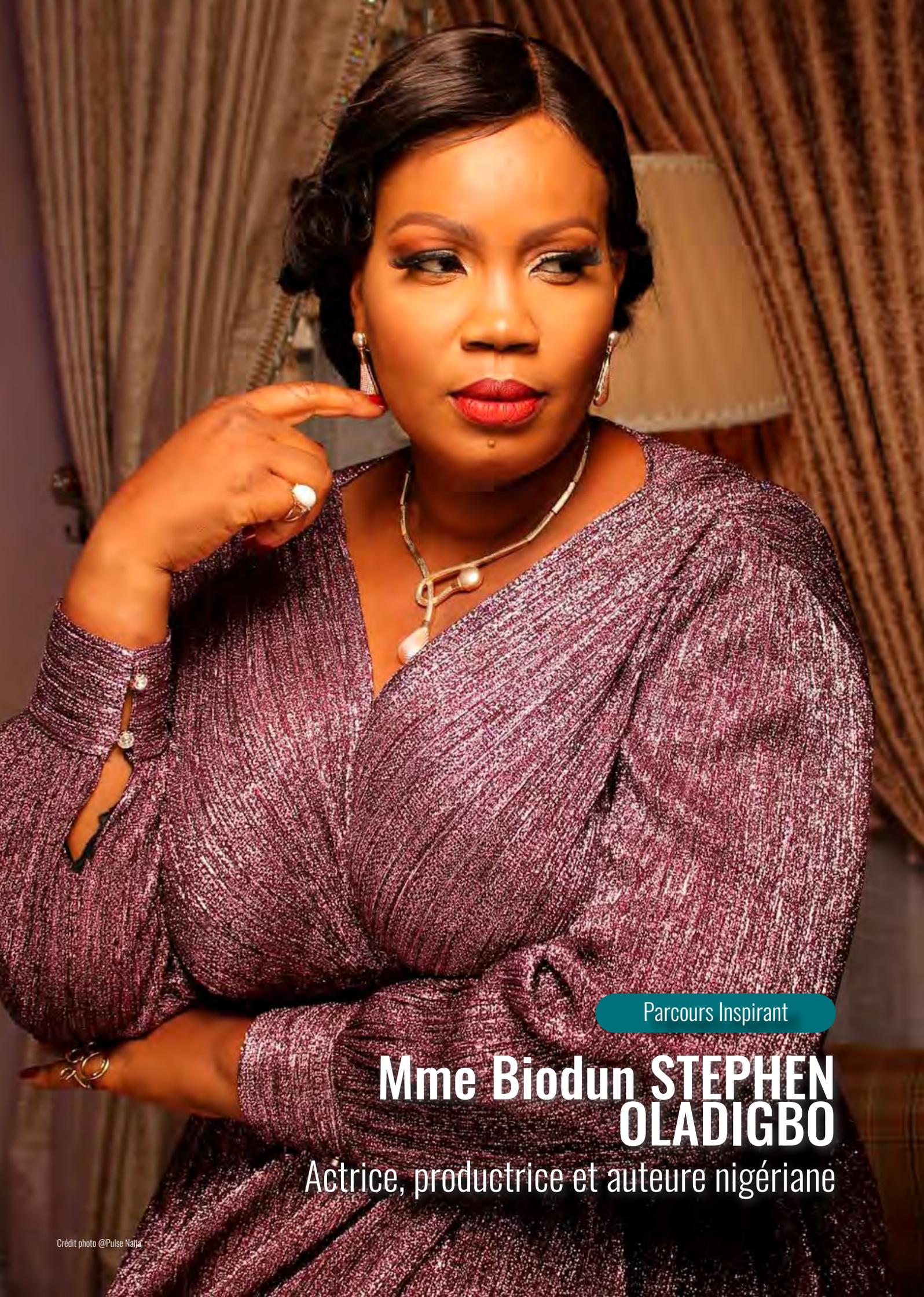
La région du Sahel tout comme beaucoup d'autres régions du monde, connaît une crise sécuritaire qui ne cesse de s'intensifier, malgré les efforts des dirigeants de ces pays et certaines nations amies. Les dernières actualités avec notamment la mise en œuvre de la [Charte du Liptako-Gourma](#) par l'Alliance des États du Sahel (AES) annoncent néanmoins des lendemains meilleurs pour les populations de la zone, et de fait, pour l'industrie du tourisme à terme. ■



Faites entendre la voix de votre entreprise !

# Communiquez dans le magazine K-World

**Contact : +229 91 40 04 04**  
[redaction@kworldmagazine.online](mailto:redaction@kworldmagazine.online)



Parcours Inspirant

# Mme Biodun **STEPHEN** **OLADIGBO**

Actrice, productrice et auteure nigériane

Parcours inspirant

# Biodun STEPHEN | La Maestro des drames romantiques de Nollywood.

*Célèbre réalisatrice et productrice primée, Madame Biodun STEPHEN est une puissance Nollywood inouïe dans le milieu du cinéma nigérian. Elle est l'une des personnalités les plus talentueuses de l'industrie cinématographique nigériane.*

par La Rédaction



Madame Biodun STEPHEN - Crédit photo @Dailypost.ng

**D**e l'écriture scénique en passant par la réalisation, et la production de films, Madame Biodun Stephen a fait des merveilles pendant les 12 ans de son parcours dans l'industrie. Son premier succès date de 2015 avec son film « [The Visit](#) » qui a été nommé pour le prix du meilleur film de l'Afrique de l'Ouest.

## Productrice et réalisatrice de première ligne.

Avec sa formation en production cinématographique à la London Film Academy, Madame Biodun Stephen s'est construit une marque qui s'est développée au fil des années dans Nollywood. Classée dans le Top 5 des femmes réalisatrices et productrices du Nigéria (African Fixer Network), elle



Affiche officielle du film The Visit - Crédit photo @IMDb

est connue pour ses œuvres dramatiques romantiques et comiques. Son expertise couvre toute la chaîne de valeur de la production cinématographique, y compris, mais sans s'y limiter, l'écriture de scénarii, la production et la coordination de la production, la conception des décors de production, le design et la réalisation.

À travers sa boîte de production, Shutter Speed Limited, Madame Biodun Stephen s'est transformée peu à peu en une centrale distincte de Nollywood avec des projets présentés sur grand écran, et sur les plateformes de diffusions telles que Africa Magic, Iroko TV, YouTube et bien plus encore.

## Un parcours riche en distinctions.

En 2010, Biodun Stephen a abandonné son poste de rédacteur dans une agence de publicité pour rejoindre l'aventure nollywoodienne. 12 ans plus tard, la réalisatrice et productrice nigériane a réalisé des œuvres qui ont connu un grand succès tant sur le marché local qu'en international.

La sortie de son premier film « The Visit » en 2014 a retenu l'attention du public et des acteurs de l'écosystème filmique nigérian. Madame Biodun Stephen a été félicitée surtout pour son casting très restreint mais brillant et sa narration perspicace et authentique.

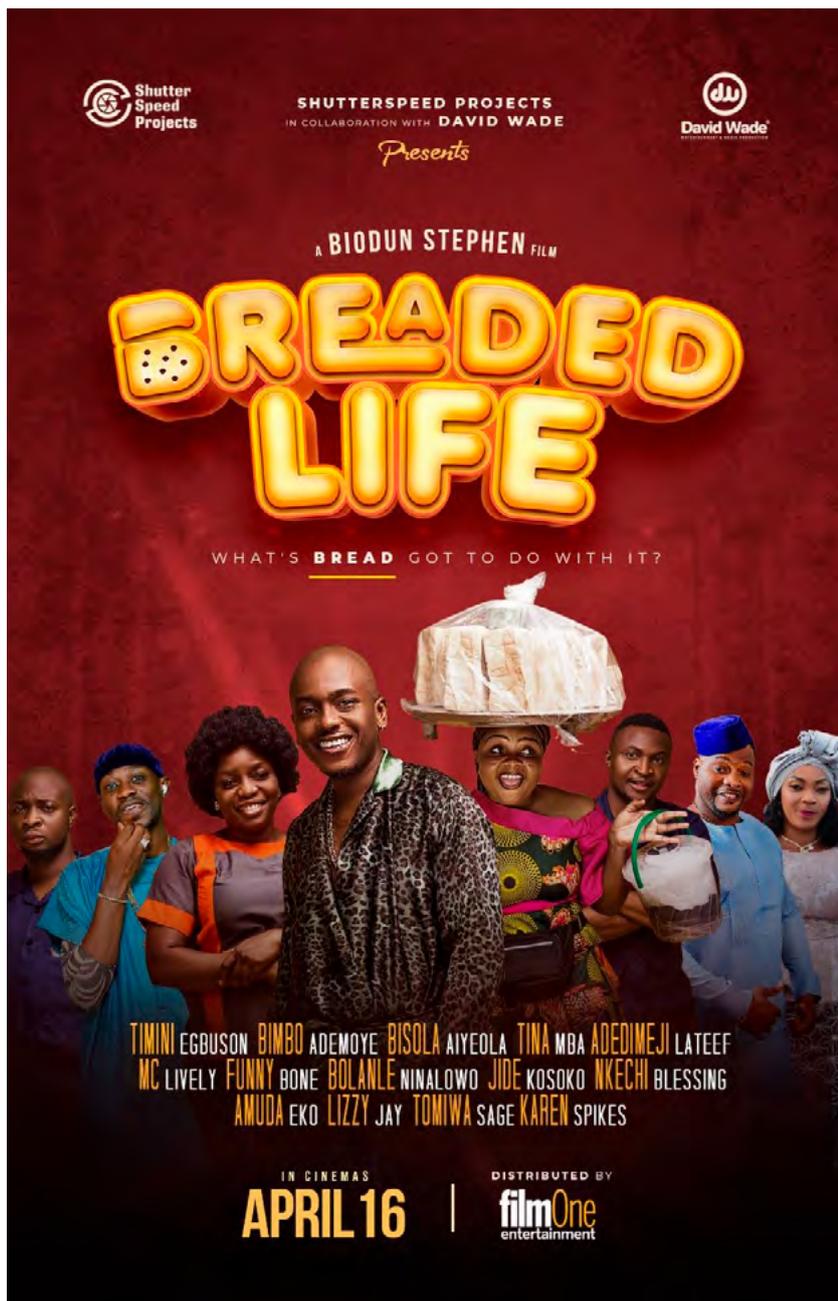
Elle a remporté le prix de la meilleure réalisatrice aux Maya Awards Africa 2016 et a été nominée pour le prix de la meilleure réalisatrice pour son film [Tiwa's Baggage](#) aux City People Movie Awards 2018.

En 2017, elle a vu son film [Ovy's Voice](#) diffusé sur la plateforme Iroko TV. Biodun Stephen est doublement couronnée en 2022 aux Africa Magic Viewers Choice Awards avec son film [Introducing of Kujus](#). Elle est distinguée meilleure écrivaine et en même temps nominée pour le prix du meilleur film de l'Afrique de l'Ouest avec son film [Breaded Life](#).

## Des succès mais avec d'énormes embûches.

Comme toute profession, l'activité de cinéaste connaît ses difficultés inhérentes. Madame Biodun Stephen en a fait l'expérience dès ses débuts dans Nollywood. Avoir l'opportunité de mettre en œuvre son don dans cette industrie était "un peu difficile" confiait-elle à [Nigerian Tribune](#). À un moment donné, elle est arrivée à se décourager. Cependant, elle a eu l'occasion d'exposer son talent lorsqu'elle a rencontré le PDG de Koga Studios et c'est ainsi que son parcours dans la production cinématographique a commencé, confiait-elle. Il y avait beaucoup de pression pour faire mieux et rester pertinente. Définir et construire sa marque a également été un véritable défi pour elle.

Les difficultés de Biodun Stephen dans sa carrière de cinéaste sont aussi liées au fait de savoir combiner vie familiale et vie professionnelle. À l'en croire dans un entretien publié sur [Nigerian Tribune](#) « Cela a été l'une des choses les plus difficiles de ma vie », mais le soutien familial n'a pas manqué. « [...] J'ai un mari



Affiche officielle du film Breaded Life - Crédit photo @IMDb

qui me soutient, qui croit en moi et est fier de moi. Il est ma muse, quand je me heurte à un mur en écrivant, je l'appelle, je raconte l'histoire et d'une manière ou d'une autre, l'histoire devient claire, simplement parce qu'il m'écoute. Il est mon système de soutien, donc quand je suis absente, c'est lui qui gère (à la maison). Cependant, une fois rentrée chez moi, j'essaie de me rendre disponible le plus possible. »

## Ses histoires authentiques.

Le succès des films de Madame Biodun Stephen est lié en partie à l'authenticité et la perspicacité de ses histoires. Si ses quelques années dans le milieu médiatique lui ont permis d'avoir des histoires dont elle se sert dans sa carrière de réalisatrice et de productrice, ses propres réalités ont

servi aussi de sources d'inspiration pour certains de ses films phares.

Dans un entretien avec [Chude Jideonwo](#) et diffusé sur la chaîne YouTube [With Chude](#), la productrice du film a révélé que son film de 2017, intitulé "[Glimpse](#)", était une histoire vraie. Biodun Stephen a raconté comment elle a été confrontée à des tentations alors qu'elle et son mari luttent pour payer le loyer de leur maison au cours des premières années de leur mariage. La productrice du film a révélé que son film "Glimpse", était une histoire vraie.

Les débuts n'ont pas été des plus aisés pour elle et son mari. En fait, c'était la petite amie du propriétaire qui leur faisait vivre un enfer. Elle faisait irruption dans la pièce et disait : « Maman Victoria, ton loyer est dû. », raconte-elle. Puis elle poursuit : « Nous [mon mari et moi] ne savions pas où trouver l'argent. Il y avait tellement de charges. Et je me souviens de cette conversation que j'ai eue avec quelqu'un qui m'a fait des avances en contrepartie de son aide éventuelle. À l'époque, mon salaire était de 40.000N et mon mari gagnait 25.000N [mensuellement] dans un cabinet d'avocats. Au total, nous avions 65.000N et nous avions un enfant dont les frais de scolarité étaient de 80.000N. Donc, c'était beaucoup de tentations. C'était dur. »

Aujourd'hui, Madame Biodun Stephen est une célèbre réalisatrice que le monde qualifie de "centrale distincte de Nollywood". Elle est une figure incontournable de l'industrie Nollywood dont la valeur nette personnelle est estimée à plus de 450 000 USD. ■



**Magazine K-World**  
ND Consultant Group

N°277 rue 11.034, Gbégamey - Cotonou | Bénin  
<https://www.kworldmagazine.online>  
[redaction@kworldmagazine.online](mailto:redaction@kworldmagazine.online)