



Éditorial : L'adoption des nouvelles technologies et le processus de digitalisation en Afrique. par E. Djividé p 20

Conseil en stratégie marketing : Identité de marque versus image de marque. par N. Daouda p 12

K-Sôro (*parlons-en): La chronique socio-économique de P.Dady par P. Dady p 08

Magazine

KWORLD



Bimestriel d'information pour les entrepreneurs Octobre - Novembre 2023 n°09

En couverture

Edith Brou Bleu | L'Afrique est un continent en pleine effervescence numérique, qui fait des progrès pour sa transformation digitale !

Financement

Les Startups du secteur de l'énergie en tête des levées de fonds au 2^{ème} trimestre de 2023.

Gastronomie

Dieuveil Malonga | Le nouveau visage du panafricanisme culinaire..

Dossier spécial

Technologies numériques et transformation digitale en Afrique.



Communiquez dans le magazine K-World

Contact : **+229 91 40 04 04**

redaction@kworldmagazine.online

K-WORLD

Faites entendre la voix de votre entreprise !



Edith Brou Bleu - CEO de Kessya.com - Crédit photo @Facebook Edith Brou Bleu

En couverture

Partout dans le monde, le digital a profondément modifié nos modes de vie et de fonctionnement. Mais qu'en est-il des sociétés africaines, dont le secteur informel est toujours prépondérant ? Où en sont-elles dans leur digitalisation ? [▶▶ Lire la suite page 36](#)

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
Directeur de la publication
 Nathalie Daouda **Email** : ndaouda@nd-consultant-group.com



04 L'éditorial de Nathalie Daouda.



08 K-Sôrô, La chronique socio-économique de PDady.

Conseils aux entrepreneurs



12 **Conseil stratégie marketing** : Identité de marque versus image de marque.



14 **Conseil stratégie commerciale** : La fonction commerciale est centrale dans une entreprise.

Information socio-économique



16 **Finance et sécurité** : Hackathon CEDEAO sur la cybersécurité.

Dossier spécial : Technologies numériques et transformation digitale en Afrique.



20 **Éditorial** : L'adoption des nouvelles technologies et le processus de digitalisation en Afrique.



25 **Transformation digitale en Afrique** : L'impact des nouvelles technologies sur l'inclusion sociale et économique en Afrique.



28 **Intelligence artificielle** : "Il y a très peu de pays en Afrique qui ont un environnement propice au développement de l'intelligence artificielle" - **Alain Kiyindou**



32 **Les Fintechs en Afrique** : Aperçu des Fintechs en Afrique : Potentialité, tendances du marché et défis.



36 **Expertise sectorielle** : "L'Afrique est un continent en pleine effervescence numérique, qui fait des progrès pour sa transformation digitale!" - **Edith Brou Bleu**



42 **Financement** : Les Startups du secteur de l'énergie en tête des levées de fonds au 2^{ème} trimestre de 2023.



44 **Solutions technologiques** : "Notre but, transformer les communautés locales en acteurs de leur développement grâce aux nouvelles technologies" - **Ndeye Amy Kebe**



48 **Formation** : "Si l'Afrique veut occuper une place dans le monde numérique, il est impératif qu'elle forme ses jeunes dans les métiers informatiques" - **Alfred Bewindin Sawadogo**



52 **Solutions technologiques** : La startup Gozem (mobilité et e-commerce) rachète la fintech Moneex (paiement et transferts d'argent).



Parcours inspirant



58 **Dieuveil Malonga** : Le nouveau visage du panafricanisme culinaire.

Rédacteur

Elias Mahoutondji Djividé

Email : redaction@kworldmagazine.online

Communication et publicité

Régie publicitaire du Magazine K-World

Email : redaction@kworldmagazine.online // assistantedg@nd-consultant-group.com

ISSN 2741-8251-10

Éditorial

Les valeurs “universelles” du management de personnes ?

par Nathalie DAOUDA



Nathalie Daouda - CEO ND Consultant Group - Crédit photo @Blackwinner Photography

J’ai animé dernièrement une formation pour des apprenants en Master 1 dans une école de commerce consulaire en France.

Au cours de nos échanges, une question est apparue qui a retenu mon attention et que j’ai envie de partager avec vous afin d’avoir votre opinion sur le sujet.

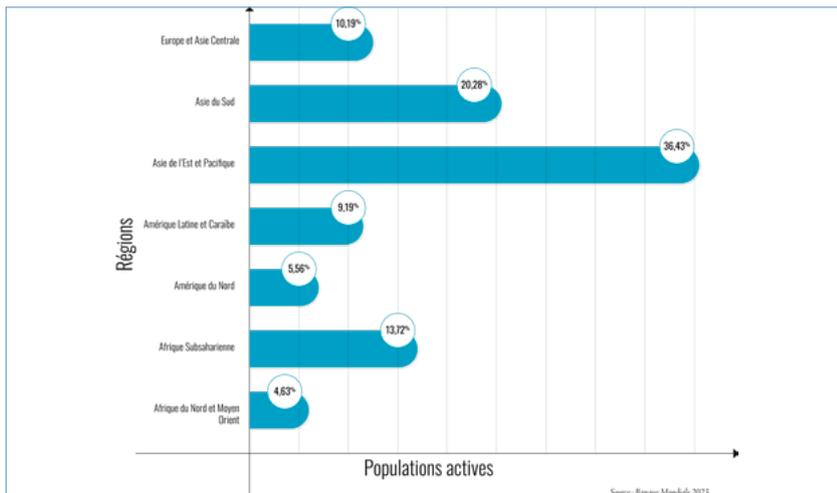
Un jeune homme français de province, âgé d’une vingtaine d’années, alléguait que les valeurs du management de personnes étaient universelles.

Vous commencez à me connaître, j’aime ce genre de palabre 😊 !

J’ai voulu savoir ce que l’assemblée comprenait avec le mot “universel” dans le contexte de la France non parisienne, en 2023. Et grand bien m’a pris de m’arrêter à ce moment-là car pour les jeunes gens présents, “universel” était équivalent à “occidental”, voire “français”. Car, selon leur compréhension, les valeurs du pays des Droits de l’Homme sont forcément universelles.

Que signifie le mot “universel” et particulièrement dans le contexte du management de personnes ?

Selon le Petit Larousse le mot “universel” est un adjectif dont la



Histogramme de la répartition de la population active 2022 par grandes régions dans le monde - Source : Statistiques Banque Mondiale 2023

signification est « Qui concerne tous les hommes ». Je comprends donc l'association « Pays des Droits de l'Homme » et « Universel ».

Pour autant, si l'on considère cette définition dans un contexte de management de personnes, cela revient-il nécessairement à considérer que tous les hommes et toutes les entreprises répondent aux mêmes valeurs et ont les mêmes objectifs ?

Humm ! Permettez-moi d'en douter. Qu'il existe de points de convergences, je veux bien. Mais de là à ce que nous soyons tous structurés par un même système de valeurs, la pensée m'a dérangé.

Je m'appuie pour cela sur au moins deux assertions : (1) les valeurs sont l'émanation de cultures différentes et (2), les enjeux socio-économiques varient d'une entreprise à l'autre, d'une communauté à l'autre, d'un pays à l'autre.

Peut-on raisonnablement

considérer que les valeurs de 16% de la population active sont des valeurs "universelles" ?

Car oui, faut-il le rappeler, la répartition de la population active en 2022 n'a rien à voir avec ce que l'on pourrait imaginer en se basant sur les informations diffusées par les médias "mainstream" occidentaux.

Le graphique ci-après établi à partir des données 2022 de la banque mondiale, montre que sur les 3,4 milliards de personnes réputées actives, 15,75% vivent en zone Europe et Asie centrale, et Amérique du Nord. La zone Afrique et Moyen Orient représente 18,35%, la zone Asie du Sud, Est et Pacifique représente 56,71% et enfin la zone Amérique latine et Caraïbes, 9,19%.

Les chiffres sont explicites ! Plus de 84% de la population active mondiale n'est pas occidentale. Il est donc évident que ni leurs

valeurs, ni leurs pratiques ne sont la règle pour l'ensemble de la population active sur la planète.

Est-ce que pour autant les valeurs des uns et des autres sont diamétralement opposées ? Je ne pense pas mais j'aimerais avoir votre avis sur la question.

Néanmoins, ce que je constate sur le terrain est que les velléités des personnes varient considérablement d'un territoire à l'autre. Je m'attends donc à ce que les valeurs de management également soient différentes selon les territoires.

Peut-on hiérarchiser les valeurs du management de personnes sur une grille qui évolue entre "le mal" et "le bien" ?

Moi, je dis non. Car tout est une question de contexte. Et puis tout simplement parce que je n'adhère pas aux notions dogmatiques du bien et du mal. Je suis plus confortable avec les notions de "construction" et de "destruction" qui me semblent plus factuelles. Votre « bien » peut constituer mon « mal », et vice-versa. Votre « agresseur » peut être mon « libérateur ». Votre « aubaine » peut être ma « malchance ». Qui a donc raison dans ce cas ? Le débat est ouvert 😊 !

Mais revenons à notre sujet. Il n'est pas juste selon moi, de hiérarchiser un système de valeurs par rapport à un autre

car toutes les composantes de l'humanité se valent.

J'entends déjà les remarques classiques à propos du "travail des enfants", "l'épuisement au travail" etc... Mais je sais aussi que le travail des enfants est un effet de bord de l'extrême pauvreté. Qu'est-ce qui occasionne et maintient des pans entiers de la population de cette planète, dans des situations d'abjecte pauvreté ? À qui doit-on jeter la pierre ?

Je sais tout autant que l'épuisement au travail est la conséquence directe de la pression exercée par les détenteurs du capital sur les ressources humaines et matérielles, qui doivent être toujours plus productives et rentables. Qui porte

la responsabilité de cet état de fait finalement ? Doit-on juger les exécutants ou les donneurs d'ordres ?

Alors finalement, universel ou non ?

Évidemment, il y a des points de convergence car comme je l'ai écrit plus haut, toutes les composantes de l'humanité se valent.

Mais on ne peut absolument pas parler de valeurs universelles dans le cadre du management de personnes. Au mieux, on peut évoquer des valeurs dominantes dans

un contexte de mondialisation. Mais là encore, c'est délicat. On peut tout au plus parler de valeurs les plus fréquentes en se basant sur la démographie réelle de la population active mondiale.

Et si l'on va dans ce sens, ce sont incontestablement les valeurs chinoises et indiennes que l'on rencontrera le plus fréquemment dans le monde du travail et des affaires...question de nombre oblige.

Devons-nous donc revoir nos références théoriques scolaires sur le sujet ? Ma réponse est oui, trois fois oui. Il est grand temps de mettre à jour nos références "universelles" et ajuster nos paradigmes en fonction de la nouvelle réalité du monde dans lequel nous vivons. ■



Crédit photo @Yuriarcuspeopleimages - Freepik.com

Confiez-nous vos études sectorielles stratégiques

ND CONSULTANT GROUP
Audit - Conseil - Études
Formation - Accompagnement
Événementiel

Éditorial

Technologies numériques : et le digital réveilla l'Afrique

par Patrick DADY



Patrick DADY - Crédit photo @Boris Sylla

La transformation du numérique n'est plus un sujet, encore moins un débat, en Afrique.

Ni la barrière de la langue officielle, peu parlée en milieu rural, ni le peu d'accès à l'éducation, n'empêchent qui que soit d'avoir un téléphone portable avec un nombre incalculable d'applications, qui réduit à la fois les distances et semble décloisonner les relations, tout en les maintenant dans une réelle virtualité.

Il n'est pas si loin le temps où d'aucun était fier d'avoir des « amis » sur Facebook, application révolutionnaire qui régnait sans partage dans le panthéon du réseau social. D'ailleurs, ce terme m'a toujours fait rire

et inquiet en même temps. Accoler le mot « réseau », qui dénote une sorte d'intérêt partagé pour des sujets communs, avec le mot « social » qui correspond à une connexion directe avec l'autre, pour décrire une virtualité qui relie superficiellement des personnes qui ne cherchent pas vraiment à se connaître, au-delà d'avoir des « likes », est pour le moins étonnant.

L'incongruité réussie de la démarche tient à une sorte d'ouverture statique sur un monde en mouvement : une sorte de paradoxe des contraires, en somme.

Cela a conduit aussi bien à des dérives malheureuses qu'à des bonheurs durables. Mais cela a aussi abouti à des vocations, à partir d'une promesse de simplifications des processus.

C'est probablement là qu'il faut faire le distinguo entre digitalisation et réseau sociaux. Les seconds ont montré qu'il était possible de faire des choses à distance, tandis que la première a pour vocation de nous faciliter la vie.

Le recours aux nouvelles technologies a assurément ouvert des voies nouvelles. La digitalisation du continent le confronte à

une vraie révolution des pratiques avec un corollaire d'innovations et de potentialités de développement inouïes. Au cours des dernières années, le continent a fait des pas de géant dans la digitalisation de ses économies, transformant ainsi les perspectives de développement et ouvrant de nouvelles opportunités pour les entrepreneurs, les innovateurs et les investisseurs.

Pour atteindre ce niveau, l'Afrique a misé sur l'expansion des infrastructures de télécommunications, le déploiement de réseaux nouvelle génération (4G, 5G), la généralisation des smartphones, l'émergence d'écosystèmes numériques efficaces et l'apparition des paiements mobiles.

Le digital est devenu une vraie panacée dont l'impact est très perceptible dans l'environnement général du continent. Il booste le monde de l'entrepreneuriat par une sorte de croissance inclusive qui doit prendre en compte les compétences, la technologie et une nécessaire normalisation.

Tout d'abord, il ne fait aucun doute que



Crédit photo @Freepik.com

le digital attire les jeunes du continent, mais force est cependant de constater que l'offre de formation vient encore trop souvent d'ailleurs. Les standards sont, encore une fois, définis par les autres dans une chaîne de création de notre temps. Même si certains pays sortent du lot, notons que nous nous tournons encore trop souvent vers les succès venus d'ailleurs, sans aucun effort d'adaptation à nos réalités pérennes pour éviter des clashs civilisationnels, avec des vapeurs de revanche sur une histoire qui nous pèse malgré tout. Notre hospitalité, mais peut-être plus, notre manque d'intérêt pour les valeurs de notre identité, nous font passer à côté d'une économie de la souffrance, comme savent si bien le faire certains avec des relais dans tous les ordres de pensée. Mais passons...

Ceci pour dire que la compétence n'est pas juste une question de disponibilité à apprendre à être meilleur, mais c'est

avant tout la faculté à cocréer une génération porteuse de valeurs induites pour que l'innovation en soit le vecteur incontournable, la force edificatrice de nos objectifs communs et le fer de lance qui rend possible le processus. En tout état de cause, la compétence doit intégrer une forme de Connaissance qui réunit pour ne pas être qu'un savoir qui distingue.

Ensuite, le financement de la digitalisation doit être une priorité de la bourgeoisie locale, sur la base d'une mobilisation nationale portée par une politique protectrice de nos valeurs. Ne nous y trompons, si nous ne prenons pas soin de nos innovations, d'autres le feront à notre place et pour le seul profit. Ce n'est même pas une question de domination, mais juste de vision prospective de croissance. Je ne cesserai jamais de rabâcher que nos bourgeois doivent arrêter de vouloir faire étalage sous des cieus où ils n'ont pas d'impact. Il vaut mieux payer des

impôts locaux à Assini, à Dakar Yoff et à Atakpamé que dans le 16ème à Paname ou à Menton.

Enfin, la digitalisation doit prendre garde à ne pas ouvrir la boîte de pandore d'un désordre inopportun, ni inciter à la fracture numérique.

Il n'est pas inutile de faire ici un focus sur les risques de cybercriminalité, qui est un désespérant constat de cette digitalisation, plongeant bien des gens dans le désarroi de l'usurpation. C'est pour cette raison que digitalisation et sécurité doivent aller de pair et que cette génération perdue qui s'adonne à la facilité de gain soit prise en charge dans une logique de normalisation sécuritaire de ce qui est mis en place pour nous faciliter la vie.

La fracture numérique est une brèche dans les espoirs de la digitalisation. Oui, Abidjan, Conakry, Accra et Porto Novo sont des villes connectées et bénéficient d'une

E-administration opérationnelle, mais combien sont-ils à ne pas pouvoir accéder à ces nouvelles technologies, en dehors des grandes villes ? La digitalisation des formalités s'accompagne bien souvent de la fermeture de l'accueil physique, sans aucune prise en compte de la couverture internet à minima et de la difficile compréhension des process dans les seules langues officielles.

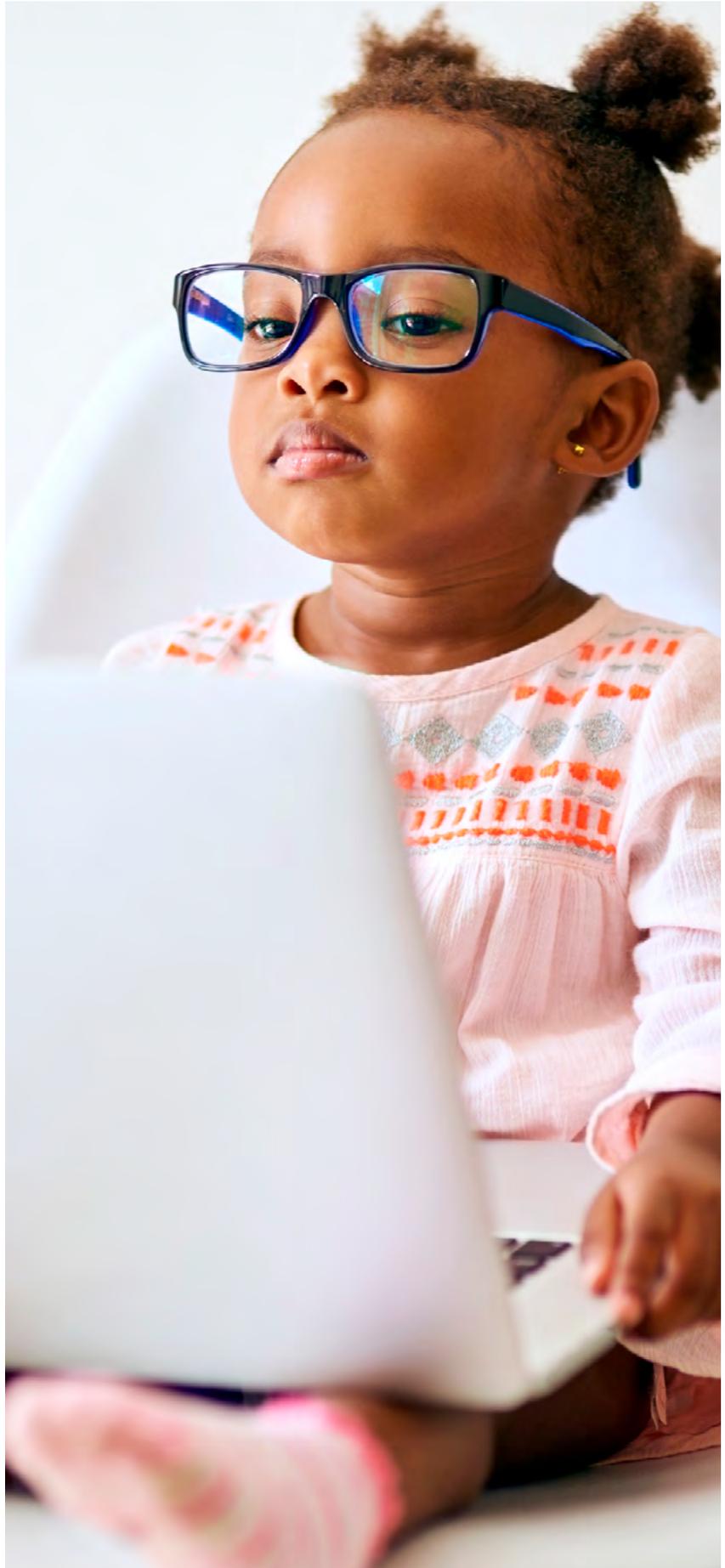
Au demeurant, l'avancée induite par la digitalisation est réelle et complètement opérationnelle, il faut juste prendre garde à ne pas se faire voler cette révolution qui serait sans impact sur le développement.

La digitalisation doit avant tout viser une relation synergique des initiatives publiques et privées pour la transformation des économies du continent.

Les acteurs publics du numérique ne peuvent pas faire l'économie d'une collaboration avec le privé, dans la mise en œuvre des projets de transformation digitale, dans le renforcement d'un écosystème novateur et dans la vulgarisation des nouveaux process.

Le numérique est prometteur en Afrique avec des progrès significatifs dans la digitalisation des économies du continent. Le potentiel immense de la technologie laisse entrevoir beaucoup d'espoir pour une digitalisation du développement et pas seulement de la croissance.

La pérennité de notre World en dépend, il n'y a plus K. ■



Crédit photo @Yuriarcursepeopleimages - Freepik.com

À propos de la monnaie Handa , Falanga, Lukanu , Nkanu (pluriel) , N'na ou encore Miambo du Katanga.

Ce sont les noms de la monnaie traditionnelle du Katanga (République démocratique du Congo) et de la Zambie. Il s'agit une pièce en forme de croix, généralement en cuivre, datant d'au moins le 13ème siècle.

Bien que largement utilisée dans toute l'Afrique Équatoriale, et particulièrement les peuples Luba et Yéké du Katanga, ainsi que les Kuba et les Songyé du Kasai, cette monnaie était frappée par une société secrète initiatique appelée les Bangwa, littéralement, les « mangeurs de cuivre ».

Source : www.natsara.com



Crédit photo @Freepik.com

Conseil aux entrepreneurs

L'identité de marque versus l'image de marque.

Pour la plupart des personnes qui se lancent dans l'entrepreneuriat sans une formation préalable, il demeure une certaine confusion entre l'identité de marque et l'image de marque. Je vais tenter en quelques lignes, de clarifier les termes.

par Nathalie DAOUDA

L'identité de marque c'est l'affaire de l'entreprise

En tant que responsable de votre entreprise, l'identité de votre marque dépend de vous. En d'autres termes, c'est

vous qui définissez ce que vous voulez transmettre comme image de votre marque au public.

Vous allez pour ce faire, choisir un logo qui traduit ce que vous voulez que votre marque symbolise ou représente pour vos clients et le public en général.

Vous aurez un choix de couleurs, de police

d'écriture, des mots clés spécifiques et un ton pour vous adresser à votre cible. Ceci c'est pour la partie marketing et communication. Vos supports de publicité vont ainsi véhiculer une certaine image contrôlée de vos produits et de vos services auprès de vos cibles et du grand public.

Mais votre identité de marque ne se limite

pas qu'à la communication.

Vous devez également veiller à ce que vos valeurs soient traduites dans les faits, à travers la qualité de vos prestations et de vos produits.

Toute l'expérience client avec vos produits et services doit être réfléchie, préparée et mise en œuvre de sorte que le consommateur retrouve vos valeurs et votre promesse à chaque rencontre avec vos solutions.

Si vous voulez par exemple que l'on retienne que vous êtes une entreprise précise et fiable alors vos prestations doivent être exécutées avec précision et vos solutions doivent être fiables.

Vous comprenez le principe.

En définitive, votre image de marque est le résultat de votre vision stratégique pour le développement de votre entreprise.

L'image de marque c'est l'affaire du public.

L'image de marque en revanche, c'est la manière dont le public et vos consommateurs perçoivent votre marque.

On est donc plutôt dans le cadre de la réputation ici.

Vous noterez que j'inclue le public dans l'explication que je donne de cette expression. En effet car l'image de marque n'est pas nécessairement liée à l'expérience de votre solution. N'importe qui peut se forger une opinion sur votre marque sans même avoir fait l'expérience de vos produits ou services. Le simple oui-dire suffit à certaines personnes pour se forger une image positive ou non de votre marque.

Vous pouvez donc avoir une image de marque différente de l'identité que vous avez souhaité donner à votre marque. Tout dépend de la cohérence en quelques sortes, entre ce que vous affichez et ce que vous délivrez...du moins, en règle générale.

Pour reprendre l'exemple plus haut, si vous annoncez que vous êtes précis et fiable, soyez-le, ou vous prenez le risque que votre image de marque soit attaquée si vous êtes défaillant.

Mais le contraire est également possible ! Vous pouvez jouir d'une réputation bien meilleure que ce que vous aviez escompté. Auquel cas, les attentes du public et de vos consommateurs seront supérieures à ce que vous avez prévu. Vous devez donc rester à la hauteur des espérances

du public afin de préserver votre belle réputation

Et la notoriété dans tout cela ?

Image de marque et notoriété sont des principes assez proches. Mais, la notoriété c'est spécifiquement le fait que votre marque soit connue d'une manière avantageuse (en principe). Normalement, la « couleur » de cette notoriété relève plutôt du domaine de l'image de marque, car elle implique un jugement sur la marque. Si l'on commence à porter un jugement sur la marque alors on passe dans le domaine de la réputation / image de marque.

Si notoriété et réputation sont des termes synonymes en langue française, dans les affaires c'est bien différent.

Vous trouverez toujours des personnes pour dire que toute forme de publicité (ou buzz) est bonne à prendre car elle attire l'attention sur la marque. C'est vrai que le buzz fait parler de vous. Mais l'impact d'une mauvaise publicité ne peut jamais être connu à l'avance, donc, attention quand même à ne pas prendre le risque de ruiner des années d'efforts d'organisation et de rigueur, pour quelques minutes d'une pseudo gloire éphémère. ■

Communiquez dans le magazine K-World

+229 91 40 04 04 | redaction@kworldmagazine.online



Conseil aux entrepreneurs

La fonction commerciale est centrale dans une entreprise.

La fonction commerciale est souvent le premier vecteur de contact de l'entreprise avec le public. En effet, le commercial ou le service client sont les fonctions en relation directe avec les clients et prospects.

par Nathalie DAOUDA

La fonction commerciale est finalement la seule activité qui permet de « réserver » du revenu pour éventuellement le conserver, tandis que les autres fonctions support sont des centres de coûts qui permettent de « sécuriser » le revenu potentiel puis lorsqu'il est reçu dans l'entreprise.

Mais je vais d'abord m'arrêter un instant pour expliquer le choix des verbes « réserver » et « sécuriser ».

Une promesse d'achat n'est pas une vente.

Lorsque vous êtes en situation de vente, il est fréquent de célébrer avec effervescence une promesse d'achat de la part d'un prospect ou d'un client existant, surtout lorsque la négociation a été difficile. On parle de « closing », de « signature » etc... Mais faut-il le rappeler, une promesse d'achat n'est qu'une promesse. Elle ne vous garantit en rien que



Crédit photo @Yuriarcuspeopleimages - Freepik.com

le client va confirmer sa commande. Et, une commande n'est pas à confondre non plus avec une vente car elle ne garantit pas le paiement de votre facture. On a une décision d'achat de la part du client / prospect, mais le passage à l'acte d'achat contient plusieurs étapes qu'il ne faut pas perdre de vue : la confirmation effective de la commande et le paiement de cette commande.

Lorsque le prospect ou le client manifeste son intention de contracter avec vous, le travail de commercial n'est donc pas terminé. Vous pouvez juste considérer le revenu futur comme un revenu potentiel à forte probabilité de transformation. Rien de plus.

À propos des fonctions support à la vente.

Selon l'activité de l'entreprise, les fonctions supports vont avoir plus ou moins d'impact sur le bon déroulement de la vente.

Le cycle de vente compte 9 grandes étapes, depuis le premier contact avec la cible jusqu'au suivi de la relation client.

Pour être réellement efficace donc, la fonction commerciale doit être en lien avec l'ensemble des services de l'entreprise que sont les services marketing, R&D, production, finance, logistique etc...

Pour illustrer la vocation protectrice des fonctions supports, je vais prendre deux exemples simples :

(1) Pour pouvoir mener une campagne de prospection téléphonique, digitale ou physique, les commerciaux ont besoin de constituer des listes de prospects à contacter. C'est le travail du service marketing de produire cette base de données (du moins dans une organisation structurée de manière efficace). Pour ce faire, le département marketing devra au préalable avoir mené une étude de marché rigoureuse pour identifier et localiser des bases de « suspects » cibles pour le business. Plus la collaboration aura été fluide entre les deux départements, meilleure sera la qualité du fichier de prospection.

(2) Lorsque les premiers prospects auront été identifiés, approchés et exposés aux solutions de l'entreprise, les premières demandes de cotations et autres propositions techniques et commerciales vont arriver. Ces étapes sont gérées normalement en collaboration du service commercial avec la production, la comptabilité, le juridique et toutes les fonctions qui permettent de préparer la solution la plus pertinente pour le futur client. Encore une fois, plus la collaboration entre ces services est fonctionnelle, meilleure est la qualité de la solution présentée au prospect par le commercial. C'est ainsi que l'on « sécurise » la future vente, en proposant une solution pertinente et performante pour une

meilleure satisfaction client finalement.

Les fonctions support après la vente effective.

Lorsque la commande client est enregistrée, elle doit être exécutée. La fonction commerciale passe au second plan mais pas totalement car elle entre dans sa phase de « gestion et suivi de la relation client ». Les fonctions support en charge de délivrer la commande prennent le devant afin de réaliser la commande, selon les spécificités entendues avec le client. Il peut s'agir des services de production, de livraison, de comptabilité etc...

Le commercial doit quant à lui rester en lien constant avec son nouveau client, et s'assurer qu'il est satisfait de la solution achetée.

Sans une étroite collaboration entre les fonctions supports et le service commercial, et des procédures de gestion de la qualité solide, une vente réputée « gagnée » peut être finalement perdue à cause d'une phase « après-vente » défaillante. En fin de compte, la fonction commerciale comprend des aspects marketing en amont, administratifs pendant la phase d'approche, techniques, juridiques, opérationnels, logistiques et bien entendu, de coordination interne et externe des relations entre les parties prenantes. ■



La régie K-World Magazine

+229 91 40 04 04 | redaction@kworldmagazine.online

Finance et sécurité

Hackathon CEDEAO sur la cybersécurité.

Les défis de la sécurité numérique en Afrique de l'Ouest ne font que grandir au fur et à mesure que les pays de la région accélèrent leur processus de digitalisation. Face à cela, la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) a initié le projet de réponse de l'Afrique de l'Ouest sur la cybersécurité et la cybercriminalité, [OCWAR-C](#) en 2020.

par Élias Mahoutondji DJIVIDÉ

Depuis 2 ans, la CEDEAO organise à travers ce projet sous régional, un hackathon sur le thème de la cybersécurité qui réunit plusieurs jeunes talents hackers. La [première édition de cette compétition de haut niveau a eu lieu à Cotonou \(Bénin\) en 2022](#). La deuxième édition quant à elle s'est déroulée au mois d'octobre 2023 à Lomé en république du Togo. L'équipe de Mauritanie a été le vainqueur de cette deuxième édition remportant un chèque à valeur de 10.000 USD.

2^{ème} Edition du Hackathon CEDEAO sur la cybersécurité à Lomé.

Du 16 au 18 octobre 2023, la CEDEAO a encore réussi l'organisation d'un hackathon sur la cybersécurité. Au total, quarante-trois (43) jeunes hackers, venus de 11 équipes issues d'une préqualification régionale, ont dû relever des défis en un temps record. Durant les 48 heures d'hacking éthique, ces jeunes ont démontré leur talent dans la résolution de problèmes complexes auxquels ils ont été soumis. A l'issue de la compétition, les jeunes de l'équipe de la Mauritanie ont fait la différence et pris la première place. Le Bénin et le Nigéria ont terminé respectivement en 2^{ème} et 3^{ème} place, une prouesse très saluée par les institutions co-organisateurs de la compétition.

Pour Cyber Defense Africa (CDA), l'Agence nationale de la cybersécurité (ANCy Togo) « malgré le niveau très corsé, nous avons remarqué que les jeunes de la CEDEAO ont vraiment acquis une grande expérience dans ce genre de

compétitions. Ils ont résolu quasiment les $\frac{3}{4}$ des challenges ; alors qu'au niveau mondial dans ces genres de cas, souvent, c'est difficilement que la moitié des défis est relevée. » nous rapporte les confrères de [Cio mag](#).

Plusieurs récompenses substantielles ont été octroyées aux équipes gagnantes en fonction de leurs performances respectives. L'équipe de la République islamique de Mauritanie, connue sous le nom de "Deylol", a reçu un chèque de 10 000 USD, des kits de certification et des ordinateurs portables pour chaque membre de l'équipe. Les jeunes hackers du Bénin connus sous le nom "N4tion" ont reçu un chèque de 8000 USD et des kits de certification. Et l'équipe nigériane, nommée "Error", en troisième position a reçu un chèque de 6000 USD plus des kits de certification.



Début de l'édition 2023 du hackathon régional de la CEDEAO à Lomé le 17 octobre 2023 - Crédit photo @ <https://ecowas.int/>

Une compétition qui vise à détecter, regrouper et promouvoir les talents.

Bâtir une communauté de jeunes talentueux pouvant innover en matière de solutions numériques pour sécuriser les infrastructures numériques des États membres de la CEDEAO, est la vision première de cet hackathon. Cela étant un enjeu de taille, les deux premières

éditions de cette compétition ont permis de détecter, de rassembler de nombreux jeunes hackers talentueux qui sont par la suite promus. Cette démarche permet aux pays membres de la CEDEAO de disposer des ressources humaines de qualité et capables de relever le défi de la sécurité des données pour les États et les entreprises.

Pour rappel, la cybercriminalité occasionne des pertes de plusieurs millions de dollars US pour les économies des États membres de la CEDEAO. Selon quelques chiffres clés rapportés par [Africa Cybersécurité Mag](#), la Côte d'Ivoire a enregistré une perte de 5,4 millions USD

en 2016 et de 6,1 millions USD en 2017 à cause de la cybercriminalité. Quant au Ghana et le Nigéria, ces pays ont perdu respectivement 50 et 550 millions USD en 2016.

La commission chargée des infrastructures, de l'énergie et de la digitalisation de la CEDEAO s'engage à contribuer efficacement à la lutte contre les cyberattaques au sein de l'espace ouest africain. L'organisation de ce hackathon sur la cybersécurité qui réunit plusieurs jeunes talents hackers venus de ses pays membres, y contribue. ■



Crédit photo @Yuriarcurspeopleimages - Freepik.com

Dossier spécial

Technologies numériques et transformation digitale en Afrique.

Confiez-nous la formation continue de vos équipes

ND CONSULTANT GROUP
Audit - Conseil - Études
Formation - Accompagnement
Événementiel

Éditorial

L'adoption des nouvelles technologies et le processus de digitalisation en Afrique.

Essentielles dans le processus de développement, les technologies numériques offrent aux pays des perspectives uniques pour la croissance de leur économie et connecter leurs habitants aux services et aux emplois.

par Elias Maboutondji DJIVIDÉ

Les données statistiques sur le plan mondial indiquent qu'en 2021, **4,2 milliards de personnes étaient connectées à l'Internet mobile** (GSM Association). Les technologies numérique (TN) ont généré selon la Banque mondiale environ **4500 Md\$ comme valeur ajoutée économique (VAE) soit 5% du PIB mondial**. L'Afrique, le troisième plus grand continent si l'on considère l'Amérique unifiée, n'a que **22% de sa population dans la région subsaharienne qui utilisent l'Internet mobile**. C'est le taux de connectivité le plus bas d'ailleurs au monde.

Pour autant, ces 10 dernières années ont été une période de révolution technologique et numérique pour le continent.

Quel est l'état des lieux de l'adoption des nouvelles technologies sur le continent ?
Quels sont les secteurs les plus touchés ?
Quels sont les usages les plus répandus ?

Quelles sont enfin les contraintes et les opportunités de l'adoption massive des nouvelles technologies ?

État des lieux de l'adoption des nouvelles technologies en Afrique.

L'Afrique est l'une des régions du monde où la technologie mobile a évolué le plus rapidement au cours des dix dernières années. Selon les données de Statista, **le taux de pénétration de l'Internet en 2010 n'était que de 9,3% sur le continent**. Les pays tels que le Maroc, les Seychelles et la Tunisie étaient alors des exceptions avec respectivement 52, 41 et 37 % de la population comptabilisée comme « internaute ».

Objectivement, le continent présentait un tableau peu reluisant à l'époque.

Au total, 35 pays avaient un taux de pénétration inférieur à 10%. Cependant, la situation s'est beaucoup améliorée en 2023. Selon le dernier rapport de [l'agence internationale de conseil, Data Reportal](#) publié en janvier 2023, le taux de croissance de la pénétration d'Internet et l'adoption des nouvelles technologies en Afrique varie en fonction des régions. En effet, le rapport indique que **l'Afrique australe vient en tête du classement avec 70,6% de pénétration. Elle est suivie de l'Afrique du Nord (65,9%) et de l'Afrique de l'Ouest (48%)**. L'Afrique centrale occupe la 4^{ème} position en Afrique avec un taux de pénétration de 27,9%. Enfin, l'Afrique de l'Est s'en sort avec 23,1% de pénétration Internet.

Ce nouveau tableau sur l'état de



« (En) 2018, l'Afrique subsaharienne comptait 456 millions d'abonnés mobiles uniques (...) et un taux de pénétration de 44%. (...) 23% de la population utilisent l'Internet mobile (...) D'ici 2025, (...) le nombre total d'abonnés (atteindra) un peu plus de 600 millions ».

Source GSMA 2019 – *L'Économie mobile Afrique subsaharienne 2019*

connectivité de l'Afrique montre qu'en 10 ans il y a eu des changements significatifs. Cette croissance est portée par plusieurs facteurs tels que la baisse des coûts des appareils électroniques, le déploiement des réseaux mobiles 4G et 5G, et l'émergence d'un nouveau marché de la technologie mobile.

Quels sont les secteurs les plus touchés ?

La révolution technologique en cours sur le continent a touché quelques secteurs clés de l'économie africaine. Le haut débit, surtout mobile, a eu un impact significatif sur les conditions de vie des millions de personnes. Aujourd'hui, nous avons **des startups spécialisées dans des domaines stratégiques tels que l'agriculture, la santé, l'éducation, la finance, la logistique, le commerce etc...**

- Dans le domaine de l'agriculture, les technologies numériques sont utilisées pour rendre plus dynamique la productivité agricole, en fournissant aux agriculteurs et pasteurs des informations sur les conditions météorologiques, les marchés, et les techniques agricoles. Selon le « [rapport sur la numérisation de l'agriculture africaine 2018–2019](#) », le **Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA)** révèle que 33 millions de petits agriculteurs et de pasteurs étaient déjà abonnés à des solutions d'agricultures

numérique en Afrique. Au total, on en dénombre 390 qui ont permis d'avoir des impacts positifs sur les opérateurs ruraux tels que **l'amélioration des rendements, des revenus, le renforcement de la résilience au changement climatique, l'inclusion des femmes et la création d'emplois.**

- Dans le domaine de la santé, les technologies numériques sont utilisées pour améliorer l'accès aux soins de santé, en fournissant des **services de télémédecine, de suivi des patients, et d'éducation sanitaire.** Dans son rapport « The High Tech Health : Exploring the E-health Startup Ecosystem Report 2020 », **Disrupt Africa** note que **l'E-santé** a connu un développement rapide en Afrique de janvier 2019 à juin 2020. La pandémie de coronavirus a également fait progresser à 56,5% le nombre de startups actives dans le domaine des technologies de la santé sur le continent de 2018 à 2020.
- Dans le domaine de la formation, l'Internet et les nouvelles technologies ont permis d'améliorer l'accès à l'éducation, en fournissant des **cours en ligne, des ressources pédagogiques numériques, et des plateformes d'apprentissage collaboratif.** Le numérique ouvre, en effet, de nouvelles perspectives dans l'apprentissage (en classe comme en dehors) et se révèle précieux pour répondre à certains besoins des élèves.

- Dans le domaine des finances, les solutions numériques ont beaucoup apporté au continent. Aujourd'hui, ces outils ont amélioré l'accès aux services financiers (Banque en ligne), en fournissant des services bancaires mobiles (Mobile money), des microcrédits, et des solutions de paiements numériques.
- Le commerce : les outils numériques ont un impact profond sur le commerce en Afrique. Elles contribuent à la croissance du commerce intra-africain, à l'expansion des exportations africaines vers les marchés mondiaux, et à l'amélioration de l'accès des consommateurs africains aux produits et services étrangers.

Les usages les plus répandus sur le continent.

Les usages des technologies numériques en Afrique ont connu une évolution rapide au cours de cette dernière décennie. Les smartphones sont devenus l'appareil électronique le plus populaire sur le continent. Dans son rapport [The Economy Mobile Sub-Saharan Africa 2022](#), GSM Association révèle qu'à la fin de l'année 2021, **515 millions de personnes étaient abonnées aux services mobiles en Afrique subsaharienne, ce qui représente 46 % de la population totale soit une augmentation de près de 20 millions par rapport à 2020.**



Aujourd'hui, les smartphones sont utilisés pour une multitude de tâches, telles que la communication, l'accès à l'information, les achats en ligne, et les services financiers. Les réseaux sociaux sont également très populaires en Afrique, et sont utilisés pour rester en contact avec les proches, s'informer, et s'exprimer.

Quels sont les défis et contraintes ?

L'adoption des nouvelles technologies dans les pays africains a été certes une grande opportunité pour l'accélération du processus de développement. Mais cette ère technologique fait face à plusieurs contraintes et défis. Et il faudra les surmonter afin de faire du secteur un véritable levier de développement en Afrique. Il s'agit notamment du coût d'accès à Internet, aux smartphones et aux ordinateurs qui est encore relativement élevé en Afrique. Ce qui limite l'accès à ces technologies à une partie de la population, notamment les personnes à faible revenu.

Ensuite, il y a la contrainte d'infrastructure. L'Afrique souffre d'un déficit d'infrastructure, notamment en matière de télécommunications et d'énergie. A cela s'ajoute le problème d'éducation. La population africaine est relativement peu scolarisée. Cela peut limiter la capacité des individus à utiliser les nouvelles technologies.

Nous observons vraiment un engouement autour du secteur de la digitalisation et des technologies. Et acteurs du secteur privé et gouvernants s'y investissent afin d'assurer une réelle transition numérique du continent.

Le continent africain est la région du monde qui a le plus bas taux de pénétration d'internet mobile selon les différentes statistiques mais en même temps, elle est la région où les usages technologiques et numériques se sont répandus très rapidement ces dix dernières années. Plusieurs défis et contraintes demeurent cependant, et empêche les pays africains d'explorer toutes les potentialités des nouvelles technologies et même l'avènement des IA. ■

Nous vous aidons à développer votre entreprise durablement

ND CONSULTANT GROUP

Audit - Conseil - Études
Formation - Accompagnement
Événementiel

Transformation digitale en Afrique

L'impact des nouvelles technologies sur l'inclusion sociale et économique en Afrique.

La révolution technologique et numérique ou l'industrie 4.0 en cours dans le monde, a un fort impact sur le fonctionnement et la vision des entreprises.

par Elias Mahoutondji DJIVIDÉ

Sur le continent Africain, cette révolution a considérablement contribué à l'inclusion sociale et économique. Grâce à elle, la fracture numérique se réduit progressivement sur le continent. Aujourd'hui, bon nombre d'entrepreneurs et de travailleurs à faibles revenus et qualifications, apprennent et produisent efficacement. Des études de la Banque mondiale, portant sur le Nigeria, le Sénégal et la Tanzanie, montrent que plus les africains ont accès à Internet, plus ils ont de chances de se sortir de leur situation de pauvreté au fil du temps. Nous vous proposons ici une analyse approfondie sur cette question importante pour le développement socio-économique des pays africains.

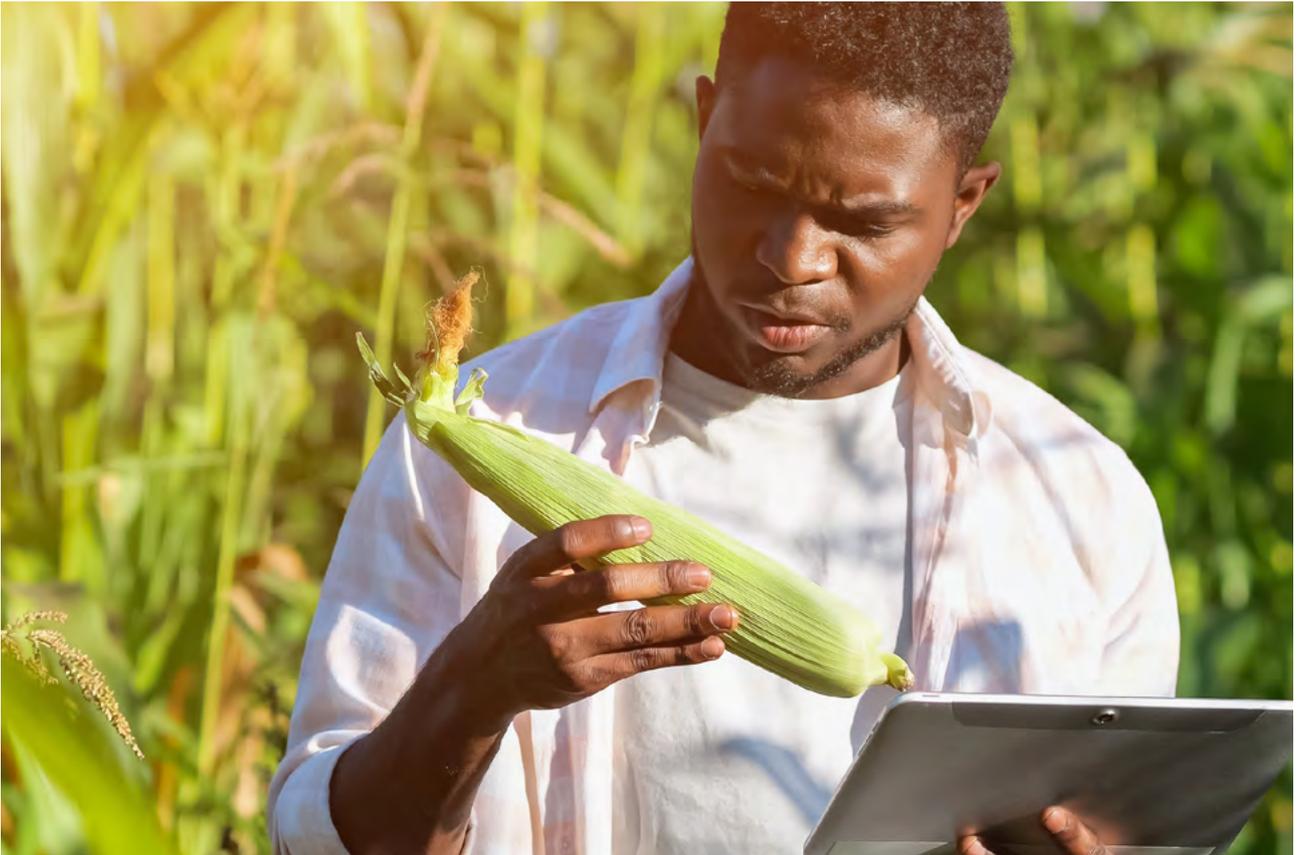
Les avantages des nouvelles technologies pour l'inclusion sociale

et économique en Afrique.

Les nouvelles technologies ont le potentiel de jouer un rôle important dans l'inclusion sociale et économique en Afrique. Elles peuvent contribuer à réduire les inégalités, à améliorer l'accès aux services publics et commerciaux et à créer de nouvelles opportunités professionnelles et sociales, des éléments qui demeurent jusque-là des facteurs favorables à la croissance économique et l'inclusion sociale, base du développement de tout pays au monde.

Grâce aux taux actuel de couverture Internet (43% selon [Statista](#)) sur le continent (un taux qui d'ailleurs est encore en dessous de la moyenne mondiale : 66%), plusieurs solutions numériques contribuent positivement à l'accès à l'éducation, à certains soins de santé et à d'autres services essentiels tels que les transactions et paiements en ligne. Parmi ces solutions on peut citer :

(1) **M-Pesa au Kenya** : C'est l'un des plus grands services de transfert



Crédit photo @ Lenblir - Freepik.com

d'argent mobile en Afrique créée en 2007 et géré par Vodafone et Saficom. Selon les données recensées et publiées par Statista en Août 2023, M-Pesa a atteint 56,7 millions de clients sur la période de 2017 à 2023. Le développement de M-Pesa a sans nul doute contribué à l'expansion économique du Kenya. Une analyse de la Banque mondiale a révélé que depuis la création de M-Pesa en 2007, sa contribution au PIB du Kenya s'élève à 2%. M-Pesa a contribué à la création de 185 000 emplois au Kenya (Source : [Tech Point Africa](#)).

(2) **Jumia au Maroc** : Cette plateforme est un marché en ligne (ou marketplace) qui met en relation des vendeurs et des acheteurs, en mettant à leur disposition un service logistique pour l'expédition et la livraison des colis, ainsi qu'une solution de paiement en ligne.

En 2022, plus de 100,000 vendeurs proposent une large gamme de produits et de services à la demande : appareils électroménagers et électroniques, mode, jouets pour enfants, mais aussi des services tels des réservations d'hôtels ou d'avion, et la livraison de repas. Jumia est notamment qualifié d'« Alibaba africain » ou d'« Amazon africain ». Aujourd'hui, la plateforme Jumia compte 3000 employés à travers le monde et est visitée par plus de 5.000. 000 de personnes par mois.

(3) **Seacom en Afrique du Sud:**

L'une des principales entreprises de câbles sous-marins. Elle a créé une grande opportunité pour stimuler la connectivité Internet sur le continent. Comme M-pesa, Seacom a permis l'accès à des zones qui étaient auparavant inaccessibles, les Nations Unies ayant considérées en 2012, l'accès à l'Internet comme étant un droit

fondamental.

(4) **Farmcrowdy au Nigéria** : C'est une plateforme numérique qui propose à quiconque souhaitant investir dans le secteur agricole au Nigéria, de financer des fermes sur un cycle de récolte précis. Les exploitations sélectionnées sont celles d'une taille inférieure à 3 hectares. L'investisseur prend en charge l'intégralité des frais liés à l'exploitation de la ferme agricole. Il reçoit 2 fois par semaine des photos, des vidéos et des rapports sur l'état des cultures. Une fois la récolte vendue, l'investissement de départ est remboursé, et le profit réparti entre le fermier (40 %), l'investisseur (40 %) et Farmcrowdy (20 %). L'investissement moyen par unité est de 95 000 nairas (235 euros). Selon un rapport de **PWC** sur le thème " *Nourrir 398 millions de personnes dans la plus grande économie*



Crédit photo @Freepik.com

d'Afrique d'ici 2050, défis de la sécurité alimentaire et innovations agricoles", Farmcrowdy, la première plateforme agricole numérique du Nigéria, a permis à environ 7 000 agriculteurs et 17 195 parrains d'exploitation de se mettre ensemble pour un partenariat gagnant-gagnant.

(5) **Diotali au Sénégal :**

Actuellement avec plus de 4 millions d'utilisateurs, a révolutionné la dématérialisation des services publics au Sénégal. Grâce à une stratégie adaptée, la startup simplifie la vie des citoyens à travers des solutions innovantes. Selon les propos de son Directeur Général Bamba Ba relayés par [SocialNetlink](#), " *Diotali veut créer et achalander le maximum de services publics. Nous voulons créer un parcours client, simple, attrayant pour l'utilisateur afin de favoriser l'usage par toutes les populations où qu'elles soient. Grâce à l'application Diotali, depuis l'étranger ou de l'intérieur du Sénégal, toute personne peut payer un service pour un tiers.*"

Il est important de noter que ces solutions numériques ne sont pas parfaites et

qu'elles peuvent présenter certains défis, notamment l'accessibilité, la qualité de leur interface et parfois même leur contenu et la durabilité dans le temps. Cependant, elles ont le potentiel de transformer la vie des populations.

Les pays africains les plus avancés dans cette révolution industrielle 4.0.

L'un des facteurs utilisés pour décrire les pays développés est le développement scientifique et technologique.

L'Afrique du Sud a conservé sa position de nation africaine la plus avancée sur le plan technologique pour trois années consécutives. Selon l'[indice mondial de l'innovation \(GII\)](#), l'Afrique du Sud s'est classée au 68^e rang mondial en 2019, 2020 et 2021. Le fait que ce pays possède certaines des universités les plus remarquables d'Afrique,

contribue certainement aux réalisations technologiques du pays.

Le Maroc est classé 77^e sur 132 pays dans le rapport GII 2021, la Tunisie 71^e, l'Égypte considéré par certains comme le berceau de la civilisation moderne et foyer d'inventions et d'innovations, quant à elle, est classée au 94^e rang. Les avancées technologiques massives de l'Égypte n'auraient pas pu avoir lieu sans le soutien du gouvernement. Par exemple, il y a le projet de zones technologiques qui a été mis en œuvre dans les villes de Burj Al Arab (gouvernorat d'Alexandrie), New Assiut City (gouvernorat d'Assiut), Sadat City (gouvernorat de Menoufia) et New Beni Suef City (gouvernorat de Beni Suef)

La technologie doit être un outil qui permet la maîtrise de l'information. Le développement technologique du continent traverse actuellement une phase de croissance. Cette évolution continuera à renforcer les marchés, les personnes et le potentiel technologiques de l'Afrique de manière significative, faisant entrer le continent dans l'ère de la numérisation. ■

Intelligence artificielle

"Il y a très peu de pays en Afrique qui ont un environnement propice au développement de l'intelligence artificielle"

- Alain Kiyindou

L'intelligence artificielle (IA) est en train de révolutionner le monde mais qu'en est-il de l'Afrique ? A-t-elle les ressources et les moyens de développer l'IA qui a déjà commencé à transformer en profondeur les sociétés dans de nombreux pays...

par Assanatou BALDÉ

Auteur du livre « Intelligence artificielle. Enjeux et défis pour l'Afrique », le professeur en Sciences de l'information et de la communication à l'université de Bordeaux Montaigne, **Alain Kiyindou**, analyse pour K-World les défis du continent face à cette ère où l'IA s'impose comme une technologie devenue incontournable.

Alain Kiyindou est aussi titulaire de la Chaire Unesco Pratiques émergentes en technologies et communication pour le développement, et également Président du Réseau de recherche francophone sur l'intelligence artificielle.

En quoi l'Intelligence artificielle (IA) peut être un facteur de développement pour l'Afrique ?

L'Afrique a des compétences technologiques reconnues mais il n'y a pas encore de dynamisme pour permettre à tout cela de décoller... Le problème est que les politiques n'encouragent pas l'éclosion de l'IA. Il y a très peu de pays qui ont un environnement propice au développement

de l'intelligence artificielle. Au niveau des infrastructures par exemple ça ne va pas. La plupart du temps elles n'existent pas et même quand elles existent, elles sont souvent mal pensées car il faut avoir des data centers pour stocker les données puis il faut des machines pour les calculer, tels que les fameux super calculateurs qui coûtent très chers.

Le Sénégal en a par exemple un mais il n'est pas exploité. Le problème aussi c'est qu'au lieu de mutualiser ce type d'investissement chaque pays veut avoir son propre super calculateur. Or, il aurait fallu mutualiser les forces car un data center peut servir pour deux pays, comme le Congo Brazzaville et Congo Kinshasa.



Mr Alain KIYINDOU - Professeur des universités à l'Université de Bordeaux 3 (France)

On n'est plus à l'ère où chaque pays doit penser le développement seul, mais au niveau africain tout le monde fait cavalier seul.

Que peut concrètement permettre l'intelligence artificielle pour l'essor du continent ?

Avec l'intelligence artificielle, on peut développer le domaine agricole pour analyser les plantes, ou encore aider les médecins à soigner leurs patients... l'IA arrive à détecter des maladies, effectuer des analyses de données rapidement et il y a déjà des algorithmes créés par d'autres qu'on peut appliquer en Afrique.

On peut permettre aux enfants de mieux étudier en proposant des leçons adaptées à leur niveau grâce à l'intelligence artificielle. Mais pour que tout cela fonctionne et soit bénéfique aux populations, il faut des écoles adaptées, de l'électricité, des infrastructures, et des connexions internet moins chers... Pour

le moment on en est encore loin sur le continent.

Toutefois que répondez-vous à ceux qui pensent que l'intelligence artificielle va pouvoir transformer et développer le continent alors que les choses ne sont pas si simples et qu'il faut avant tout un réel engagement des gouvernants pour améliorer le quotidien des populations ?

Malheureusement en Afrique on ne tire jamais les leçons du passé et c'est un vrai problème. On pense à chaque fois que les technologies vont tout changer alors qu'on oublie le contexte. Même quand la radio et la télé sont arrivées on a pensé qu'elles allaient révolutionner les choses sur le continent. On ne prend pas conscience que quel que soit la technologie ça ne marchera pas si on n'y met pas les moyens.

Donc soyons clair, l'intelligence artificielle ne peut pas remplacer l'humain et développer l'Afrique à notre place. Pour que la technologie soit efficace et bénéfique à l'Afrique, il faut faire en sorte que l'environnement soit adapté. Il faut des compétences sur place, un environnement sain, et des infrastructures, avec un renforcement des compétences de certains. Et pourtant, ce ne sont pas les talents qui manquent sur le continent. On a des jeunes qui créent des choses intéressantes.

En Guinée, un jeune homme a créé un outil qui permet de diagnostiquer et détecter des maladies comme le cancer du sein. Il y a donc beaucoup de talents techniques mais tout cela reste encore à un niveau qui ne permet pas une généralisation pour un développement du secteur technologique en profondeur.

Vous insistez en effet beaucoup sur le fait que ce ne sont pas les talents qui manquent sur le continent... Toutefois ces talents sont peu considérés dans leur pays et leurs projets d'innovation

suscitent souvent beaucoup plus d'intérêt à l'international. Quel regard portez-vous sur cette réalité ?

C'est en effet une réalité que vivent de nombreux jeunes talents du continent. C'est la raison pour laquelle j'insiste sur l'accompagnement des entrepreneurs qui est primordial. Un jeune tunisien a créé un appareil pour arroser les oliviers à la juste mesure, pour qu'ils ne reçoivent ni trop d'eau ni pas assez, afin d'optimiser les rendements des agriculteurs. Aujourd'hui il est en France avec une bourse d'études, où il développe son projet...

Un autre, originaire du Cameroun, **William Élong**, a créé un drone depuis le Cameroun et aujourd'hui il est à Paris pour développer ce projet. Sans compter que Google et d'autres viennent aussi dénicher des talents en Afrique.

J'ai constaté et évalué que dans de nombreux pays africains il y a un gouffre entre les dirigeants et les jeunes start-uppeurs qui ont du talent et essayent de s'en sortir. J'ai pu remarquer cela partout sur le continent. J'ai aussi constaté que les entrepreneurs par exemple ne peuvent pas répondre à certains appels d'offres qu'on leur propose car il faut avoir parfois un capital de départ de 300 000 euros... or peu d'entrepreneurs ou d'entreprises du continent ont ces moyens.

Cette situation est d'autant plus

compliquée qu'en Afrique il manque cruellement de structures pour les accompagner et soutenir. Toutes ces problématiques font qu'on ne peut pas aller loin pour développer des projets.

En voulant être au même niveau dans le domaine technologique que les pays industrialisés, le continent ne brûle-t-il pas les étapes quand on sait que tout y reste à faire, développer les infrastructures, la santé, améliorer le niveau de vie des populations, atteindre l'autosuffisance alimentaire...

Aujourd'hui en Afrique il faut penser la question du développement de l'IA en même temps que celle du développement de l'énergie, des infrastructures... par exemple car sans tout cela on n'arrivera pas à atteindre nos objectifs. La technologie seule ne peut pas sauver

l'Afrique. Il faut d'abord un développement au préalable et sortir du discours idéologique qui mine beaucoup le continent. On appelle ça le déterminisme technologique.

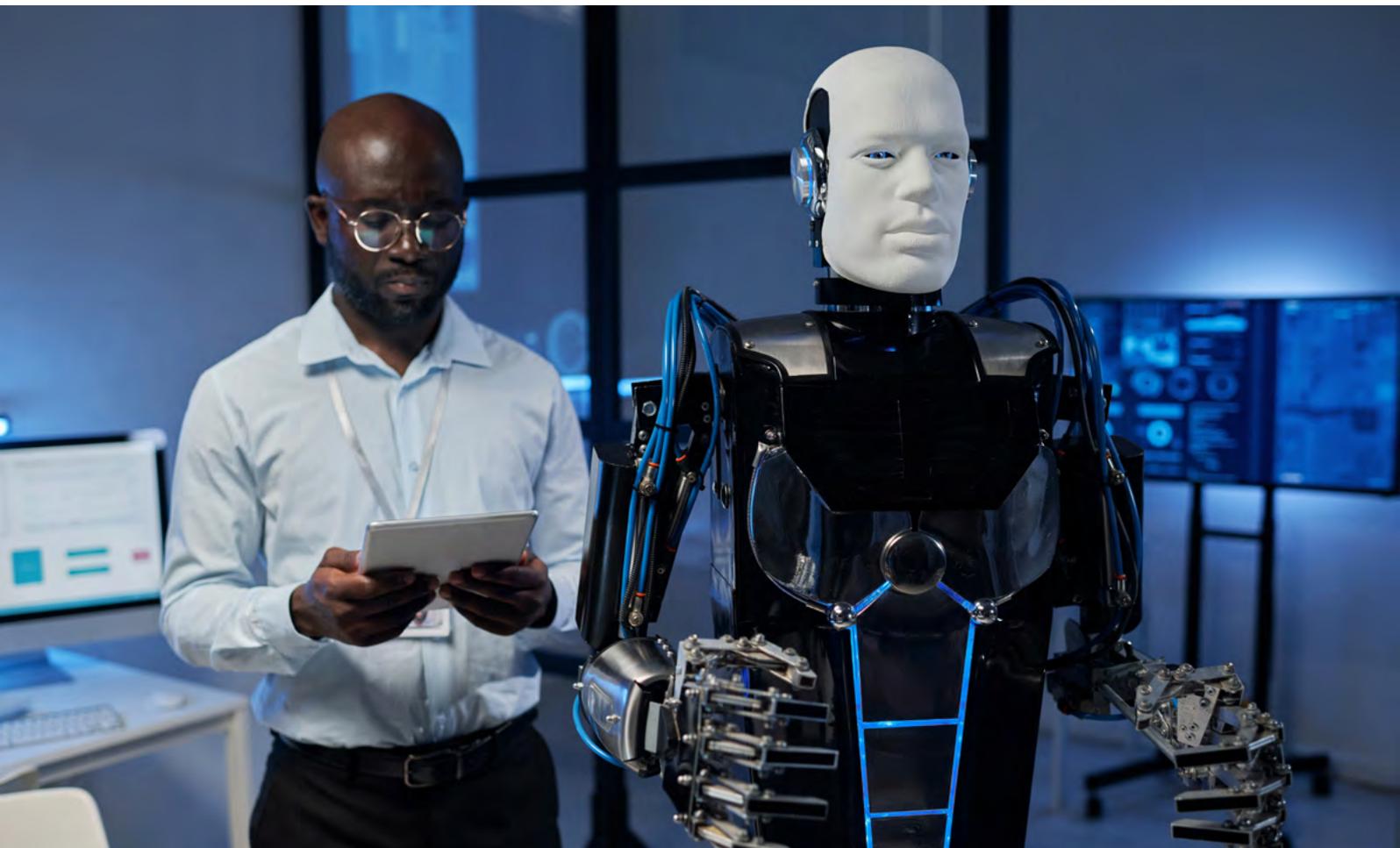
La technologie peut aider l'Afrique mais ce n'est pas la solution à tous les problèmes du continent. En termes de développement on doit tout faire en même temps ; il faut plus de collaboration entre agriculteurs et chercheurs pour atteindre l'autosuffisance alimentaire, pour trouver par exemple un moyen de permettre au riz d'être résistant. Si ça donne des fruits c'est une bonne chose pour tous. Cela permet de développer l'économie. Il faut investir dans la recherche pour développer le numérique sinon on va toujours utiliser les appareils conçus par les autres. D'ailleurs

on constate que des sociétés viennent régulièrement vanter les mérites de telles ou telles technologies uniquement dans le but de les vendre, ce qui ne permet pas au continent de se développer ni de créer ses propres appareils.

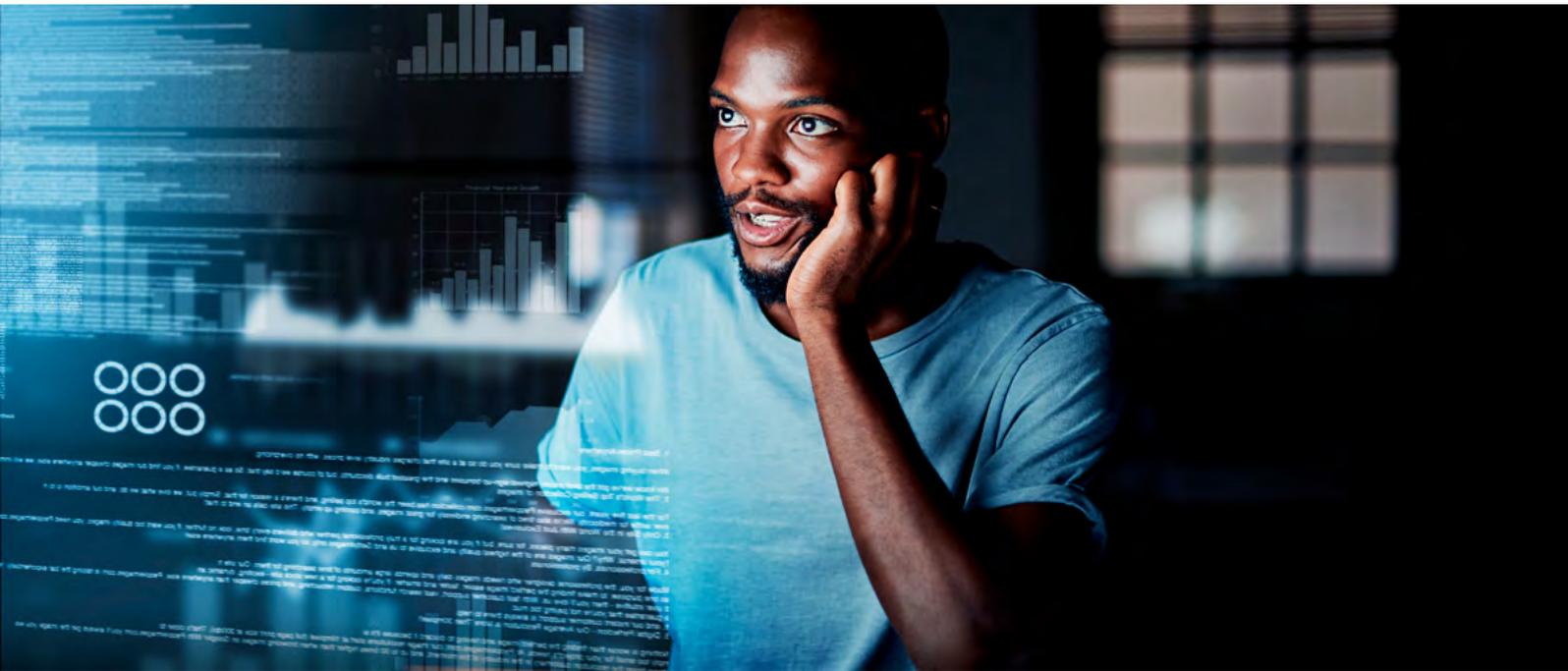
Comment les technologies peuvent-elles soutenir le continent dans sa quête de la souveraineté ?

Le concept de la souveraineté est très intéressant car l'avènement des réseaux

sociaux a permis de sortir du discours qu'on voulait nous faire avaler. Les réseaux sociaux permettent aux gens d'accéder à une information qu'on ne leur donnait pas et ils permettent d'avoir un regard différent sur l'actualité et le déroulement de l'histoire du continent même si parfois on peut s'interroger sur l'origine des sources de certaines informations. Mais globalement les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans l'éveil de la conscience politique de nombreux jeunes sur le continent et ça n'a rien à voir avec la Chine ou la Russie. Les réseaux sociaux selon moi ont été un accélérateur des événements politiques en cours sur le continent, comme les coups d'États qui ont eu lieu dans de nombreux pays du continent. ■



Crédit photo @Freepik.com



Crédit photo @Yuriarcurspeopleimages - Freepik.com

Les Fintechs en Afrique

Aperçu des Fintechs en Afrique : Potentialité, tendances du marché et défis.

La révolution technologique en Afrique a eu un impact impressionnant sur le fonctionnement de plusieurs secteurs de l'économie. Le secteur financier à l'instar de plusieurs autres, n'a pas échappé à cette révolution numérique.

par Élias Maboutondji DJIVIDÉ

Après la crise économique de 2008, plusieurs startups ont émergé dans le domaine financier, donnant naissance à ce que l'on appelle la "**Fintech**". L'Afrique francophone est l'une des régions les plus dynamiques en matière de Fintech, avec

un marché en pleine croissance. Selon plusieurs statistiques, c'est le secteur qui attire le plus d'investissements dans l'**écosystème technologique en Afrique**.

Le potentiel des Fintechs d'Afrique.

Depuis 2021 le secteur des Fintechs connaît une croissance exponentielle. A la fin de l'année 2022, le continent comptait

au moins 678 sociétés de **technologies financières** basées dans 25 pays, soit une hausse de 17,7% comparé à 2021, révèle le **cabinet Disrupt Africa**. C'est une première dans l'écosystème technologique en Afrique. A cela s'ajoute les levés de fonds dont les résultats sont éloquentes.

En effet, selon **La Tribune Afrique**, **les fintechs africaines ont levé plus de 2,7 milliards de dollars au cours des 24 derniers mois, soit presque le double des fonds levés sur la période 2019-2021**. Ce dynamisme est porté par plusieurs facteurs, notamment :

- **Une population jeune et connectée (60 % des Africains ont moins de 25 ans et sont familiers avec les technologies numériques).**
- **Un faible taux de bancarisation (seulement 19,3 % des Africains ont**

un compte bancaire)

- Et un cadre réglementaire en évolution (les gouvernements africains adoptent des réglementations favorables aux fintechs).

En Afrique francophone, la plupart des **Fintech exercent dans le domaine du paiement et du transfert d'argent (41,5%)** selon une étude réalisée par **MicroSave Consulting** sur 255 Fintech (en octobre 2021). Ensuite viennent **les métiers de la banque, les services CBS** (Internet à haut débit, la télévision par câble et le service téléphonique), **les services de financement et l'assurance**.

Pour ce qui concerne le domaine du paiement et du transfert d'argent, **les services mobiles money en Afrique subsaharienne ont cumulé un**

montant total des transactions de 836,5 Md\$ en 2022 nous révèle

GSMA dans son rapport 2023 intitulé **Les services de mobile money dans le monde**. Le même rapport souligne que l'Afrique de l'Ouest avec à sa tête le Nigéria, est la région où se développent de plus en plus les Fintechs. Les services mobiles money ont enregistré dans la région, 12 milliards de transactions avec un montant total de 277 Md\$ en 2022.

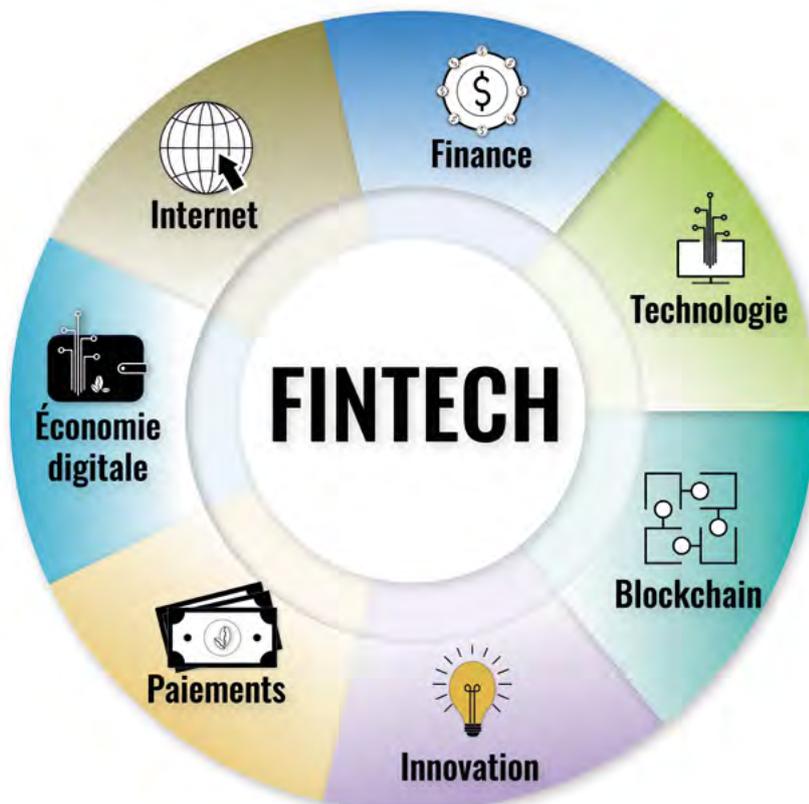
Face à cet essor, les perspectives d'une croissance annuelle à deux chiffres apparaissent réalistes, avec un marché des services financiers estimé à 230 Md\$ d'ici à 2025, selon le cabinet McKinsey. Les fintechs africaines pourraient ainsi générer des revenus jusqu'à huit fois supérieurs à ceux de 2020.

Néanmoins, des obstacles subsistent sur le marché et risquent de ralentir son élan de croissance dans les années à venir.

Les défis des Fintech en Afrique.

Malgré le dynamisme du secteur, les fintechs en Afrique sont confrontées à certains défis majeurs, notamment :

- **L'insuffisance des infrastructures** : Le manque d'infrastructures de télécommunications et d'électricité peut limiter l'adoption des services fintechs. Plusieurs zones reculées sur le continent ne sont jusque-là pas dotées de ces infrastructures qui sont pourtant indispensables pour la croissance de l'économie, notamment





**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



celle basée sur le numérique.

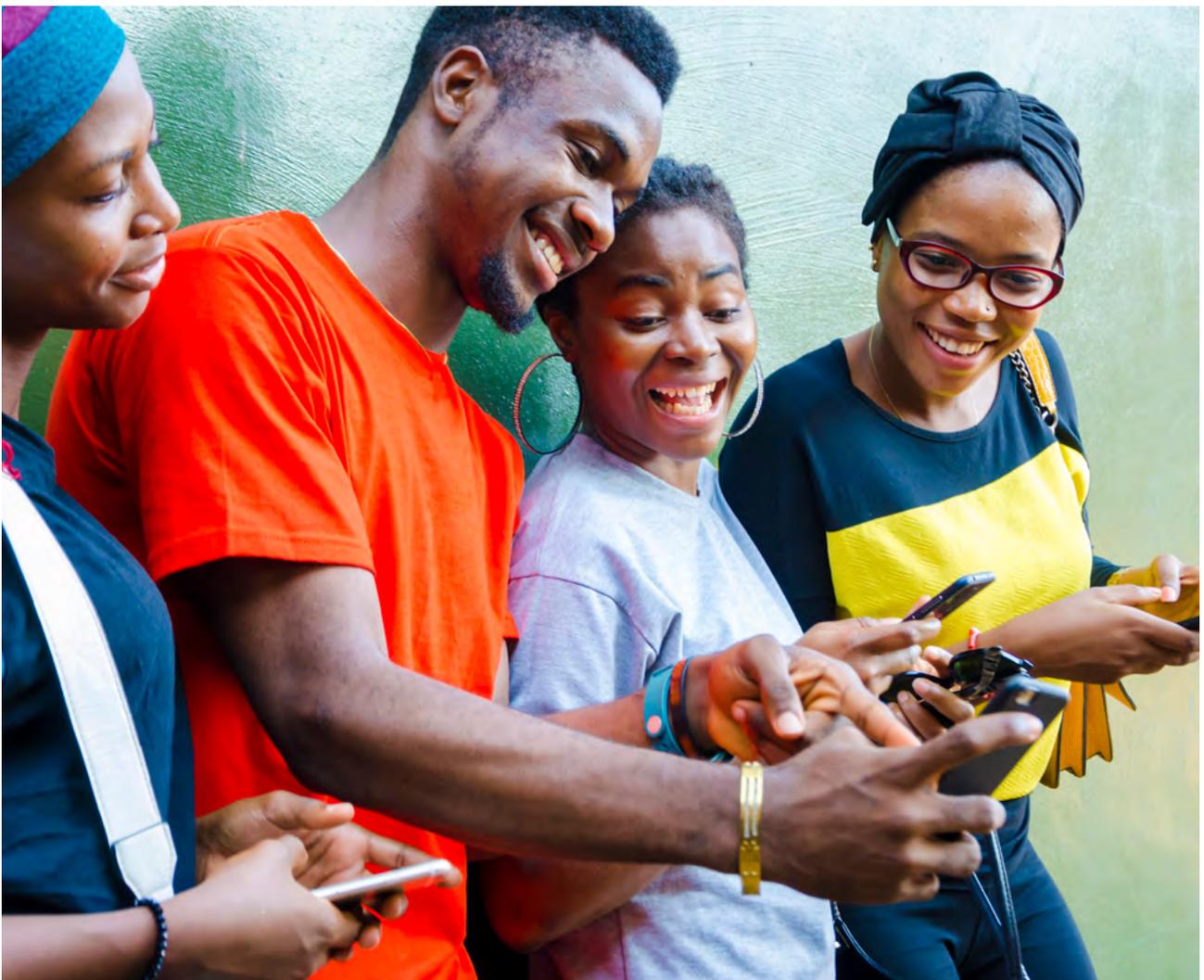
- **La faible éducation financière:** les populations africaines ont souvent une faible compréhension des produits et services financiers du modèle occidental.
- **Le manque de ressources financières :** les fintechs africaines ont souvent du mal à accéder aux financements nécessaires à leur croissance. Quand bien même le secteur a attiré plus d'investisseurs ces deux dernières années, les fintechs africaines manquent de ressources financières et humaines

en quantité pour pouvoir satisfaire la demande de la clientèle existante.

L'évolution du paysage du financement en 2023, influencée par des facteurs économiques mondiaux, implique que les acteurs de la fintech devront peut-être s'adapter et innover pour relever avec succès ces défis. Les gouvernements africains et les institutions financières internationales doivent également travailler à trouver des solutions pérennes pour favoriser le développement des fintechs en Afrique.

Sommes toutes, l'apparition et l'émergence des startups Fintechs en

Afrique a été l'un des plus grands progrès technologiques qu'a connu le continent pendant ces deux décennies. Les solutions qu'elles ont mises à la disposition du public ont été très vite adoptées par la majorité des populations qui n'arrivaient pas à bénéficier des services bancaires institutionnels. Ce succès a clairement été favorisé par la pénétration rapide de la téléphonie mobile, de l'Internet dans les pays africains et une population majoritairement jeune. Aujourd'hui, nul doute que le secteur a de belles perspectives malgré les défis, pour devenir un véritable levier de développement. ■



Crédit photo @ Vicjosh - Freepik.com



Expertise sectorielle

"L'Afrique est un continent en pleine effervescence numérique, qui fait des progrès pour sa transformation digitale!"

- Edith Brou Bleu

Partout dans le monde, le digital a profondément modifié nos modes de vie et de fonctionnement. Mais qu'en est-il des sociétés africaines, dont le secteur informel est toujours prépondérant ? Où en sont-elles dans leur digitalisation ? L'experte en nouvelles technologies et influenceuse d'origine ivoirienne, basée à Abidjan, Edith Brou, qui n'est aujourd'hui plus à présenter, explique à K-World les enjeux autour de la transformation digitale du continent. Créatrice de contenus et fondatrice du média d'information en ligne, Kessya.com, celle qui est également chroniqueuse télé et animatrice radio est suivie par des millions de followers sur les réseaux sociaux.

par Assanatou BALDÉ

Aujourd'hui peut-on réellement parler d'une digitalisation de la société sur le continent quand on sait que la majorité de la

population en Afrique travaille dans le secteur informel ?

Quand on parle de digitalisation en Afrique, on ne peut en effet ignorer la réalité du secteur informel, qui représente environ 86% des emplois sur le continent, selon la Banque Mondiale. Cependant, je suis convaincue que le numérique offre des opportunités sans précédent pour intégrer

ce secteur à l'économie formelle.

Aujourd'hui, près de 45% de la population en Afrique subsaharienne est connectée à internet via son mobile, soit 272 millions de personnes, selon le rapport 2020 de l'organisme international Groupe spécial mobile (GSMA). C'est un bond énorme par rapport aux années précédentes et je suis optimiste quant à la continuation de cette tendance. Le rôle des Fintechs dans ce processus est crucial. Le nombre de start-ups Fintech en Afrique a bondi de 60% entre 2015 et 2020, attirant près de



Crédit photo @Nini - Freepik.com

160 millions de dollars en investissements, en 2020. Ces innovations sont en train de transformer l'inclusion financière sur le continent.

Pour vous donner une idée, le taux d'adulte avec un compte bancaire en Afrique subsaharienne est passé de 34% en 2014 à 43% en 2017. Des plateformes comme M-Pesa et MoMo ont changé la donne en matière de transferts d'argent et de paiements, permettant à ceux qui n'ont pas de compte bancaire de réaliser des transactions financières via leur téléphone mobile. De plus, des Fintechs comme Jumo

et Tala utilisent des données alternatives pour évaluer la solvabilité des individus et des entreprises du secteur informel, leur permettant d'accéder à des prêts et autres services financiers.

Cependant, malgré ces avancées, nous ne devons pas perdre de vue que près de la moitié des adultes en Afrique subsaharienne restent exclus du système financier formel. Il reste encore beaucoup à faire pour garantir un accès équitable et abordable à internet et aux services financiers pour tous.

Où en est le continent actuellement dans la transformation numérique au sein de ses entreprises. Comment le secteur numérique se développe ?

L'Afrique est un continent en pleine

effervescence numérique. Les progrès sont notables et l'enthousiasme pour la transformation digitale est bien réel. Selon un rapport du Forum économique mondial, le secteur numérique en Afrique a crû de 21% entre 2019 et 2020, dépassant la moyenne mondiale de 17,5%. De plus, les start-ups africaines ont levé un total de 2,02 milliards de dollars en 2021, selon le rapport 2021 de Partech Africa, soit une augmentation de 74% par rapport à 2020. C'est une indication claire du potentiel immense que recèle notre continent et de l'intérêt croissant des investisseurs.

Au sein des entreprises africaines, on assiste à une prise de conscience croissante de l'importance de la digitalisation. Une étude de la Banque mondiale a révélé qu'environ 50% des entreprises formelles en Afrique subsaharienne ont une présence en ligne, contre seulement 20% des entreprises informelles. Plusieurs d'entre elles investissent dans des outils numériques pour gagner en efficacité et en compétitivité. Cela dit, il est vrai que cette transformation est plus visible chez les grandes entreprises que chez les PME, qui constituent pourtant le tissu économique majoritaire en Afrique.

Quels sont les pays du continent en avance dans le secteur numérique?

Les pays qui ont bien avancé dans le secteur numérique sont : l'Afrique du Sud,

le Nigeria ou encore le Kenya. L'Afrique du Sud est un véritable vivier d'innovations technologiques, avec environ 200 start-ups technologiques actives, selon un rapport 2021 de Startup Genome. Le Nigeria suit cette tendance de près avec environ 150 start-ups technologiques actives.

Un exemple récent d'innovation numérique au Nigeria est la start-up Flutterwave, qui a levé 170 millions de dollars en mars 2021, ce qui porte sa valorisation à plus d'un milliard de dollars. Quant au Kenya, il est reconnu pour son avancée dans les services financiers mobiles, avec des innovations marquantes comme M-Pesa. Néanmoins, malgré ces avancées prometteuses, il ne faut pas oublier que l'Afrique fait face à des défis de taille.

Selon la Banque Mondiale, seulement 28% de la population en Afrique a accès à internet en 2021. L'accès à internet reste limité, notamment dans les zones rurales, où le coût des services de données est souvent prohibitif, avec un coût moyen d'un gigaoctet de données mobiles en Afrique de 7,12% du revenu mensuel moyen selon un rapport 2021, donc bien au-dessus du seuil d'abordabilité de 2% recommandé par l'ONU. Il y a également un manque criant de compétences numériques. Il reste donc encore beaucoup à faire pour réaliser pleinement le potentiel numérique de l'Afrique.

Vous avez récemment participé à un



Contenu Tik Tok Crédit photo @ Freepik.com

Forum en Chine organisé par Huawei... Quels enseignements et expériences en avez-vous tiré ? Comment l'Afrique peut-elle tirer son épingle du jeu face à ce type de multinationale quand ses propres entreprises dans le secteur numérique peinent à s'internaliser ?

L'Afrique a beaucoup à apprendre de pays comme la Chine en termes de travail, de discipline, de vision, d'innovation et de valorisation de la préservation de la culture. La Chine a connu énormément de périodes difficiles, de famine, et de guerre... mais elle a réussi à dépasser ses difficultés pour être la nation puissante qu'elle est aujourd'hui. C'est l'usine du monde et c'est là où toutes les entreprises internationales, notamment de la tech se fournissent. Elle fournit également ses services à l'industrie du textile.

La Chine est aussi un géant qui fait bloc face au monde entier, donc on a tout intérêt à apprendre de sa culture du travail, de sa discipline mais aussi de

son amour de la patrie pour notamment cultiver l'amour de notre continent. Les Chinois ne se plaignent pas beaucoup, ils font et agissent. Ils sont très fiers de leur culture et croient beaucoup en la cellule familiale qu'ils valorisent ainsi qu'en la valorisation de la compétence et de la discipline.

Quel regard portez-vous sur le rapport que les jeunes africains entretiennent avec les réseaux sociaux comme Tik Tok... Tandis que les jeunes Chinois y apprennent des sciences et savoirs utiles, certains jeunes du continent semblent y avoir trouvé un moyen de s'amuser et de faire le buzz ! Ces réseaux sociaux ne sont-ils pas plus néfastes que bénéfiques pour

une grande partie de la jeunesse au chômage ?

Tout dépend de l'environnement dans lequel on évolue, si c'est plus dans le domaine du divertissement forcément cela va influencer le comportement. Contrairement aux idées reçues, Tik Tok est un super outil ! En Chine, le Tik Tok qu'on utilise est différent de celui qu'utilise le monde entier. Même moi au début, j'avais des préjugés sur Tik Tok car je pensais que c'est outil uniquement fait pour s'amuser, danser et effectuer des challenges. Mais j'ai découvert que grâce à Tik Tok, je pouvais me former sur l'intelligence artificielle et améliorer ma culture dans le domaine du cinéma, de la science et apprendre des choses nouvelles.

Tout cela a complètement changé les choses pour moi. Aujourd'hui c'est un outil positif que j'utilise pour apprendre et me cultiver donc tout dépend des recherches et centre d'intérêts qu'on a. Tik Tok nous fournit les informations en fonction de nos centres d'intérêts donc c'est aux Africains de s'intéresser à ce qui peut leur permettre de se développer comme la culture, les compétences professionnelles ou encore la culture générale.

Pour moi, les réseaux sociaux ne sont pas néfastes car encore une fois tout dépend de l'usage qu'on en fait. Aujourd'hui, les réseaux sociaux permettent de sauver des vies et d'alerter sur des situations dramatiques. Et on peut également mettre en avant des talents du continent, donc ils sont bénéfiques si on en fait bon usage. ■

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^{ER} HÔTEL D'ENTREPRISES AU BÉNIN".

ESPACE COWORKING

à partir de
5 00f/ heure

 Bénin (Cotonou-Gbégamey)

**HOW HAS
SUN KING
CHANGED
YOUR LIFE?**



Dial *305# or chat with us  0719 896 139

 **sun king.**

Crédit photo @sunkingkenya - Instagram

Financement

Les Startups du secteur de l'énergie en tête des levées de fonds au 2^{ème} trimestre de 2023.

L'écosystème tech africain, de plus en plus dynamique, attire de grands financements. Au deuxième trimestre de cette année, les jeunes start-ups ont amassé près d'un milliard USD de financement.

par Elias Maboutondji DJIVIDÉ

La tendance que révèle le **cabinet de conseil en économie numérique TechCabal Insights** est que les jeunes pousses du secteur de l'énergie ont levé plus de fonds que les fintechs sur le continent.

Les start-ups spécialisées en développement des solutions énergétiques ont levé 53% des financements au terme du 2^{ème} trimestre 2023.

Fin juin 2023, le TechCabal Insights a publié un rapport intitulé « **The State of Tech in Africa: A Q2 2023 Report** ». Selon les conclusions, les start-up actives dans le **développement de solutions énergétiques en Afrique** ont levé la somme totale de **486,9 millions USD** entre avril et juin 2023, soit 53% du montant total des levées de fonds effectuées par l'ensemble des startup africaines au cours de cette période.

Ce record a été possible en partie grâce à une opération majeure de titrisation¹ d'un prêt de 130 millions USD réalisée par **Sun King, une startup kényane spécialisée dans les kits solaires hors réseau**. Pour une première fois, les startups de l'énergie surpassent celles

de la fintech en termes de financement sur le continent. Jusque-là championne des levés de fonds dans l'écosystème, les **fintechs africaines** ont levé un total de 244,9 millions USD. Sont venus ensuite les **secteurs du transport et de la logistique (58,2 millions de dollars), de l'agriculture et de l'alimentation (47,9 millions), de la santé (37,5 millions), de la deeptech (17,6 millions) et du commerce électronique (8,7 millions)**.

Il faut noter par ailleurs qu'au plan géographique, c'est le **Kenya qui tient la tête du classement des pays ayant levé le plus de fonds**. Selon **STARTUP MEDIA**, le pays a levé un total de 462,4 millions USD. Il est suivi de l'Afrique du Sud qui a amassé la somme de 214 millions \$ USD, du Nigeria (149,3 millions \$ USD) et de l'Égypte (6,1 millions \$ USD).

Ce tableau montre que l'écosystème tech africain connaît une croissance rapide et offre de belles perspectives. L'intérêt grandissant qu'accordent les investisseurs et les organismes de financement aux startups africain prouve que ce marché a de potentiel économique.

Un record pourtant en baisse par rapport à la performance du 2^{ème} trimestre de l'année 2022.

Selon le même rapport, l'ensemble des start-up a levé un total de 916,4 millions USD au deuxième trimestre 2023, marquant une augmentation de 6,9% par rapport au premier trimestre 2023. Pourtant, ce chiffre est en baisse par rapport au deuxième trimestre de 2022, où elles avaient mobilisé 1,2 milliard USD. Le nombre total de transactions s'est établi à 131, contre 138 au trimestre précédent.

Les incertitudes économiques persistent.

Toujours dans le même rapport, on note que bien que les start-up africaines ont réalisé une impressionnante performance en termes de financement, il y a des incertitudes économiques qui planent. Cela serait dû au conflit russo-ukrainien qui aurait incité certaines jeunes pousses africaines à opérer des coupes dans leurs effectifs pour tenter d'améliorer leur rentabilité ou de prolonger leur durée de vie. Au total, cinq startups africaines ont licencié 238 employés au deuxième trimestre de 2023. L'agritech kényane Twiga a réalisé la majeure partie de la réduction soit un total de de 211 salariés.

Cette situation nous rappelle combien encore les économies africaines doivent impérativement développer une résilience interne pour éviter à l'avenir de subir drastiquement les effets des crises dans le monde. ■

¹ La titrisation est une technique financière qui consiste à transférer à des investisseurs des actifs financiers tels que des créances, en les transformant, par le passage à travers une société ad hoc, en titres financiers émis sur le marché des capitaux. [Wikipédia](#)

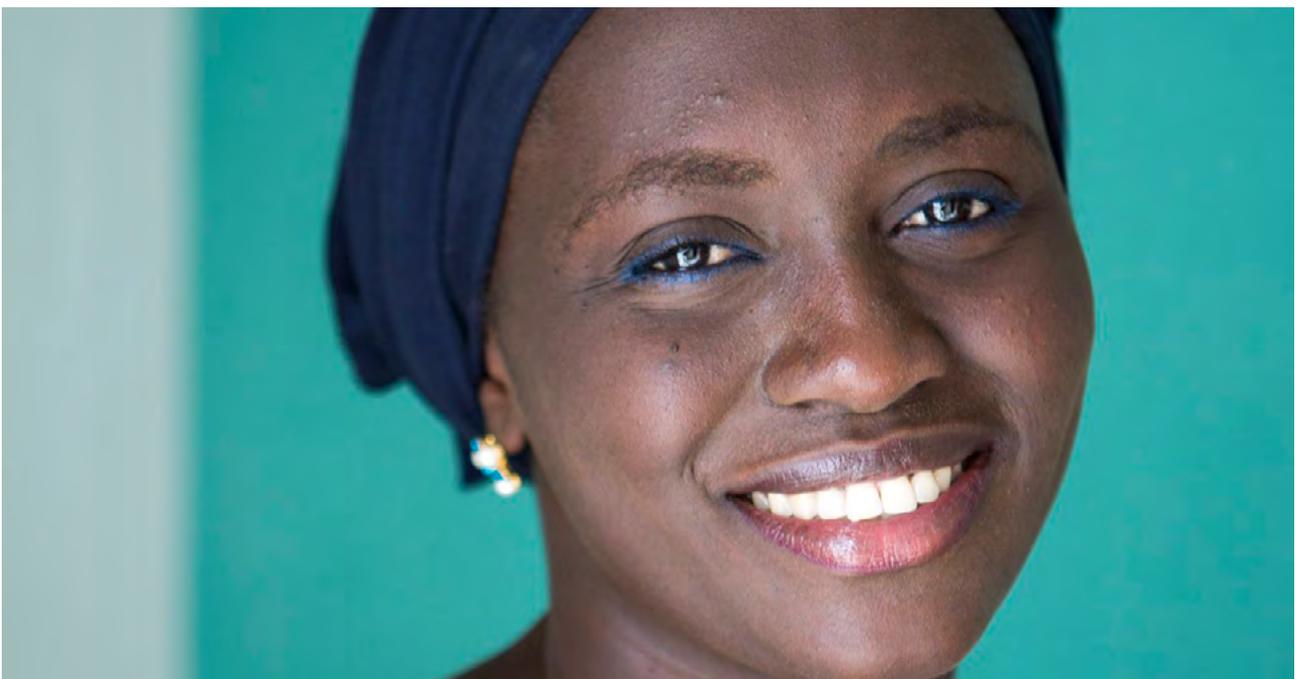
Solutions technologiques

"Notre but, transformer les communautés locales en acteurs de leur développement grâce aux nouvelles technologies"

- Ndeye Amy Kebe

La Sénégalaise Ndeye Amy Kebe, 37 ans, a créé l'entreprise Jokalante (discussion) en wolof, qui propose des solutions technologiques pour améliorer les pratiques agricoles dans le monde rural, en diffusant notamment régulièrement des informations utiles par le biais d'émissions radiophoniques communautaires ou de messages téléphoniques, dans les différentes langues locales du pays. La jeune entrepreneure contribue ainsi à améliorer le quotidien des populations dans les zones reculées, trop souvent oubliées par les pouvoirs publics. Elle présente son concept à K-World.

par Assanatou BALDÉ



Ndeye Amy KEBE - Fondatrice de Jokalante - Source <https://www.seti-women.com/>



Crédit photo @Onemtask - Freepik

A lors que l'arrière-pays est souvent oublié et relégué au dernier plan, **Ndeye Amy Kebe**, elle, a décidé de lui tendre la main. La jeune entrepreneure de 34 ans, est, en effet, en train de révolutionner les pratiques agricoles dans le monde rural, au Sénégal, avec **Jokalante**. Il faut dire qu'avant de s'intéresser à l'agriculture, cette Dakaroise a d'abord évolué dans l'univers de l'éducation qui la passionne.

Titulaire d'un baccalauréat en finance et comptabilité à l'université de Dakar (IFACE), puis d'un master en sciences de l'éducation et de la formation des adultes à l'université de Lille, en France, avec une spécialisation en ingénierie pédagogique et multimédia, elle a travaillé comme comptable pendant cinq ans à l'agence universitaire francophone (AUF).

Mais plutôt que de rester vivre en Europe, elle décide de rentrer dans son pays pour contribuer à son essor. Elle commence d'abord par créer en 2015 une entreprise dans le domaine de l'éducation avant de proposer la même année à l'agence américaine USAID son concept avec Jokalante, qui est accepté et inclus dans le programme New ICT Challenge, visant à développer un projet numérique innovant pour promouvoir l'agriculture au Sénégal.

Quelles sont les spécificités de Jokalante, qui n'est pas une entreprise comme

une autre ?

Jokalante qui signifie discussion en wolof, une des langues locales sénégalaises, les plus parlées, n'est, en effet, pas une start-up comme une autre. Jokalante est une entreprise numérique qui fait la promotion de solutions agricoles par le biais d'émissions radiophoniques communautaires ou de messages téléphoniques en langues locales.

Nous partageons ainsi les meilleures pratiques et les opportunités offertes par le marché à travers les nouvelles technologies tout en capitalisant sur les savoir-faire disponibles localement et les voix leaders des communautés. Nous utilisons des alertes radios et mobiles pour partager des mises à jour et informations avec les agriculteurs du monde rural pour améliorer leurs pratiques agricoles.

Au Sénégal il faut savoir que 51% de la population vit en zone rurale et presque 60% de cette population ne sait ni lire ni écrire dans la langue officielle du pays, qui est le français. Nous proposons donc des solutions via le numérique pour pouvoir interagir et communiquer avec cette population quelle que soit sa langue, son type de téléphone ou encore sa situation géographique. Nous nous adaptons à cette population et à son mode de vie.

Qu'est-ce qui vous a poussé à créer une telle entreprise ?

J'ai fait le constat que les agriculteurs ne reçoivent pas beaucoup d'instructions sur ce qu'ils doivent faire suivant le calendrier agricole. Donc il fallait trouver le moyen de changer cela. Jokalante promeut ainsi l'accès à la bonne information, au bon moment, avec le bon canal, pour plus d'impact sur les communautés du monde rural. Notre objectif est de faciliter l'interaction. Les discussions et le mentorat entre pairs sont les mots clés de l'entreprise d'une part et d'autre part faciliter l'interaction entre ces personnes du monde rural et les organisations qui les ciblent. Jokalante s'appuie sur un solide réseau d'organisations paysannes de base et de points focaux locaux qui sont connus et respectés dans les communautés. Jokalante promeut ainsi un changement positif dans les mentalités et s'engage à transformer les communautés locales en acteurs actifs de leur développement et de leur croissance.

Concrètement quel est l'impact que Jokalante a dans le monde rural ?

Aujourd'hui, Jokalante touche plus de 250 000 personnes, dans les 14 régions du Sénégal, via le téléphone mobile et plus de 1 million d'auditeurs via les radios locales dans toutes les régions du Sénégal. Le contenu numérique et les spots radio sont disponibles en au moins cinq langues locales (wolof, mandingue, sérère, diola, pulaar), en plus du français et de l'anglais. Jokalante est aussi

présente en Gambie, où elle promeut les bons comportements nutritionnels à plusieurs milliers de femmes regroupées en clubs. Nos principaux clients sont les agences gouvernementales, les ONG, les organisations paysannes et les petits exploitants.

Quels sont vos prochains défis ?

Notre prochain défi est de continuer à convaincre encore plus d'entreprises locales œuvrant dans le domaine de l'agro-industrie et de mettre à leur échelle notre offre de service. Nombre d'entre elles, en effet, n'ont pas encore adopté le large éventail d'innovations et d'opportunités offertes par la numérisation. Nous avons ainsi pour ambition de répondre à leurs besoins et de les accompagner dans leur développement. ■



Crédit photo @Freepik.com



APPEL À CANDIDATURES

Vous êtes un **porteur de projet** ou une **startup** ?
Le **17 Février 2024** participez au concours mondial **GET IN THE RING** et gagnez :

- Une visibilité mondiale.
- Un billet pour les olympiades mondiales des startups.
- Une possibilité de financement de votre projet.

Critères :

- **Porteurs de projets** : avoir une solution non conventionnelle et être en règle avec l'administration Française.
- **Startups** : Être résident Français, avoir un Kbis de moins de 8 ans, avoir moins de 35 ans et avoir une solution innovante.

Lien d'inscription :

<https://getinthering.gribb.io/event/get-in-the-ring-paris-20232024>



SERVICE COMMERCIAL

abif.gitr@gmail.com

(+33) 7 50 28 71 16

CONTACT PRESSE

contact@tamsevent.com

(+33) 6 45 04 19 40



Formation

"Si l'Afrique veut occuper une place dans le monde numérique, il est impératif qu'elle forme ses jeunes dans les métiers informatiques"

- Alfred Bewindin Sawadogo

Docteur spécialiste des Télécommunications, auteur de plusieurs ouvrages, Alfred Bewindin Sawadogo, 29 ans, originaire du Burkina Faso, est convaincu que les Technologies de l'information et de la communication (TIC) ont un apport significatif sur le continent africain et qu'ils peuvent concrètement contribuer au développement de l'Afrique, mais surtout à améliorer le quotidien des populations. Il livre à K-world son regard sur la question. Interview.

par Assanatou BALDÉ

A lors que certains penseurs estiment que les TIC ne doivent pas être une priorité pour le continent, où tout est à faire, vous avez écrit

une thèse pour démontrer leur importance en Afrique. Pourquoi estimez-vous que ces technologies sont primordiales et prioritaires pour l'essor du continent ?

L'apport des TIC est significatif à plusieurs niveaux. D'abord sur le plan économique, les TIC contribuent à hauteur de 7% environ dans le PIB de l'ensemble des pays africains, ce qui n'est pas négligeable. Cette contribution est transversale car les TIC sont utilisées dans l'éducation, la santé, l'agriculture, le commerce, la finance...

Aujourd'hui, investir dans les TIC s'impose comme une nécessité car elles bénéficient à tous les acteurs : État, entreprises et citoyens. La dématérialisation de certaines procédures telles que le paiement d'impôts ou de taxes est un puissant levier pour

lutter contre la corruption. Par ce biais, l'État enregistre des gains financiers. Ce point est d'autant plus important à souligner que chaque année, les États africains perdent beaucoup d'argent du fait de la corruption.

Au niveau des entreprises, les TIC rendent leur système d'information plus performant, ce qui est synonyme de plus d'efficacité. De plus, les entreprises sont aujourd'hui capables d'adresser un marché beaucoup plus grand grâce au e-commerce et par conséquent augmenter leur chiffre d'affaires. Quant au citoyen, son quotidien est facilité par la possibilité, aujourd'hui, de faire des démarches en ligne, telles que obtenir un casier judiciaire, un acte de naissance, régler ses factures d'eau ou d'électricité...

Quels sont les exemples concrets de TIC mis en œuvre sur le continent qui ont permis des changements positifs et impacté la vie des populations, notamment dans le domaine éducatif, de l'agriculture, de



Alfred Bewindin SAWADOGO

la santé... Quelles applications, programmes, logiciels, ou plateformes ont permis une nette amélioration dans ces secteurs ?

Je commencerai par citer la révolution engendrée par le mobile Banking,

c'est-à-dire les transferts d'argent par téléphone GSM. Je parle de révolution car cette technologie a été massivement adoptée sur un continent où le taux de bancarisation est l'un des plus faibles dans le monde. Parmi ces solutions, on compte M-PESA, Orange Money, Moov Money... Parmi les plateformes à succès, on peut citer Jumia et Konga qui ont boosté le commerce en ligne. Je n'oublie pas non plus la panoplie de logiciels ERP (Enterprise Resources Planning) que les entreprises utilisent pour gérer leur comptabilité, achats...

Vous estimez également que les TIC en Afrique doivent être pensées comme un instrument d'utilité publique qui doit servir au plus grand nombre pour résoudre des problèmes concrets... Comment les promouvoir et les développer sur

le continent afin qu'elles soient utiles au plus grand nombre ?

Il y a au moins trois leviers qu'on peut actionner afin de promouvoir davantage les TIC sur le continent. Premièrement, il faut renforcer l'infrastructure numérique. Cela passe par exemple par un déploiement plus important de réseaux fibres optiques et d'équipements 3G/4G.

L'infrastructure numérique c'est l'ensemble des équipements qui permettent l'acheminement des informations d'un point à un autre. Ce point est d'autant plus essentiel qu'il réduira le coût de la connexion internet qui actuellement est élevé en Afrique. Par exemple, le coût du gigaoctet en Afrique subsaharienne est

en moyenne de 4 euros environ alors qu'il n'est que de 0,23 euros environ en France, selon les chiffres de 2022-2023.

Le second levier est la formation des étudiants dans les disciplines informatiques : télécoms, réseaux, cybersécurité, intelligence artificielle... Si l'Afrique veut occuper une place dans le monde numérique, il est impératif qu'elle forme ses jeunes dans les métiers informatiques.

Le troisième levier est celui de l'accompagnement des entreprises et innovations technologiques par les États. Il y a de plus en plus en Afrique de start-ups dédiées au digital. Si elles ne sont pas accompagnées techniquement et financièrement, elles ne pourront pas atteindre l'impact escompté.

Mettre en œuvre les TIC nécessite de lourds investissements en matière de logiciels informatiques, d'équipements ou encore de formation du personnel... En quoi investir dans ces technologies



Crédit photo @Freepik

peut rapporter bien plus de bénéfices aux gouvernants sur le long terme ? En quoi cela peut-il être un pari gagnant ?

Les gouvernants ont intérêt à investir dans les TIC d'abord pour les gains financiers qu'elles rapportent. Chaque année, il y a des pertes de l'argent public du fait de la corruption. La dématérialisation des paiements de taxes et d'impôts sera un progrès dans ce sens.

Aussi, les TIC génèrent de l'emploi pour la jeunesse à travers l'entrepreneuriat dans le digital. Ce qui est salvateur pour l'État quand on sait avec quelle acuité la question de l'emploi se pose aujourd'hui en Afrique.

Par ailleurs, l'accès aux services administratifs publics en ligne par les citoyens est un élément très apprécié par ces derniers. De ce fait, l'État qui mise sur la dématérialisation des démarches administratives gagne l'adhésion des populations.

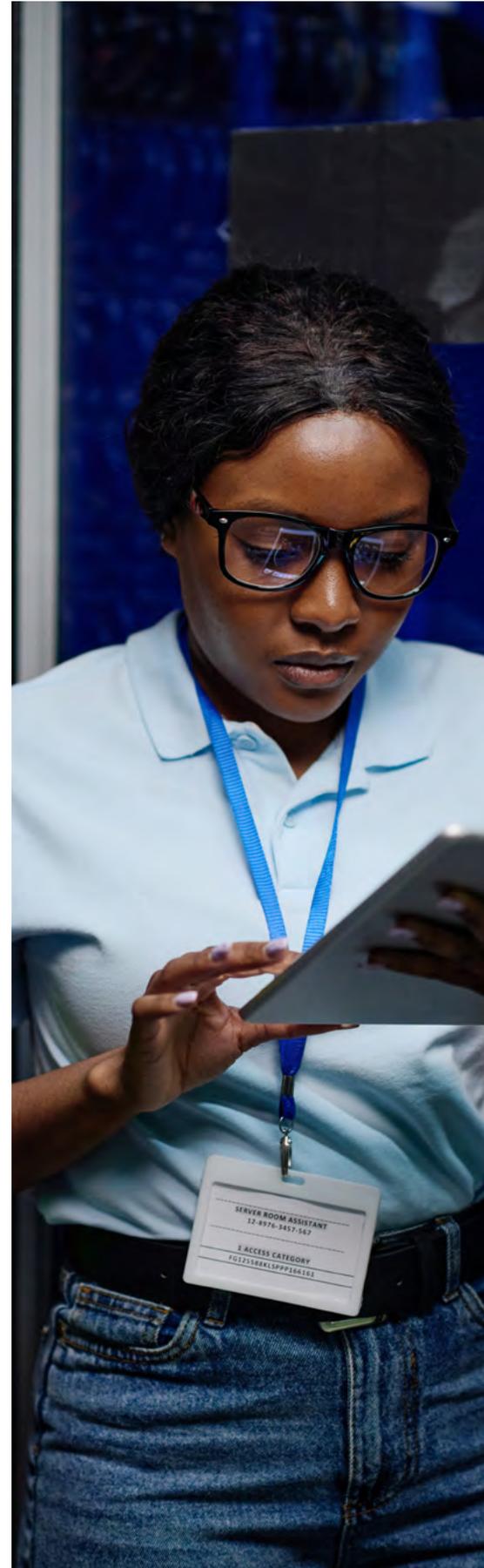
Quel regard portez-vous sur le rapport que les jeunes africains

entretiennent avec les réseaux sociaux, qui ne sont pas toujours utilisés à bon escient ?

Sur ce point, je ne blâmerai pas les réseaux sociaux. Nous devons plutôt examiner l'état de notre société. Si notre société est résolument tournée vers les sciences et les savoirs utiles, les jeunes se soucieront des sciences et des savoirs utiles lorsqu'ils iront sur les réseaux sociaux. Mais si notre société met au second plan le savoir, privilégiant le divertissement, le gain rapide et l'argent facile, il va sans dire que quand les jeunes seront sur les réseaux sociaux, ils seront en quête de divertissement, de gain rapide et d'argent facile.

Par conséquent, à mon avis, nous devons construire des sociétés chérissant la connaissance, surtout la connaissance scientifique. A partir de ce moment, nos jeunes se concentreront sur les sciences et les savoirs utiles, quelle que soit la panoplie de moyens de distraction qui les entoure. Les jeunes chinois par exemple cherchent des connaissances scientifiques sur TikTok tout simplement parce que les autorités et la société chinoise ont placé la connaissance scientifique au cœur de leurs politiques.

Les gouvernants africains auraient également intérêt à mettre le savoir scientifique au cœur de leurs priorités pour faire avancer leur pays. ■



Crédit photo @Annastills - Freepik.com



Henry UKOHA et Florent OGOUTCHORO, fondateurs et codirigeants de Moneex - Crédit photo @Moneex

Solutions technologiques

La startup Gozem rachète la fintech Moneex.

« C'était une décision un peu difficile pour nous, mais en même temps, il faut dire que nous avons toujours eu cette vision. Nous étions fidèles à nous-mêmes. Nous savions ce que nous voulions faire. » - Henry UKOHA

par Élias Maboutondji DJIVIDÉ

Cofondateur et Directeur des opérations de Moneex, Henry Ukoha a accepté de répondre aux questions de K-WORLD Magazine à propos de l'acquisition récente de sa fintech par la startup Gozem, une super application spécialisée dans la mobilité et d'e-commerce en Afrique francophone.

Que voudriez-vous que nous retenions de l'aventure Moneex?

Je pense que la chose la plus importante que nous avons essayé de faire était de faciliter les paiements transfrontaliers

pour les entreprises, pour les freelances qui travaillent avec des clients en dehors du continent, en particulier ceux qui travaillent avec des clients d'Europe et des États-Unis. Nous voulions leur permettre de se faire payer plus facilement, d'envoyer et de recevoir de l'argent sur ces pays. C'était notre objectif.

Nous avons également mis en place un

corridor pour le Nigeria, du franc CFA au Naira. Il s'agit pour l'instant d'un système essentiellement traditionnel. Ce dont on aimerait que les gens se souviennent, c'est que nous avons pris une mesure audacieuse pour faire quelque chose qui n'existe pratiquement pas dans l'écosystème, en aidant les freelances à se faire payer facilement et à envoyer de l'argent à l'étranger.

Dites-nous comment a été le parcours depuis 2018 à cette étape?

Ça n'a pas été facile. Surtout que nous connaissons la réalité du marché des startups ici (au Bénin). C'est une expérience particulière pour nous, surtout moi qui vient du Nigéria où nous avons un écosystème de startup développé et plus robuste. L'un des principaux problèmes

que vous avez rencontrés est que la réglementation n'est pas très favorable aux startups. Il y a beaucoup d'obstacles à franchir et beaucoup de défis à relever. Je veux dire, il vous faut être en mesure de payer nos cotisations en tant qu'entreprise. Il s'agit aussi de faire comprendre aux investisseurs que le Bénin est un marché intéressant pour eux.

Je me suis rendu compte, en comparant avec le Nigéria, que l'un des défis à relever était également de gagner la confiance des utilisateurs pour qu'ils puissent essayer nos produits. Vous devez être en mesure d'établir votre marque comme une valeur ajoutée dans votre secteur, afin d'attirer davantage d'utilisateurs à rejoindre la plateforme.

Quels ont été les changements phares que votre solution Moneex

a apporté sur le marché des transactions électroniques en Afrique de l'Ouest; à commencer par le Bénin ?

Je pense que notre impact s'est surtout fait sentir chez les jeunes. Je pense que la différence que notre solution a apportée sur le marché est la fourniture d'une **alternative fiable pour permettre aux citoyens du monde entier, en particulier ceux qui viennent de pays en voie de développement, d'être en mesure de concourir pour des emplois à l'échelle mondiale et de disposer d'un moyen de se faire payer.**

Imaginez que vous obteniez un emploi dans une entreprise en France, par exemple. Vous avez besoin d'un moyen fiable et facile pour être payé à la fin du mois. C'est



Équipe Gozem et Moneex 2023 - Crédit photo @Moneex

vrai que les solutions d'assistance, ce n'est pas ce qui manque. Je sais, mais ils ne sont pas si faciles à utiliser. Il y a beaucoup d'absurdités dans certaines solutions, mais ce que nous avons créé est très facile à utiliser, de telle sorte que vous pouvez accéder à la plateforme, envoyer un lien de paiement à votre employeur qui effectue les paiements et les fonds sont versés sur vos comptes. Vous pouvez avec votre appareil Android ici, retirer votre argent en CFA.

Je pense que cela a eu un impact très important, car si l'on compare avec l'écosystème nigérian, nous avons beaucoup d'opportunités parmi lesquelles choisir. Mais ici, il n'y a pas beaucoup de données. Il n'y a que peu de solutions intéressantes à offrir. Donc, ce que nous avons fait, c'est de permettre une transition rapide en termes de réception des paiements.

Quels ont été les facteurs principaux de votre croissance sur le marché ?

Je pense que l'avantage du premier arrivé a été un facteur important pour nous, mais cela signifie aussi que nous avons eu beaucoup de travail à faire parce que nous avons dû convaincre et nous positionner comme une source unique de valeur ajoutée pour ce que nous faisons. Cela n'a pas été facile, mais je pense que l'une des principales raisons est que nous construisions un produit unique sur

un marché où il n'y avait pas beaucoup d'alternatives.

Notre croissance a donc été largement alimentée par le bouche-à-oreille. Nous n'avons pratiquement rien dépensé en marketing. Ce sont les personnes qui utilisent ces produits qui répandent la nouvelle et qui parlent de nos produits à leurs collègues.

Quelle analyse faites-vous de l'écosystème des technologies financières en Afrique ?

Je pense que le secteur a vraiment ouvert des opportunités jamais vues auparavant. Et ce, sur l'ensemble du continent. Et je pense que lorsqu'il s'agit de savoir ce qui devrait venir en premier, je pense que l'innovation fintech et la fintech sont vraiment un bon point de départ. Car une fois qu'il est facile pour les gens de faire du commerce en envoyant et en recevant de l'argent, vous savez, le reste suivra. Une fois qu'il est plus facile pour les gens de commercer à travers les frontières, je pense que cela ouvre la voie à beaucoup d'innovations dans d'autres secteurs.

Néanmoins, dans le domaine de la logistique, des soins de santé, je pense qu'il faut penser à tout ce que l'on peut faire en l'état. Je pense que l'innovation est là et qu'il faut la prendre comme un moyen de rendre les autres secteurs plus viables et plus efficaces. Je pense donc qu'il s'agit

d'un développement très intéressant pour nous en tant que continent, mais nous devons également commencer à examiner d'autres secteurs qui bénéficient directement du secteur de la fintech.

Aujourd'hui vous avez décidé de céder l'entreprise Moneex à Gozem, une startup spécialisée dans les services de mobilité et d'e-commerce en Afrique francophone. Qu'est-ce qui vous a motivé à faire ce choix dans votre parcours entrepreneurial ?

Oui, c'est vrai. C'était une décision un peu difficile pour nous, mais en même temps, il faut dire que nous avons toujours eu cette vision. Nous étions fidèles à nous-mêmes. Nous savions ce que nous voulions faire. C'est donc la vision que nous avons eue.

Je pense que pour nous, la question était de savoir à quel moment nous avons décidé de vendre. C'était la grande question pour nous. Nous étions une petite startup qui

essayait de faire de notre marché un écosystème, et Gozem est une entreprise plus établie, avec des ressources. Je pense que c'est le rapprochement des deux organisations qui fait la différence et que c'était une volonté très stratégique de venir avec nos ressources et nos réponses en matière de fintech pour faire quelque chose de grand.

Je pense que c'est ainsi qu'il faut voir les affaires, car il ne s'agit pas de posséder 100% de l'information et ne rien faire

avec. Mais si vous pouvez conclure des alliances stratégiques comme celle-là, vous pouvez vraiment vous du succès de ce que vous essayez de faire, en dépit de ce qu'il se passe dans l'environnement macro-économique.

Quel est l'avenir de Moneex avec Gozem ?

Je pense que l'avenir est beaucoup plus prometteur. Il y a beaucoup d'opportunités et je crois que nous pouvons faire de grandes choses ensemble. Comme vous le savez, nous envisageons de lancer "Gozem Money", qui, je pense, serait un produit très stratégique pour l'avenir. Je pense que cela va également faire progresser notre vision en ce qui concerne l'espace fintech. Il y a beaucoup de possibilités de faire de grandes choses ensemble, alors même que nous avons déjà uni nos objectifs. ■



À propos de Gozem

Gozem est la Super Application leader en Afrique francophone. L'application, disponible sur Android et iOS, fournit un écosystème de services de mobilité, d'e-commerce et financiers, aux consommateurs, chauffeurs et marchands. Gozem est actuellement opérationnel dans 13 villes au Togo, au Bénin, au Gabon et au Cameroun, avec plus d'un million d'utilisateurs inscrits, qui ont effectué 20 millions de courses depuis son lancement en novembre 2018.

Source : <https://moneex-press-release.vercel.app/fr>

Champions Gozem - Bénin - Crédit photo @Gozem Bénin



SÉCURISONS VOTRE INVESTISSEMENT

LA RENCONTRE DES ENTREPRENEURS

Co-pilote de croissance des entreprises





Notre service :

Vous avez investi dans une entreprise ?

Nous assurons la croissance de vos participations.

Le service Operating Team de la RDE porté par une équipe pluridisciplinaire, accompagne et soutient l'entrepreneur ou le chef d'entreprise sur les différents sujets et défis touchant directement ou indirectement son activité dans le temps.



**Operating team
Pré-financement**



**Operating team
Post-financement**

Plannification et réflexion
stratégique, pilotage de
l'exécution et suivi de la
gestion au quotidien

Gastronomie africaine

Dieuveil Malonga | Le nouveau visage du panafricanisme culinaire.

Chef, jeune entrepreneur, fondateur de la bourse Culinary Innovation Village et propriétaire du restaurant Meza Malonga au Rwanda, Dieuveil Molonga est le pionnier de la philosophie "Aprofusion", une vision panafricaine qui le guide dans son travail de cuisinier au quotidien.

par Elias Maboutondji DJIVIDÉ



Dieuveil MALONGA - Crédit photo @mezamalonga - Instagram

Né à Linzolo, près de Brazzaville, Congo en novembre 1991, Dieuveil Malonga a été formé en Allemagne et a passé quelques temps en France avant de retourner en Afrique, plus précisément au Rwanda. Depuis 2020, il officie dans son restaurant Kigalois.

Un talent authentique de la diplomatie culinaire en Afrique.

Parti très tôt du Congo-Brazzaville pour rejoindre sa mère adoptive allemande, Dieuveil Malonga a vu quelques années plus tard sa passion pour la gastronomie s'étoffer, grâce au talent culinaire de cette dernière. C'est elle qui l'a initié. «



Crédit photo @mezamalonga - Instagram

J'ai appris beaucoup de choses avec elle, elle a contribué à révéler ma façon de cuisiner » confiait-il dans une interview accordée à [Jeune Afrique](#).

En 2016, Dieuvel Malonga a lancé [Chefs in Africa](#), une entreprise sociale dont la mission est de faire rayonner l'Afrique et les étoiles montantes de la gastronomie africaine issues de la diaspora. Avec 4 000 chefs déclarés, Chefs in Africa obtenu le soutien de l'Organisation mondiale du tourisme et de l'UNESCO, avec lesquels Dieuvel Malonga a organisé des événements. Cette initiative est le résultat d'un long périple qu'a effectué Dieuvel Malonga dans 48 pays d'Afrique, pour aller rencontrer les « femmes anciennes » qui, selon lui, détiennent le secret des plats authentiques. *« Mon objectif était de comprendre cette gastronomie-là, ça a été une vraie école. La cuisine authentique, ce sont elles qui la font, je prends le temps d'apprendre auprès d'elles. Ce sont mes cheffes, mes grandes*

cheffes » révèle-t-il à nos confrères de Jeune Afrique.

En 2018, ses efforts ont payé. Il a été finaliste du prestigieux Prix Basque Culinary World 2018 en reconnaissance de son engagement communautaire pour promouvoir et transmettre le patrimoine culinaire de l'Afrique à travers la valorisation de ses terroirs, de ses produits et de ses chefs.

Dieuvel Malonga au Rwanda.

Au terme de ses pérégrinations, Dieuvel Malonga s'est arrêté au Rwanda. Lors de ses premières visites, il n'avait pas l'ambition de s'y installer. Mais il a été séduit par l'agriculture rwandaise et son écosystème et quelques années plus tard, il y est retourné s'y installer. En

2020, il a ouvert le [Meza Malonga](#), un restaurant qui propose des mets de type « Afrofusion ». Dieuvel Malonga y révèle par sa cuisine la splendeur, la singularité et la complémentarité gastronomique des nations africaines. A peine ouvert, le restaurant a déjà été plébiscité par [Travel + Leisure](#) et [Food & Wine](#) comme l'un des « meilleurs restaurants du monde ». Il a également fait partie des 50 meilleurs restaurants du monde récompensés en 2022 par l'organisation internationale [50 Best](#) pour ses efforts. Dieuvel Malonga aujourd'hui représente ; tout un village d'innovation culinaire à Musanze, au Rwanda. C'est un écosystème intégré avec ferme, centre culinaire et restaurant d'application pour la transmission de la gastronomie africaine basée sur des produits locaux et durables. Et, avec son restaurant Meza Malonga, il incarne littéralement le panafricanisme dans les assiettes. ■



Magazine K-World
ND Consultant Group

8 rue Allard, 94160 Saint-Mandé | France
N°277 rue 11.034, Gbégaméy - Cotonou | Bénin
<https://www.kworldmagazine.online>
redaction@kworldmagazine.online