



« Attrait des investissements au Cameroun »

Jean-Claude EBE EVINA
Administrateur de banques
MBA, IAE PARIS, 1981



PARCOURS MANAGER
Patrick MOMMEJA
Head of Life and Health Insurance
& Emerging Markets - ALLIANZ
MBA, IAE PARIS, 1981



PARCOURS ENTREPRENEUR
Franck ACCROMBESSY
CEO Banca Engineering
MBA, IAE PARIS, 2017



5 Questions : Entretien croisé

Astrid AGBOTON DAGBA
Auditeur interne
BGFIBank - Bénin
Référente Club Afrique - Bénin
MBA, IAE PARIS, 2016



5 Questions : Entretien croisé

Marius BAKPE
DAF - Agence de Développement de Sèmè City
(Présidence de la République - Bénin)
Référent Club Afrique - Bénin
MBA, IAE PARIS, 2016

Newsletter Club Afrique

DANS CE NUMÉRO

EDITORIAL	2
5 QUESTIONS à Astrid AGBOTON & Marius BAKPE.....	2
PARCOURS MANAGER	5
PARCOURS ENTREPRENEUR	9
« Attrait des investissements au Cameroun » : Jean-Claude EBE EVINA.....	12
ON EN PARLE	18
PROMOTION DES ALUMNI	
IAE PARIS EN AFRIQUE.....	19
PROCHAINE NEWSLETTER	20
PROCHAIN CAFÉ AFRIQUE	20
PHOTOS Remise des diplômes :	
5 avril 2018	21
CITATION DU JOUR	22
CONTACTS	22

EDITORIAL

C'est avec un immense plaisir que nous vous offrons cette première newsletter de l'année 2018, après quelques mois d'hibernation. Nous avons mis à profit ces quelques mois de silence pour amorcer la restructuration de notre club et focaliser notre énergie sur la revue annuelle 2018 en gestation. Dans ce numéro nous avons porté un regard particulier sur le Bénin à travers la découverte de l'antenne locale de notre club via ses responsables actuels. Nous sommes également allés à la découverte d'un entrepreneur basé à Cotonou, qui nous partage son parcours quotidien

Bonne lecture

T. Léon Fodzo



Astrid AGBOTON DAGBA
Auditeur interne
BGFIBank - Bénin
Référente Club Afrique - Bénin
MBA, IAE PARIS, 2016



Marius BAKPE
Directeur Administratif & Financier
Agence de Développement de Sèmè City
(Présidence de la République - Bénin)
Référent Club Afrique - Bénin
MBA, IAE PARIS, 2016

Club Afrique—Sorbonne Business School Alumni : Vous avez été cooptés référents au Bénin du Club Afrique – IAE Paris Sorbonne Business School. Pouvez-vous vous présenter aux lecteurs de notre newsletter ? (nom+ prénom+ Diplôme obtenu à l'IAE Paris)

- ◆ **Astrid :** Je suis AGBOTON DAGBA Astrid, titulaire du Global Exécutive MBA de l'IAE Paris obtenu en 2016 (promotion 1405).
- ◆ **Marius :** Je suis Marius BAKPE, diplômé du MBA de l'IAE de Paris, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, Promotion GEM-BA-1404.

Club Afrique—Sorbonne Business School Alumni : Vous êtes depuis quelques mois les référents du club Afrique au Bénin, quelles sont les motivations à occuper cette fonction ?

- ◆ **Astrid :** J'étais la seule Béninoise de ma promotion. Même si des liens forts se sont tissés avec d'autres camarades africains ; je ressentais le besoin d'avoir des attaches avec des alumni béninois. Je menais une réflexion sur le recensement des anciens de l'IAE Paris Sorbonne Business School au BENIN quand j'ai lu dans la newsletter du club, l'appel à candidature pour des référents pays. J'ai pris contact avec Léon FODZO (vice-président du club en charge de l'éditorial de la newsletter et tout a commencé..

5 Questions aux référents du Club Afrique au Bénin - Sorbonne Business School : Entretien croisé avec Astrid AGBOTON & Marius BAKPE

- ◆ **Marius** : En tant que diplômé de MBA, on apprend lors de sa formation, à redécouvrir et à explorer des problématiques anciennes et nouvelles, des sujets qu'on côtoyait chaque jour sans vraiment y faire attention.

On découvre également une envie de faire les choses autrement et une forte envie de faire changer les choses, de pouvoir impacter les choses d'une façon ou d'une autre, soit en s'engageant dans de la réflexion intellectuelle productive ou dans l'entrepreneuriat.

Ces ambitions ne peuvent se construire toutes seules, ni par soit tout seul. D'où l'importance de pouvoir compter sur un réseau solide, un creuset de réflexions et d'actions qui permet de faire bouger les choses. C'est cette ambition que nous nourrissons, pouvoir contribuer à apporter des changements en Afrique, en commençant par le Bénin.

Club Afrique—Sorbonne Business School Alumni : Comment envisagez-vous le fonctionnement de l'antenne du club Afrique ALUMNI au Bénin ?

- ◆ **Astrid** : Dans un premier temps, nous nous rencontrerons entre anciens de l'IAE Paris SORBONNE BUSINESS SCHOOL. Lors d'une seconde phase, nous souhaitons organiser:

- Des débats, rencontres avec d'autres alumni de :
 - ⇒ l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne,
 - ⇒ IAE France (Fédération de promotion des IAE)
 - ⇒ G16+ (Club Carrières de grandes écoles Françaises)
- Des évènements autour d'alumni ayant une certaine notoriété sur le plan international lors de leur passage au BENIN (interview, conférences - débats).

Le club doit également, à court terme être pourvoyeur d'informations pour les potentiels investisseurs au BENIN.

- ◆ **Marius** : Nous entrevoyons 2 axes majeurs de fonctionnement :
 - Pouvoir réfléchir dans un creuset et être force de propositions sur des thématiques importantes pour le développement avec des présentations et conférences à la clé ;
 - Pouvoir développer ensemble des projets d'entrepreneuriat

Club Afrique—Sorbonne Business School Alumni : Nous savons que 2 rencontres entre alumni ont été organisées à Cotonou. Quelles sont les principales résolutions adoptées à l'issue de ces rencontres ?

- ◆ **Astrid** : La 1ère rencontre n'a mobilisé que 3 alumni ; et lors du 2ème rendez-vous nous étions 7. Il s'agissait pour nous de nous présenter et de débattre sur le contexte économique en Afrique et plus précisément au BENIN. Nous ambitionnons d'adopter à la prochaine rencontre, plus formellement des résolutions que nous pourrions partager à l'ensemble des alumni dans l'une de vos prochaines éditions de la newsletter.

5 Questions aux référents du Club Afrique au Bénin - Sorbonne Business School : Entretien croisé avec Astrid AGBOTON & Marius BAKPE

- ◆ **Marius** : La 1ère rencontre a plutôt été très timide ! une seule personne avait répondu à l'appel, en sus de Astrid et moi-même, mais les échanges n'ont pas été moins intéressants.
La deuxième était plus réussie et a rassemblé 7 personnes. Les discussions ont été très intéressantes et on a plutôt misé sur la présentation de tout un chacun; secteurs d'activités et d'intervention et les intérêts du moment. Nous en avons profité pour parler du développement des pays africains et les problèmes qui entravent ce dernier. Une troisième rencontre est proposée pour poser les vraies bases de notre club et définir ensemble les axes de collaboration et définir une feuille de route .

Club Afrique—Sorbonne Business School Alumni : Comment améliorer la visibilité de notre club au Bénin ?

- ◆ **Astrid** : La visibilité passera d'abord par le recrutement de nouveaux membres du club. A date, nous sommes 11 alumni en contact. Nous maintiendrons des rencontres régulières que nous souhaitons mensuelles autour de thèmes qui intéresseront la quasi-totalité des anciens. Nous solliciterons nos membres ayant une certaine technicité pour des contributions dans des débats apolitiques sur des problématiques qu'ils maîtrisent. Nous pourrions également profiter du passage des alumni de l'IAE Paris Sorbonne Business School au BENIN pour communiquer autour du club Afrique (Interview télévisé, interview dans des journaux, conférences-débats etc...). Etre présents lors des évènements organisés par d'autres clubs d'alumni et créer des évènements (conférences débats, rencontres avec d'autres clubs d'alumni, ...).
- ◆ **Marius** :
 - D'abord trouver des sujets et actions qui attirent, passionnent et retiennent les membres au sein du creuset ;
 - Travailler sur des thématiques fédératrices qui pourront être communiquées à un public de plus en plus large à travers des débats, des conférences et des séminaires de formation ;
 - Développer ensemble des idées d'entreprenariat afin de contribuer de façon palpable au développement ou à la résolution de problèmes sociaux.

PARCOURS MANAGER

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Bonjour Monsieur Mommeja. Merci de nous accorder cet entretien, pouvez-vous présenter à nos lecteurs votre parcours professionnel et universitaire ?

A la sortie de l'IAE j'ai bénéficié d'une première expérience bancaire puis dans le domaine de la monétique et du crédit à la consommation en tant que chef de produit avant de rejoindre une structure de gestion de patrimoine comme directeur des opérations.

C'est seulement en 2003 que j'ai découvert le monde de l'assurance dans un premier temps chez AGF/ALLIANZ OUTRE MER puis chez ALLIANZ AFRICA à partir de 2010.



Patrick MOMMEJA
Head of Life and Health Insurance
& Emerging Markets -
ALLIANZ
MBA, IAE PARIS, 1981

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Quel diplôme avez-vous obtenu à l'IAE Paris et en quelle année ?

L'IAE Paris offrait une formation diplômante en un an (le Certificat d'Aptitude à l'Administration d'Entreprise, aujourd'hui MBA) que j'ai suivie en 1981 après un master 2 d'économie à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School: Pouvez-vous nous présenter Allianz Africa et nous préciser le poste que vous y occupez ce jour ?

Le groupe ALLIANZ est actuellement présent en Afrique avec 19 filiales vie et non vie dans 14 pays d'Afrique sub-saharienne, au Maroc et à Madagascar. J'ai en charge les activités ASSURANCES DE PERSONNES (vie/santé...) et MARCHES EMERGENTS.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School: Quels sont les principaux produits de Micro assurance proposés par Allianz sur le continent africain ?

ALLIANZ propose en Afrique une très large gamme de produits de micro-assurance à destination des populations défavorisées n'ayant habituellement pas ou peu accès aux produits financiers dont l'assurance.

Cela va des produits d'épargne en passant par les assurances emprunteurs liées aux micro-crédits, l'assurance obsèques, les assurances agricoles indicelles, les forfaits hospitaliers, etc...

PARCOURS MANAGER

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School: Le taux de couverture en micro assurance est de 5,4 % en Afrique, ce qui est relativement faible par rapport aux besoins, comment expliquez-vous ce faible taux de pénétration au regard de l'immensité des besoins à couvrir ?

Le taux de pénétration de l'assurance est en Afrique de l'ordre de 2 %.

En Afrique sub-saharienne (hors Afrique du sud) le faible taux de couverture s'explique en partie par le manque d'éducation en assurances des populations locales.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School: En analysant les taux de couverture en micro assurance en Afrique on constate qu'il est relativement plus élevé en Afrique australe (64 % en Afrique du Sud, 22 % en Zambie, 21 % au Swaziland et qu'il tombe à 1,8 % au Cameroun, 0,4 en RDC Congo, 0,3 en Algérie, Guinée ou 2,2 % en Tunisie). Comment expliquez-vous la disparité des chiffres d'une région à une autre ? Quelle analyse en faites-vous ?

Chaque pays présente ses propres caractéristiques.

Si l'Afrique du Sud se caractérise par un fort équipement de la population en assurance obsèques, les camerounais bénéficient pour leur part de systèmes traditionnels de solidarité comme les tontines. Mais il est clair que le développement de la micro-assurance passe par un renforcement des canaux de distribution à destination de ces populations.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School: Comment définissez-vous la micro-assurance ? et qu'est-ce qui la singularise de l'assurance classique (assurance habitation, assurance vie, assurance automobile)

La micro assurance c'est ni plus ni moins de l'assurance, mais destinée des populations défavorisées n'ayant habituellement pas ou peu accès aux produits financiers et qui fait en revanche appel à des modes de distributions spécifiques (IMF, coopératives, opérateurs téléphoniques, etc...)

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School: Que représente à ce jour la micro assurance dans le chiffre d'affaire d'Allianz en Afrique ?

Aujourd'hui seulement 1,5 % du chiffre d'affaires total d'ALLIANZ en Afrique et 5 % du CA en assurances de personnes.

PARCOURS MANAGER

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Pouvez-vous nous donner un aperçu de la politique RSE d' Allianz Africa ?

Elle concerne à la fois ses clients à travers en particulier la micro-assurance mais aussi ses collaborateurs et leurs familles. ALLIANZ AFRICA est engagé depuis de nombreuses années dans des programmes d'information et de dépistage contre des maladies comme le VIH/SIDA, la tuberculose, le paludisme mais aussi le diabète. Les filiales d'ALLIANZ AFRICA sont également impliquées dans de multiples initiatives caritatives locales.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School: L'Afrique compte plus d'un milliard d'habitants mais seulement 61, 9 millions personnes sont assurées (souvent au travers de plusieurs contrats), il y'a plus d'un milliard d'africains à couvrir. Au regard de ces données peut-on affirmer que le continent sera l'un des principaux relais de croissance des compagnies d'assurance dans les prochaines années ?

Oui c'est la raison pour laquelle ALLIANZ poursuit son expansion en Afrique.

Rien que sur les 3 dernières années, ALLIANZ a ouvert une nouvelle filiale au Kenya, a racheté la filiale de ZURICH au Maroc, a obtenu une licence d'assurance Vie fin 2017 au Ghana et vient de prendre une participation importante dans la plateforme de services BIMA bien implantée en Afrique.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Le continent africain compte plus de 800 millions d'abonnés au téléphone mobile sur une population totale de 1, 14 milliard d'habitants . Ne pensez-vous pas que le téléphone mobile sera demain le principal canal de distribution d'assurance en Afrique ?

Oui en tout cas un des principaux canaux et c'est la raison pour laquelle ALLIANZ AFRICA est en partenariat dans différents pays du continent africain avec les principaux opérateurs téléphoniques (ORANGE, MTN, AIRTEL...)

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Estimez-vous nécessaire, d'instaurer des canaux de distribution plus nombreux et de meilleure qualité pour accroître le taux de pénétration de la micro-assurance en Afrique ?

Il est absolument nécessaire de trouver les moyens pour atteindre plus facilement ces populations dites du « milieu informel ». Cela passe bien entendu par la téléphonie mais également par des réseaux de commerciaux de terrain, des vendeurs, des associations locales, etc... en pleine expansion.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Quels conseils donneriez vous à un jeune diplômé qui souhaite se lancer dans le secteur de l'assurance en Afrique ?

Même si les situations sont contrastées d'un pays à un autre les opportunités sont nombreuses pour tout jeune diplômé qui souhaite apporter ses connaissances et son dynamisme à des économies globalement .

PARCOURS ENTREPRENEUR

Parcours Entrepreneur

Nous donnons la parole à un alumni de l'IAE Paris, Sorbonne Business School qui évoque son parcours d'entrepreneur sur le continent africain ou en direction de l'Afrique.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Bonjour Mr ACCROMBESSY, merci de nous accorder cet entretien, . Pouvez-vous vous présenter à nos lecteurs ?

Je suis ACCROMBESSY Franck, de nationalité béninoise et présentement directeur du cabinet d'ingé-



Franck ACCROMBESSY
CEO BANCA ENGINEERING
MBA, IAE PARIS, 2017

nieurs Conseils BANCA ENGINEERING, bureau d'études techniques créé en 2006. Je suis sorti ingénieur en Génie Civil de l'École Polytechnique de Thiès au Sénégal en 1992. Depuis ce moment, j'ai suivi des formations courtes orientées métiers, gestion des projets et gestion des contrats comme les contrats FIDIC en 2013.

Avant d'en arriver à la création d'entreprise, j'ai travaillé de 1992 à 2006 comme ingénieur de projet, directeur de travaux, directeur de projet en entreprise tant au Bénin que dans la sous région ouest africaine au sein des entreprises de construction BTP : EB (Entreprises du Bénin), ENTTP (Entreprise Nationale Togolaise des Travaux Publics) et UDECTO (Union des Entreprises de Construction du Togo). Dans ce cadre, j'ai participé à la réalisation d'infrastructures importantes financées par des bailleurs de fonds internationaux.

J'ai 25 années d'expérience dans le domaine industriel. Je suis membre de l'association des bureaux d'études du Bénin (APROBE BTP), membre de l'ADEPT (Association des diplômés de l'École Polytechnique de Thiès), Initiateur des conférences ING-EPT du réseau des Ingénieurs Polytechniciens et sur le plan professionnel, membre actif des clubs service JCI (avec la distinction de sénateur) et du ROTARY International sur le plan communautaire.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Quelles furent vos motivations à intégrer le MBA de la Sorbonne Business School ?

J'ambitionnais depuis ma sortie de faire une formation spécialisée à valeur ajoutée.

Mon choix s'est porté sur la gestion d'entreprise dès 2013, et j'avais tenté une inscription sur place que j'ai dû abandonner, car l'offre ne m'était pas satisfaisante.

A l'occasion des 2èmes conférences ING-EPT organisée en août 2015 au Bénin avec la participation d'ingénieurs venus de différents pays du Sud et du Nord, j'ai été convaincu du choix d'arrêter avec ce projet de formation dans une école nationale pour m'engager dans les formalités pour un MBA dans une école de renommée internationale avec un rapport qualité / prix favorable.

C'est dans ce contexte que j'ai démarré mon Global Exécutive MBA à l'IAE PARIS SORBONNE BUSINESS SCHOOL.

PARCOURS ENTREPRENEUR

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Au quotidien, que vous apportent les enseignements reçus dans le cadre de ce MBA ?

J'avais une orientation fortement métier et cela m'empêchait d'avoir une conception business unit des activités de l'entreprise. La rigueur du professionnel ne doit pas s'appliquer de façon absolue et de la même manière sur tous les domaines d'activités stratégiques. Aussi faudrait-il les identifier, maîtriser les facteurs clés de succès et développer les stratégies appropriées suivant notre positionnement et la configuration du champ concurrentiel.

Aujourd'hui il y a un plan d'affaire stratégique qui sert de base pour le déploiement de nos activités.

Nous avons une activité de veille qui nous permet d'observer les tendances macro et micro de l'environnement.

Nous faisons des choix tactiques comme la mise en place de partenariats à divers niveaux pour le marché national comme pour le marché de l'espace UEMOA. Cela nous permet d'être présents et visible.

Le défi reste le financement, et là il faut une stratégie transformationnelle dans un environnement où les banques sont frileuses et ne font pas du tout confiance aux entreprises, le coût et l'accès au financement sont des barrières à la croissance.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Revenons à votre parcours professionnel. En 2006, après une carrière déjà riche, vous décidez de créer « Banca Engineering ». Cette création d'entreprise est-elle la résultante d'une insatisfaction professionnelle ou une volonté de proposer une offre singulière au marché ?

J'ai une passion pour la créativité et la libre entreprise d'une part, et j'ai noté un besoin dans le secteur des BTP à l'issue de mon expérience professionnelle d'avoir des bureaux d'études africains de taille, et capable d'offrir de la qualité et d'assurer leur pérennité.

Aussi, ayant été prioritairement dans la réalisation et dans les entreprises de construction, les projets d'exécution comportaient dans les années 2000, souvent des faiblesses et ce qui confirme le besoin d'avoir des bureaux d'études capables de capitaliser le savoir et d'évoluer en compétence.

En créant BANCA ENGINEERING, je répondais à une nécessité de qualité dans les processus de réalisation des projets. Mais il n'était pas sûr que cela constitue un marché potentiel. Il fallait une transformation des mentalités pour prioriser l'assurance qualité dans la mise en œuvre des projets. Et ça c'est un autre débat. Je pense que cela a constitué le point faible dans notre « stratégie concurrentielle » : la connaissance de son marché, la segmentation et l'adaptation.

La fragilité des bureaux d'études en Afrique réside dans l'absence de synergie, la capacité à maintenir les collaborateurs et la faiblesse de l'environnement (politique, social et législatif).

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Pouvez-vous nous présenter votre entreprise ?

BANCA ENGINEERING est un bureau d'études techniques qui intervient dans l'ingénierie des projets de construction, et les activités de Maîtrise d'œuvre de projets de construction et les missions d'expertises, audit et coordination de travaux.

La société créée en 2006, a démarré ses activités en 2007. Elle a, par sa stratégie et compte tenu du marché un effectif global de 12 ingénieurs, techniciens et agents de maîtrise dans les fonctions support. Elle recrute des experts pluridisciplinaires pour réaliser ses missions. Le chiffre d'affaire moyen de la société en 2017 est de 120 millions de FCFA, après avoir connu un pic de 220 millions en 2009, à cause d'une baisse d'activités à partir de 2014.

La société a développé à partir de 2014 une stratégie de recherche et développement qui lui a permis d'initier des activités complémentaires lié au secteur BTP :

- Le diagnostic et les mesures non destructifs appuyés par des équipements de pointes
- Le développement d'applications pour le secteur dont le premier mis sur le marché est : « **le-conseillerdubetp** », qui a pour vocation d'être une plateforme dans l'espace UEMOA pour l'accès aux professionnels qualifiés, à l'information et sensibilisation sur les normes, règlement et solutions d'experts pour tous usagers du bâtiment et des infrastructures BTP. Par exemple en étant sur cette plateforme, les innovations peuvent s'enregistrer et être notifiée instantanément ; les appels d'offres vous sont notifiés, et vous avez accès aux professionnels compétents.
- Le développement d'un centre de compétence BTP qui s'est révélé comme une nécessité suivant notre étude, car les professionnels n'ont pas l'opportunité de se perfectionner ou d'être orienté sur les professions émergentes.

BANCA ENGINEERING a obtenu une distinction de premier prix dans le cadre de la compétition de plans d'affaires organisée par le PCCI (Projet de compétitivité et de croissance intégrées) pour le compte de la République du Bénin en partenariat avec la Banque Mondiale, pour le « PROJET DE DEPARTEMENT D'INSPECTION, D'EXPERTISE ET DE CONTROLE QUALITE PAR LA DETECTION NON DESTRUCTIVE ET D'ASSISTANCE A LA GESTION DU PATRIMOINE BATI. ».

Au Bénin la société fait toujours face à des difficultés de marché compte tenu d'un bouleversement de l'environnement et des modes d'accès au marché, où la compétence en mobilisation de financement extérieur pour des marchés en PPP (Partenariat Public Privé) est un facteur clé de succès important.

Aussi sur la base de partenariat ciblé avec les bureaux d'études de certains pays clés de la zone UEMOA ou le mode de marché traditionnel est en bonne place, la société obtient des résultats encourageant au Togo, en Côte d'Ivoire et au Sénégal.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Quels sont les principaux obstacles auxquels doit faire face l'entrepreneur au Bénin ? Et comment y faites-vous face ?

De mon expérience, les obstacles clés que je note sont liés à l'environnement et indépendamment du secteur d'activité et de la concurrence, l'organisation du secteur.

Ainsi donc, en voulant s'engager au Bénin, il faudra analyser concrètement le PESTEL et identifier les risques, étudier les forces en présence et les rivalités.

Dans tous les cas, il faut sécuriser ses partenariats juridiquement avec de bons conseils, minimiser les risques fiscaux et s'assurer d'avoir un personnel bien recruté et suivi par rapport aux lois sociales.

Pour y faire face, nous apprenons, mais il faut noter que le défaut de confiance ralentit la croissance des entreprises et les projets de pérennité.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Qu'est ce qui singularise votre entreprise par rapport aux autres acteurs du marché ?

C'est la dimension sociale du dirigeant, qui essaye de s'appuyer sur la doctrine sociale de l'Eglise Catholique, avec des hauts et des bas.

En outre il y a notre ouverture sur l'extérieur qui nous donne un potentiel de marché futur considérable. Notre grande difficulté est le financement et l'absence de politique pour accompagner la croissance des entreprises au Bénin et en Afrique.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Quels conseils donneriez-vous à un alumni de la Sorbonne Business school qui ambitionne d'entreprendre au Bénin ?

Première des choses, appréhender le marché, ensuite, protéger son modèle d'affaire, asseoir une bonne base juridique à sa société en cas d'association, mettre en place un plan de gestion fiscale rigoureux, formaliser les relations avec les partenaires sociaux (salariés) voire externaliser les emplois non spécifiques et avoir une veille permanente.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Le continent africain souffre de son manque d'infrastructures selon le rapport annuel de la BAD. Il faudrait investir aux moins 170 milliards de dollars par an. Nos Etats sont endettés et les bailleurs de fonds sont de plus en plus exigeant s'agissant de leur concours. Pour remédier à cette situation, la solution ne passe-t-elle pas par le recours aux partenariats public privé ?

PARCOURS ENTREPRENEUR

Le recours au partenariat public privé (PPP) est une voie sérieuse pour capter les ressources (capital et compétence) et atteindre des niveaux d'investissement conséquents.

Mais notons déjà avec l'expérience de nations occidentales qui l'ont expérimenté en premier qu'il y a beaucoup de risques liés à la théorie de l'agence et à la gestion de ces contrats. En outre les états et leurs représentants ne sont pas suffisamment outillés pour maîtriser et gérer les risques de ces types de contrat. Il faut des spécialistes et là aussi se pose le problème du jeu des acteurs que nos états n'ont pas les moyens de contrôler. Nous sommes face à un dilemme où nous avons échoué dans la gestion des projets par le mode de passation des marchés traditionnels : appel d'offres et le modèle des PPP où le privé apporte le financement, exécute et exploite pour le compte de l'Etat, l'Etat perdant ainsi le contrôle au niveau du coût social.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : L'Afrique abritera quelques 2,6 milliards d'habitants d'ici 2050. Quelles doivent être selon vous les priorités en terme d'infrastructures ?

L'Afrique a d'énormes défis à relever en même temps : La pauvreté, l'éducation, la santé, l'assainissement et l'accès à l'eau potable, le transport, la communication et la sécurité.

Elle a longtemps axé son développement sur le secteur primaire (production agricole et extraction de matière première) le plus souvent dépendant de filières extérieures, donc subissant les chocs exogènes. Avec le boom de la population irréversible, les changements climatiques et la globalisation, les priorités de nos pays doivent être en grappes dans l'éducation (formation professionnelle, entrepreneuriale et dans les sciences et techniques de la créativité et de l'innovation) , la santé et l'information (Infrastructures de Télécommunication) pour le développement des services à valeur ajoutée associés ; l'énergie, le transport et la logistique (pour développer la transformation industrielle et les chaînes logistiques associées).

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : Revenons à votre formation, quel souvenir en gardez-vous ? Recommanderiez-vous le MBA de la Sorbonne Business School ?

J'ai beaucoup apprécié la formation dans sa globalité car toutes les dimensions du management sont importantes et doivent être appréhendées par le dirigeant d'entreprise même si dans l'entreprise, des spécialistes s'en occupent. Toutefois, il y a le domaine de la stratégie d'entreprise qui m'a passionné, et je note que c'est la grande faiblesse de nos entreprises et leaders en Afrique. Ensuite la dimension du leadership et sa compréhension.

PARCOURS ENTREPRENEUR

Cette formation avec son volet « leadership journey » qui s'est étalé sur tout le cursus avec des enchaînements pratiques m'a permis de comprendre que le leadership se construit sur la maîtrise du rôle du leader et le développement de compétences en leadership. C'est un apprentissage continu et la formation nous a donné les moyens pour choisir parmi les types de leadership, les associations qui pourraient convenir à nos défis. J'aime beaucoup le leadership transformationnel.

Club Afrique - Alumni Sorbonne Business School : [Merci pour le temps consacré à cet entretien.](#)

C'est moi qui vous remercie pour cette opportunité et je me propose de contribuer en des articles dans vos prochaines parutions.

« Investir au CAMEROUN, Terre d'attractivités » ... on se souvient de ce slogan qui donnait le ton de la Conférence placée sous la houlette du chef de l'Etat en 2016, dont l'objectif était bien sûr, d'attirer les investisseurs étrangers, ou pour parler institutionnel, booster l'investissement direct étranger (IDE), en mettant en avant les atouts de notre pays. En effet, il est incontestable de dire que le Cameroun bénéficie de divers atouts, notamment au plan naturel (climatologie, reliefs, ressources minières et énergétiques, ressources humaines, etc.), qui en font un pays à fort potentiel de développement.

C'est bien là la question, le nœud de la problématique : Comment « transformer l'essai » comme disent les joueurs de rugby, c'est-à-dire, comment passer du potentiel à l'existentiel, de ce qui pourrait ou devrait être à ce qui est...

A l'aune de la tenue du prochain « Cameroon Business Forum » (CBF), nous pensons que la réponse ou tout au moins, l'une des solutions généralement admises aujourd'hui à la question sus évoquée, réside dans le déploiement ou le renforcement du secteur privé, c'est-à-dire, de l'entrepreneuriat.

A cet effet, il s'agit dorénavant de privilégier l'un des vecteurs de développement de l'entreprise qu'est le Partenariat sous toutes les formes, dont l'investissement. C'est dans ce sens que l'actuel président de la Banque africaine de développement (BAD) déclarait récemment « Je ne cherche pas de l'aide pour l'Afrique. Ce que je cherche, ce sont des investissements pour l'Afrique ».

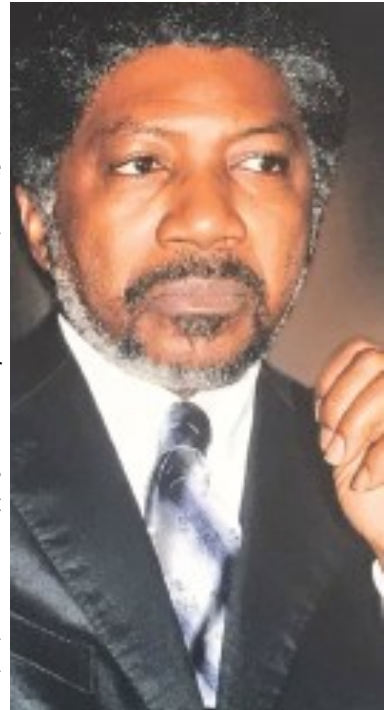
A notre avis, cette déclaration du nouveau président de la BAD, marque la démarcation ou l'évolution de posture attendue par l'Afrique/les Africains, dans la perspective du démarrage d'un réel développement économique. De la sorte, et conséquemment, il est tout aussi attendu de la part des « partenaires au développement » (PAD), la révision de la perception qu'ils ont de l'Afrique et de ses besoins, et surtout de la façon dont ces besoins peuvent et doivent être adressés. Il est donc question de changer de paradigme, ou de « logiciel », dira-t-on aujourd'hui...

Par rapport à cette nouvelle vision, l'approche par l'aide au développement, au vu de ses résultats plutôt mitigés, doit être remise en cause, c'est-à-dire, requalifiée dans ses objectifs et son « modus operandi », tant il est vrai qu'il ne s'agit plus actuellement de « stratégie de lutte contre la pauvreté », mais de « stratégie de recherche de la croissance pourvoyeuse de prospérité ».

L'investissement (direct) permet non seulement de mieux cibler l'apport des partenaires, mais aussi et surtout de permettre à chacune des parties (public/privé) d'y trouver un intérêt direct. C'est là, ce que l'on entend réellement par « win-win » ou « gagnant-gagnant ». En **première leçon** :

Nous retenons (faut-il encore le rappeler) que dans un contexte de libéralisme économique, la croissance avec ses effets attendus notamment au niveau social, ne saurait être envisagée sans le développement de l'entreprise. Cependant, comme tout être organique, l'entreprise a besoin d'un environnement propice pour se constituer, se mouvoir et se développer.

En d'autres termes, il n'y a pas d'attrait d'investissements sans un environnement adéquat et circonstancié. Si tant il est vrai que l'environnement des affaires procède du cadre dans lequel les entreprises exercent leurs activités. Cela se pose avec d'autant plus d'acuité quand il s'agit d'investissement étranger dans le contexte actuel caractérisé par la mondialisation, voire la globalisation d'une part, et les Accords de partenariat économique (APE) pour certains pays, d'autre part. Nous sommes là dans un contexte de rude compétition, c'est-à-dire qu'il faut être compétitif pour vivre, pour résister face aux pressions/attaques des concurrents sur le(s) marché(s) international (aux).



Jean-Claude EBE-EVINA
Administrateur de banques
MBA, IAE PARIS, 1986

Deuxième leçon : il est besoin d'un « environnement des affaires » efficace pour attirer (encourager) les investisseurs. Le DCED (Comité des Bailleurs pour le développement des entreprises) définit l'environnement des affaires comme l'ensemble des conditions politiques, légales, institutionnelles et réglementaires qui régissent les activités des entreprises.

Il s'agit d'un sous-ensemble du climat d'investissement comprenant les mécanismes administratifs et dispositifs de mise en application par lesquels est mise en œuvre la politique du gouvernement, ainsi que les accords institutionnels qui influencent la manière d'agir des acteurs clés (agences gouvernementales, autorités de réglementation, organisations professionnelles, etc.). Pour parler simple, l'environnement des affaires en tant que cadre de déploiement doit répondre aux attentes des opérateurs économiques, en termes de facilitations. Pour être plus précis et pouvoir élaborer davantage, peut-être faudrait-il apporter plus de précisions sur la question au plan conceptuel. Parlons d'abord de l'environnement en tant qu'« espace conceptuel gigogne ». A titre d'illustration, dans l'environnement mondial/global, il y a entre autres par exemple, l'environnement africain, dans lequel il y a entre autres l'environnement sub-saharien, dans lequel il y a entre autres l'environnement sous-régional CEMAC, dans lequel il y a entre autres l'environnement du Cameroun, dans lequel il y a entre autres l'environnement (de chacune) des régions, dans lesquels il y a entre autres l'environnement des villes qui les composent, dans lesquelles il y a l'environnement (particulier) de certains quartiers. Ces environnements gigognes s'emboîtent les uns dans les autres en commençant par l'environnement le plus immédiat jusqu'à l'environnement mondial, qui est l'environnement de tous les environnements en tant qu'environnement global. La sensibilité ou la perception de l'opérateur économique à l'environnement sera fonction de son positionnement et de sa taille, de son ambition en termes de croissance, c'est-à-dire, de plan de développement.

Par la suite, notons que l'environnement est « un construit conceptuel » complexe et dynamique qui a comme première composante l'ensemble des individus qui s'activent à l'intérieur de cet environnement. L'environnement en tant que « construit conceptuel » existe aux seules fins de nous aider à mieux comprendre et à mieux maîtriser différents phénomènes existentiels, par exemple, le monde des affaires. Nous sommes tous, que nous le voulions ou non, partie prenante de l'environnement, nous l'influons dans une certaine mesure et nous subissons en contrepartie son influence.

Généralement, plus l'environnement est rapproché (par rapport à l'environnement mondial), plus nous l'influons et subissons son influence, et vice versa. L'environnement est aussi un « système de forces inter reliées et interdépendantes ». Dans ce sens, il est composé d'une multitude de « forces » enchevêtrées, les unes avec les autres, les unes dans les autres. Ces forces inter reliées et interdépendantes présentes dans l'environnement peuvent être divisées en deux catégories :

1. Les forces dites contextuelles (associés au macro environnement) : la composante sociodémographique, la composante socioculturelle, la composante technologique, la composante économique, la composante politique, la composante juridique, la composante climatique, la composante écolo environnementale, la composante touristique, la composante situationnelle, etc.
2. Les forces dites structurelles (associées au micro environnement, c'est-à-dire au secteur des affaires dans lequel on veut opérer) : les clients du secteur (ils constituent le marché ou les marchés et ils génèrent la demande), les concurrents (composé de différents groupes stratégiques), les fournisseurs, les intermédiaires, les substituts, les barrières à l'entrée, les nouveaux arrivants, etc.

A noter : Les forces contextuelles et structurelles agissent, dans un mouvement sans fin, les unes sur les autres, les unes avec les autres et vice et versa.

Si l'on fait exception des forces dites « naturelles », la majorité des forces qui sont et font l'environnement sont impulsés (directement ou indirectement) par les individus existant dans l'environnement.

Environnement (des affaires au Cameroun) vs attrait des investissements

Chaque « environnement spécifique » influence et est influencé (directement ou indirectement) par l'environnement mondial/global et par la totalité des environnements spécifiques qui compose l'environnement mondial/global. Qu'en est-il donc de l'environnement et du monde des affaires. Dans un contexte d'affaires, les individus qui sont partie prenante de l'environnement sont par définition, des producteurs et des consommateurs.

A ce titre, en tant qu'acteurs de l'environnement des affaires, nous l'influons dans une certaine mesure et nous subissons en contrepartie son influence.

C'est dans cet environnement que les consommateurs expriment leurs besoins et où les producteurs observent et s'attèlent à décrypter ce que l'on appelle en marketing le « comportement des consommateurs » susceptible d'influer sur la structuration des produits et services offerts sur le(s) marché(s).

Par suite, l'environnement devient le lieu où l'on trouve des opportunités d'affaires, pouvant ainsi être à l'origine de la création d'entreprises. Notons aussi que l'environnement est de nos jours extrêmement mouvant.

ON EN PARLE

- ◆ La première réunion de l'antenne Bénin du Club Afrique - Sorbonne Business School Alumni s'est tenue à Cotonou le 13 avril au restaurant « **La case** ». Ce fut l'occasion pour les personnes présentes de faire connaissance et de découvrir les objectifs et mode de fonctionnement de l'antenne locale. Les alumni résidant au Bénin ou de passage dans ce pays peuvent se rapprocher des référents locaux : **Astrid AGBOTON** (MBA IAE Paris Sorbonne Business School) et **Marius BAKPE** (MBA IAE Paris Sorbonne Business School).
- ◆ Air France dont le Directeur général est **Franck TERNER** (MBA IAE Paris Sorbonne Business School) , desservira à partir de cet été Nairobi , à raison de 3 vols par semaine en B-787. au départ de Paris CDG. Le nouveau vol Air France vers Nairobi offre des correspondances vers 26 destinations africaines desservies par Kenya Airways. Cela portera à 51 destinations l'offre du groupe Air France-KLM en Afrique.
- ◆ La Reine Maxima des Pays- Bas, s'est récemment rendue au Nigéria en sa qualité de représentante spéciale du Secrétaire Général des nations unies pour la finance inclusive pour le développement. Elle a consacré plusieurs heures de son séjour, à visiter la société MEDSAF créée à Lagos par **Vivian Nwakah** (MBA IAE Paris Sorbonne Business School) sur les enjeux de l'industrie du médicaments en Afrique de l' Ouest.
- ◆ Le club Afrique organise le 29 juin 2018, un dîner au restaurant [La Villa Maasai](#) : 9 Boulevard des Italiens, 75002 Paris (Tél : 01 42 33 16 03).

PROMOTION DES ALUMNI IAE PARIS EN AFRIQUE

Nous avons sélectionné une trentaine de profils les plus représentatifs.

Sources : presse+ retour des alumni

Validation profil : annuaire des anciens de l' IAE Paris.

Période : 30 décembre 2017 - 30 mars 2018.

Profils sélectionnés : Top et middle management

- ◆ **Jean-Claude SIDIBE (DESUP Affaires Internationales - IAE "Paris Business School)** a été nommé Ministre des sports du nouveau gouvernement du Mali en décembre 2017.
- ◆ **Marie Yebga Hot (Docteur en pharmacie et MBA IAE Paris Business School)** a été promue en mars 2018 : **Marketing and Operations Manager Sub Saharan Africa Area** du groupe pharmaceutique **Pierre Fabre**, avec résidence Dakar au Sénégal.
- ◆ **Rose Kayi Mivedor (MBA IAE Paris Sorbonne Business School)** est devenue fin mars 2018, la nouvelle directrice générale d' Orabank- Gabon. Forte de plus de 15 ans d'expériences dans le secteur bancaire, couronnées par de bonnes performances au Togo. Le groupe Orabank attend d'elle un renforcement de la capacité de mobilisation des ressources en vue de soutenir la croissance des activités et répondre aux exigences réglementaires.

PROCHAINE NEWSLETTER : Juin 2018

La newsletter sera disponible aux personnes inscrites sur <https://www.linkedin.com/groups/6534255> ou à défaut, qui auront retourné par mail à club.afrique@yahoo.com : leur nom , prénom, email , année de promotion et dénomination du diplôme obtenu.

PROCHAIN CAFÉ AFRIQUE : 14 mai 2018

Thème

Une soirée afin de vous permettre d'élargir votre réseau, de bénéficier de conseils d'experts et d'échanger sur des questions d'actualité relatives au continent africain.

**Le 14 mai 2018, le Club Afrique de l'Alumni IAE de Paris
vous convie au Café Afrique**

ANIMATEUR

Macaire LAWIN, Président du Club Afrique (IAE Paris Alumni)

DÉROULEMENT DE LA SOIRÉE

18h45 - 19h00 : Accueil des participants

19h00 - 20h30 : Discussions

LIEU

Café « [Le Capitole](#) » - 105 Boulevard de Sébastopol 75002 Paris - Métro : Réaumur-Sébastopol

Inscriptions obligatoires: [Réservation Soirée Club Afrique du 14 mai 2018](#)

Remise des diplômes - 5 avril 2018



Les professeurs ... &



Éric Lamarque - Directeur de l'IAE Paris Sorbonne Business School

POUR CONCLURE...

Notre citation du jour :

« Africa is the **fastest-growing** economic region in the world. This is the **right place** to invest »



Aliko DANGOTE

*President and CEO, DANGOTE GROUP
Co-Chair of the World Economic Forum on Africa*

Club Afrique IAE de PARIS

Comité de rédaction

M. Macaire Lawin : Président Club Afrique

M. Léon Fodzo : Vice Président

Mme. Anne-Isabelle N'Guessan : Secrétaire Générale

Nous contacter : club.afrique@yahoo.com

Les personnes intéressées par un entretien ou une contribution doivent se rapprocher

de: **M. Léon FODZO**

Email lfodzo@yahoo.fr et/ou club.afrique@yahoo.fr

Téléphone : 06 84 89 30 34



UNIVERSITÉ PARIS 1 PANTHÉON SORBONNE
IAE PARIS
SORBONNE BUSINESS SCHOOL