

Afrique 

L'entrepreneuriat féminin en Afrique à l'ère du numérique

en partenariat avec Orange
Afrique et Moyen-Orient

Mai 2024

SOMMAIRE

INTRODUCTION	p. 03
I. ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN AFRIQUE : DÉFIS ET OPPORTUNITÉS	p. 04
II. ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN AFRIQUE : RECOMMANDATIONS	p. 05
III. ELLES ONT PRIS LA PAROLE	p. 06

INTRODUCTION

La quatrième édition du Choiseul Africa Business Forum s'est tenue les 16 et 17 novembre 2023 à Casablanca. À cette occasion, une rencontre inédite à l'initiative d'Asma Ennaifer, Directrice exécutive RSE et communication d'Orange Afrique et Moyen-Orient, et animée par Tilder, a réuni un groupe de huit femmes africaines issues du monde du numérique pour penser l'impact de ce dernier sur l'entrepreneuriat féminin en Afrique.

« Notre combat, c'est celui de l'inclusion en Afrique. Au-delà de notre rôle économique d'opérateur des télécommunications, nous avons l'ambition d'avoir un impact sur l'inclusion numérique », a déclaré en guise d'introduction Jérôme Hénique, le Directeur général d'Orange Afrique et Moyen-Orient. Et d'ajouter : « Pour Orange, favoriser l'accessibilité des femmes et leur inclusion dans le numérique est primordial ».

C'est dans ce cadre que les huit participantes se sont rassemblées le temps de quelques heures pour penser collectivement l'avenir du continent africain à travers un sujet transversal, à savoir l'inclusion numérique en Afrique, et une question d'une importance capitale pour le développement futur du continent : comment promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Afrique ?

Ces huit femmes, issues de parcours et de divers horizons, avaient comme point commun de partager une conviction analogue : le numérique est aujourd'hui un facteur d'émancipation puissant pour les femmes africaines malgré toutes les difficultés qui continuent à exister.

Cette rencontre autour d'**Asma Ennaifer**, Directrice exécutive RSE et communication d'Orange Afrique et Moyen-Orient, **Afaf Aboudoulama**, Présidente de Catleya, **Sephora Amoussa**, Directrice des opérations de RightCom, **Fatoumata Bâ**, Fondatrice & Présidente exécutive de Janngo, **Hapsatou Doro**, Directrice générale de Digital Society Agency, **Claudia Malangue**, Directrice des alliances stratégiques d'Oracle, **Marjorie Saint Lot**, Directrice générale du Ghana et de Côte d'Ivoire chez Uber et **Patricia Veringa-Gieskes**, Directrice générale en République Démocratique du Congo de The Job Factory, a été l'occasion de partager leur perspective en tant que femmes engagées au service du continent.

En rassemblant des femmes référentes dans leur secteur, fortes d'une expertise et d'une riche expérience, la volonté d'Orange était aussi de tracer la voie pour les autres, là où la nécessité de faire corps et de faire preuve de sororité a été plusieurs fois mentionnée au cours des échanges.

Autonomisation des femmes, émancipation, développement économique, acculturation aux outils numériques, formation, *empowerment*... Leur vision commune est celle d'une Afrique où les femmes ne sont pas seulement consommatrices de la révolution numérique, mais en sont également les actrices, dans l'objectif d'en être demain le fer de lance.

Après avoir dressé un bilan des défis existants et des leviers d'action possibles, les participantes ont émis des propositions concrètes visant à renforcer la présence et l'impact des femmes dans le paysage numérique africain.

« Pour Orange, favoriser l'accessibilité des femmes et leur inclusion dans le numérique est primordial »

Jérôme Hénique,
Directeur général d'Orange Afrique et Moyen-Orient



ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN AFRIQUE : DÉFIS ET OPPORTUNITÉS

La révolution numérique a indéniablement redéfini le paysage économique mondial, offrant des possibilités sans précédent pour stimuler l'innovation, favoriser l'inclusion et surtout révolutionner la création de valeur. L'entrepreneuriat féminin est sans doute l'un des domaines où l'impact de cette révolution est le plus palpable, en particulier en Afrique où le numérique crée des opportunités inédites pour l'émancipation des femmes.

Au-delà du continent africain, pour les femmes, qu'elles soient en Afrique, au Moyen-Orient, en Europe, ou en France, la parité est difficile à atteindre dans les métiers techniques malgré leur réussite lorsqu'elles s'y essaient. Pour preuve, selon une étude de l'UNESCO, les femmes représentent moins de 30% des chercheurs dans les domaines de la science, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM). Ce faible pourcentage, illustre le défi auquel les femmes font face pour accéder à ces secteurs.

Aux yeux des participantes, le faible engagement des femmes dans ces domaines s'explique notamment par les limites qu'elles s'imposent. Il s'agirait d'un plafond de verre auto-imposé qui entrave la progression des femmes et par conséquent le développement de l'entrepreneuriat féminin. Observé à l'échelle mondiale, ce phénomène appelle à un sursaut sociétal à même de susciter des vocations chez les jeunes filles dès la petite enfance, en les encourageant à investir dans ces domaines.

Le continent africain témoigne d'ailleurs de sa prédisposition à une transformation numérique globale. Comme le relève la Banque Mondiale, l'Afrique est le deuxième marché de téléphonie mobile le plus important au monde en nombre d'abonnés. Il s'agit d'un exemple, parmi d'autres, qui illustre le potentiel du continent pour réussir sa transformation numérique.

Selon les participantes, reconnues pour leur expertise dans le domaine, les entreprises africaines, notamment celles dirigées par des femmes, sont d'ores et déjà prêtes à adopter les nouvelles technologies. Encore faut-il promouvoir une éducation inclusive au numérique, tant la maîtrise des outils de base tels que Word ou Outlook, demeure, selon les spécialistes, un défi majeur à l'échelle du continent.

Au-delà de l'utilisation des réseaux sociaux et des applications de messagerie instantanée, telles que WhatsApp, Facebook et Instagram, l'accessibilité et l'utilisation des outils numériques sophistiqués, particulièrement dans les régions rurales et les zones enclavées, sont encore limitées. Si l'Afrique compte un nombre conséquent (2^e au niveau mondial) d'abonnés à la téléphonie mobile, il n'en demeure

pas moins que plus de deux tiers de la population africaine ne dispose pas d'un accès à Internet, d'après l'Union Internationale des Télécommunications.

À l'ère du numérique, ce paradoxe appelle à l'action, d'autant plus que « *l'accès à Internet est devenu vital pour la libre circulation de l'information* », selon l'UNESCO. À cet égard, les participantes soulignent que l'accès à l'information à l'échelle du continent représente un défi majeur, d'autant plus qu'il freine le potentiel de l'entrepreneuriat féminin. Cette situation nécessite une action concertée en vue d'élargir l'accès aux technologies de l'information et de la communication (TIC).

Si le numérique cristallise autant d'espoirs pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin, c'est parce qu'il semble d'abord plus facile d'accès pour les femmes souhaitant s'y engager, du fait des faibles barrières imposées à l'entrée comparé à d'autres secteurs étant davantage exigeants et discriminants.

Le numérique est plébiscité pour sa faculté à favoriser l'indépendance économique des femmes, tout en leur garantissant une certaine flexibilité leur permettant d'assurer un équilibre entre vie professionnelle et vie privée. De plus, le numérique s'avère être un environnement propice pour stimuler et dynamiser l'entrepreneuriat féminin. En offrant aux femmes des opportunités d'accessibilité, de visibilité et de réseautage accrues, le numérique répond à des problématiques souvent liées à leur position sociale.

Une solidarité insuffisante entre les femmes entrepreneures peut cependant constituer une contrainte significative. À cet égard, les participantes ont souligné l'importance de promouvoir les relations d'affaires entre les femmes, chaque entrepreneure bénéficiant ainsi de la mise en avant des entreprises dirigées par d'autres femmes.

Selon les participantes, bien que les hommes montrent de plus en plus d'intérêt à soutenir les femmes, les stéréotypes de genre persistent, soulignant la nécessité d'un changement de mentalité. En ce sens, elles ont insisté sur la nécessité d'aller au-delà des simples quotas pour favoriser véritablement l'inclusion, tout en encourageant une prise de conscience constante et soutenue, qui est indispensable pour améliorer la représentativité des femmes dans les postes de direction.

Lors de leurs échanges, les participantes ont souligné que la numérisation et l'entrepreneuriat féminin en Afrique doivent être façonnés par le contexte local plutôt que par une simple transposition des modèles occidentaux. D'après elles,

L'Afrique a toujours été caractérisée par une forte tradition de collaboration et de partage, et il est indispensable de préserver ces valeurs dans le cadre de la transformation numérique.

En effet, les espaces de partage et de collaboration ont toujours été essentiels pour les femmes entrepreneures en Afrique. Des lieux comme les arcades ou les Orange Digital Center qui offrent des opportunités pour l'échange d'idées et la création de réseaux, sont des éléments clés de cet écosystème. Ces espaces doivent être intégrés dans le développement numérique, plutôt que d'être éclipsés par des modèles conçus ailleurs et transposés à l'échelle continentale.

Pour les participantes, la femme africaine dispose d'une identité pouvant offrir des opportunités uniques dans le monde des affaires. Loin d'être un obstacle, cette identité

présente un atout, ouvrant des portes et facilitant l'accès à certaines opportunités. Cela souligne la nécessité de valoriser et de capitaliser sur cette identité dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin, d'autant plus que l'environnement actuel semble lui être favorable.

En effet, les participantes ont souligné que les femmes entrepreneures ont désormais un accès plus facile au financement, en particulier au stade d'amorçage de leurs projets entrepreneuriaux.

Pour illustrer cet optimisme, un rapport de la Banque africaine de développement indique que les femmes africaines manifestent une propension plus importante que les hommes à l'égard de la création d'entreprises. Cette donnée met en exergue le potentiel significatif du continent en termes d'entrepreneuriat féminin et accentue l'importance cruciale de soutenir cette dynamique croissante.

II.

ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN AFRIQUE : RECOMMANDATIONS

Dans l'objectif de développer l'entrepreneuriat féminin en Afrique, les participantes ont proposé une série de mesures. Ces recommandations s'articulent autour de deux axes stratégiques, à savoir la formation et le networking :

1 / LA FORMATION COMME SOCLE DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

- **Répertorier les programmes de soutien** : élaboration d'un répertoire centralisé de tous les programmes à disposition des femmes dans le numérique, à l'échelle du continent et au-delà, afin d'améliorer la diffusion et l'accessibilité des ressources.
- **Faciliter l'accès aux ressources** : mise en place d'une plateforme numérique pour centraliser et simplifier l'accès aux ressources utiles à destination des femmes entrepreneures.
- **Développer les compétences des femmes** : proposer des formations professionnelles en format hybride, c'est-à-dire des formations numériques et physiques, pour soutenir l'acculturation numérique des femmes adultes, à l'image des Orange Digital Center.
- **Former les prochaines entrepreneures dès le jeune âge** : susciter des vocations chez les jeunes filles dès l'école primaire, en mettant en place des cours d'initiation à l'entrepreneuriat et aux métiers du numérique, et construire des écoles dédiées à ces thématiques.

2 / IMPULSER UNE DYNAMIQUE SOCIÉTALE AU SERVICE DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

- **Impulser une communauté africaine mieux formée** : mise en place d'une communauté animée et solidaire de femmes entrepreneures dans le numérique qui mène le chantier de la formation à l'entrepreneuriat et au numérique.
- **Créer une plateforme panafricaine de valorisation** : proposition d'une plateforme à l'échelle panafricaine pour la valorisation des produits des entrepreneures, pour une meilleure visibilité au niveau local, continental et international.
- **Encourager la création de valeur** : mettre l'accent sur la monétisation et identifier les besoins du monde du numérique pour mieux orienter les femmes vers les métiers du numérique demandés et éviter la saturation de certains secteurs.
- **Favoriser la politique des quotas** : soutien à l'établissement de quotas pour augmenter la représentation féminine dans le secteur numérique, notamment au niveau des instances dirigeantes.
- **Représenter les intérêts de l'entrepreneuriat féminin** : étudier le rôle qu'Orange pourrait être amené à jouer auprès des pouvoirs publics pour les encourager à soutenir l'entrepreneuriat féminin et l'accès aux outils numériques.



ELLES ONT PRIS LA PAROLE

ASMA ENNAIFER

est Directrice exécutive RSE et communication d'Orange Afrique et Moyen-Orient



- Elle est diplômée de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne en Organisation et gestion des ressources humaines, ainsi que d'un DEA en Politique générale des organisations de l'Université Paris-Dauphine PSL ;
- Elle débute sa carrière au sein de TUNISAIR en tant que Directrice de la communication corporate ;
- Elle rejoint Orange en 2010 en qualité de Chief external relations, CSR and Innovation Officer avant de devenir Directrice du réseau des Orange Digital Centers, poste qu'elle occupe encore à ce jour en parallèle de son rôle de Directrice Executive RSE et communication.

AFAF ABOUDOLAMA

est Présidente de la société de marketing sportif Catleya



- Elle a débuté sa carrière en 2005 comme Responsable développement réseau chez Lollipops Paris. Elle restera jusqu'en 2017 en charge du développement du réseau de franchises et succursales à l'international de cette même entreprise ;
- En 2020, elle devient productrice au sein des services Sport et Esport business de Forbes France. À partir de juillet 2022, elle devient journaliste pour la rubrique partenariats et contributions de Forbes Afrique ;
- En 2019, elle rejoint la société Catleya à Paris, dont l'ambition est de faire évoluer et rayonner les sportifs, notamment en Afrique.

SEPHORA AMOUSSA

est Directrice des opérations de RightCom



- Elle débute sa carrière en 2016 chez RightCom, groupe qui propose aux entreprises des solutions SaaS d'expérience client, en tant que Gestionnaire de relation client puis occupe successivement différents postes au sein de l'équipe de Customer Success Management ;
- Elle est diplômée d'un Master of Business Administration en Ressources humaines de l'ISM Adonai.

FATOUMATA BÂ

est Fondatrice & Présidente exécutive de Jango



- En 2007 elle rejoint France Télécom à Toulouse, où elle restera pendant deux ans chargée du développement des terminaux internes.
- En 2010, elle intègre l'entreprise Atos à Abidjan et y exerce des activités de conseil en numérique. En 2013 elle fonde Jumia, en Côte d'Ivoire, une plateforme de e-commerce dont elle est le CEO jusqu'en 2015, puis elle prend la direction de la filiale nigérienne de cette même entreprise en 2015. En 2016, elle prend le poste de directrice marketing du groupe ;
- En 2017 elle quitte Jumia pour fonder Jango, un startup studio, dont l'objet est d'aider au démarrage de start-ups. En 2018, elle réussit une levée de fonds à hauteur d'un million d'euros auprès d'acteurs tels que Soeximex, le pôle innovation métier de la famille Mulliez ainsi que la banque d'affaires européenne Clipperton, utile au lancement de l'activité ;
- Elle est également membre du Conseil d'administration de la banque d'affaires Southbridge, Présidente du Conseil d'administration Afrique d'Auchan Retail International, ainsi que du comité d'investissement de Creadev pour l'Afrique.



ELLES ONT PRIS LA PAROLE

HAPSATOU DORO

est à la fois dirigeante d'une agence et créatrice d'évènements aussi bien dans le monde du luxe que dans celui de la diplomatie



- En 2020, elle a fondé la Digital Society Agency à Paris ; Cette agence d'influence digitale et d'évènementiel haut de gamme nouvelle génération conseille des clients aussi bien en France que dans divers pays Africains ;
- En 2021, elle fonde une seconde initiative : Le forum du Luxe en Afrique Francophone, à Abidjan en Côte d'Ivoire ;
- En 2022, elle fonde le Dîner d'Affaires Diplomatique à Paris.

MARJORIE SAINT LOT

est Directrice générale Ghana, Côte d'Ivoire et Pakistan d'Uber



- Elle a occupé divers postes en audit et comptabilité entre 2002 et 2013 au sein d'entreprises comme PricewaterhouseCoopers, Penson Financial services, Transdev et CIBC Mellon.
- Entre 2015 et 2019, elle travaille pour le groupe Orange à Abidjan dans les services de Réseaux de distribution et de Stratégie développement ;
- Elle rejoint Uber en 2019 en tant que Responsable pays.
- Elle est membre du Conseil d'administration de Côte d'Ivoire Fintech Association depuis 2022 et d'Ecobank Côte d'Ivoire depuis 2023.

CLAUDIA MALANGUE

est devenue Directrice des alliances stratégiques d'Oracle



- Elle est diplômée d'un Bachelor en Business Development de la Novancia Business School ainsi que d'un Master en ingénierie d'affaires d'Euridis Business School ;
- Elle débute sa carrière en 2011 au sein de Sephora en tant que Formation Manager. Elle a également travaillé pour le groupe Adecco de 2013 à 2014, puis pour Amelkis solutions en tant que Sales representative ;
- En 2015, elle rejoint son entreprise actuelle : Oracle en tant que Sales representative en France, elle passera par divers postes et travaillera notamment à Malaga en Espagne.

PATRICIA VERINGA-GIESKES

est Directrice générale en République Démocratique du Congo de The Job Factory, première agence de recrutement en RDC qui entend relever le pari de la numérisation



- Après plus de 15 ans d'expérience professionnelle dans divers domaines aux Pays-Bas, en Belgique et en Afrique du Sud, Patricia Veringa-Gieskes retourne à Kinshasa en 2004, avec l'ambition de former les générations futures et faciliter la vie des entrepreneurs dans plusieurs domaines (les RH, la formation, la finance) ;
- Depuis 2011, elle est membre du conseil d'administration et présidente de la Commission nationale sociale de la Fédération des entreprises du Congo. Elle y préside également le comité des Services Privés de Placement ;
- En 2019, elle fonde ORACLES, une entreprise qui fournit des tests rapides pour le dépistage de diverses maladies et voudrait créer des laboratoires en zone rurale.

À PROPOS

CHOISEUL AFRICA

Choiseul Africa regroupe l'ensemble des activités initiées et portées par l'Institut Choiseul à destination du continent africain. Historiquement, ces initiatives ont été lancées en 2014 avec la création du Choiseul 100 Africa qui identifie et connecte, tous les ans depuis cette date, les 200 dirigeants économiques africains de moins de quarante ans les plus talentueux de leur génération.

CHOISEUL AFRICA REPRÉSENTE AUJOURD'HUI :

- Une communauté de réseau. Choiseul Africa connecte et fédère celles et ceux qui font l'Afrique de demain : des décideurs et des leaders d'opinion engagés formant une communauté audacieuse, influente et inspirante de près de 450 lauréats et alumni Choiseul 100 Africa, couvrant 50 pays sur les 54 que compte le continent.
- Une vision stratégique. Choiseul Africa crée des ponts en favorisant la circulation des idées entre les sphères économiques, publiques et institutionnelles pour bâtir des partenariats durables.
- Une mission de valorisation. Choiseul Africa identifie et fait rayonner les talents et les opportunités d'affaires, en s'inscrivant comme précurseur des grandes tendances économiques à l'œuvre. En ce sens, notre ambition est de contribuer au dynamisme économique de l'Afrique sur la scène mondiale en renforçant les relations, en stimulant les échanges et en animant une communauté de décideurs à même d'insuffler des changements à grande échelle.

ORANGE AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

Orange est présent dans 18 pays en Afrique et au Moyen Orient et compte plus de 153 millions de clients au 31 mars 2024. Avec 7,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2023, Orange MEA est la première zone de croissance du groupe Orange. Orange Money, son offre de transfert d'argent et de services financiers, est disponible dans 17 pays et compte plus de 90 millions de clients. Orange, opérateur multi-services, partenaire de référence de la transformation digitale apporte son expertise pour accompagner le développement de nouveaux services digitaux en Afrique et au Moyen-Orient.

