

Jérôme Hénique

DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ORANGE AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

Jérôme Hénique compte plus de 25 ans d'expérience dans le domaine des technologies de l'information et de la communication et le management d'opérateurs télécoms. Ces 12 dernières années, il a accumulé une riche expérience en Afrique et au Moyen-Orient. Depuis 2018, Jérôme Hénique est le Directeur Général Adjoint et le Directeur des Opérations d'Orange Afrique et Moyen-Orient, où il a piloté l'accélération de la croissance rentable d'OMEA, la transformation des opérations en structurant en particulier les efforts de mutualisation entre les pays.

En juillet 2022, il est nommé Directeur Général d'Orange Afrique et Moyen-Orient qui représente 18 pays et plus de 143 millions de clients.

Jérôme Hénique est diplômé de l'ENSPTT à Paris et de Sciences Po Paris.

L'ambition positive et déterminée des startups digitales africaines est communicative

Il y a quelque chose de profondément énergisant à voir ces jeunes pousses africaines prendre à bras le corps les problématiques essentielles rencontrées par le continent et y répondre en apportant des solutions innovantes. Pionnières d'un monde nouveau, « *d'une Afrique qui n'a rien à rattraper* » comme l'écrit l'économiste et philosophe sénégalais Felwine Sarr¹, ces startups s'emparent de sujets critiques tels que l'accès à l'eau, à l'éducation, à la santé, aux services financiers, à l'électricité... pour y répondre avec ingéniosité.

¹ Afrotopia, Felwine Sarr, Éditions Philippe Rey, 192 pages, 2016

Toutes ont en commun de partir des besoins essentiels et réels du marché, en tenant compte de ses spécificités et de s’y atteler la foi chevillée au corps, là où pouvoirs publics, institutions ou gouvernements n’ont pas encore trouvé les réponses idoines.

LA PUISSANCE CRÉATIVE DES ENTREPRENEURS DU CONTINENT

Ainsi, il faut une sacrée dose d’audace pour s’attaquer frontalement au problème du stress hydrique alors que probablement, des milliers de scientifiques à travers le monde cherchent déjà à l’endiguer depuis des années. Les fondateurs de Kumulus qui transforme « *l’air en eau potable* », ne se sont non seulement pas embarrassés de cette croyance limitante mais, au contraire, sont partis d’une réalité tangible – capter l’humidité – pour proposer une offre adaptée aux zones les plus reculées et au pouvoir d’achat des populations locales. En l’occurrence, un générateur capable de produire quotidiennement 20 à 30 litres d’eau potable à un coût très raisonnable.

Il est fastidieux de trouver un médecin ? Apprendre le code est la promesse d’un marché de l’emploi plus ouvert et rémunérateur ? Dans des pays enclavés la logistique et la connectivité doivent pouvoir atteindre les villages les plus reculés ? L’eau ne doit pas être un luxe ?

Autant de problématiques auxquelles la population du continent est confrontée régulièrement, voire quotidiennement, et ces entreprises, dont nous retraçons ici le parcours et la vision, ont toutes en partage de s’être demandé à un moment précis : « *Comment puis-je résoudre cette difficulté ?* »

La puissance créative digitale des entrepreneurs africains, doublée d’une insolente ingéniosité, est une réalité. Et n’a

rien à envier à celle des pays occidentaux où ils ont, pour certains, étudié avant de revenir confronter ou transposer leur savoir aux problématiques du continent. Animés d'un esprit de défricheurs, ils s'adaptent à un environnement où les paradigmes sont différents de ceux des pays occidentaux. Et cela force mon admiration. DabaDoc n'est pas une idée neuve mais Zineb Drissi Kaitouni, la co-fondatrice de cette plateforme est partie d'un postulat simple : l'accès aux soins est un droit fondamental mais surtout un préalable pour tout pays en développement. Elle a su s'ajuster au marché marocain avec pragmatisme et revendique désormais 8 millions d'utilisateurs dans ce pays mais également en Tunisie, en Algérie et en Côte d'Ivoire.

UNE AMBITION AUDACIEUSE

Je trouve admirable que chacune de ces startups cherche d'abord à contribuer véritablement à l'essor du continent avant d'être dans une quête du profit à tout crin. Certaines ont le potentiel de devenir des licornes dès demain, mais cherchent en premier lieu à bousculer cet écosystème de l'entrepreneuriat local, à le tirer vers le haut. Car voilà une autre donnée remarquable et commune : *a contrario* des idées reçues sur l'Afrique et une innovation dite « frugale », ces dirigeants se refusent catégoriquement à proposer des services « low cost ». Ils tiennent à s'aligner sur les meilleurs standards internationaux et y parviennent.

Ils nous prouvent chaque jour que leur champ des possibles ne connaît pas de limites. InstaDeep s'inscrit dans cette dynamique et je trouve extraordinaire qu'ils ambitionnent, rien de moins, que de faire de leur pays la Tunisie, LE hub mondial de l'Intelligence artificielle.

Ils ne craignent rien, ils avancent avec un niveau d'ambition, d'exigence et de normes les plus élevés.

Coûte que coûte, cette nouvelle génération de chefs d'entreprises avance, ne craint rien – à commencer par se tromper, défier les statistiques – et bousculer les marchés, allant jusqu'à structurer une économie qui, jusqu'à présent était informelle. C'est particulièrement visible dans le secteur bancaire, où des entreprises à l'instar de Julaya ont bouleversé la donne et accéléré la digitalisation, et par conséquent, l'accès aux services financiers d'un continent dont les taux de bancarisation sont assez contrastés, et qui, globalement, dispose d'une certaine marge d'amélioration en la matière, particulièrement dans les pays d'Afrique Sub-saharienne.

La connectivité est la clé de voute de ce changement fondamental. Elle fait intrinsèquement partie de l'ADN d'Orange. C'est pourquoi nous sommes fiers d'être l'un des maillons ainsi qu'un partenaire aux avant-postes de cette révolution. Facteur d'inclusion, de développement, le *mobile money* en particulier et le digital en général constituent un rouage essentiel d'une croissance soutenue et durable, en facilitant le commerce sous toutes ses formes. Notre philosophie est de ne pas se contenter d'une logique de performance économique mais de créer un impact direct sur la transformation digitale du continent. Nous souhaitons profondément être une entreprise à impact en alliant développement, digital et inclusion. Notre engagement depuis longtemps sur ce continent nous a permis d'en avoir une analyse fine et d'en comprendre réellement les enjeux et attentes. De même, notre ancrage, prouve si besoin en était, de l'engagement d'Orange au service des populations, des entreprises et des institutions africaines.

L'AFRIQUE EST LA PROCHAINE FRONTIÈRE DE LA SCÈNE TECH MONDIALE

Dans ce contexte, et aux côtés d'autres investisseurs et partenaires, Orange s'enorgueillit de stimuler et de soutenir ce mouvement à travers trois leviers : les Orange Digital Centers (ODC), dispositifs de formation aux métiers du numérique et qui simplifient l'accès à des financements flexibles notamment en phase d'amorçage, au nombre de 17 aujourd'hui en Afrique et au Moyen-Orient et 25 en incluant l'Europe. Ils ont également pour vocation d'accompagner les jeunes et les porteurs d'idées innovantes, pour soutenir leur employabilité et les préparer aux emplois de demain (IA, cybersécurité, ...) ou pour les encourager à entreprendre dans le numérique. À cet égard, les ODC ont déjà formé 750.000 jeunes au codage et autres technologies du numérique qui seront nécessaires aux emplois de demain. Notre *mentoring* va jusqu'à donner un maximum de visibilité à ces jeunes pousses auprès de leurs pairs, des acteurs du marché et autres fonds d'investissements par le fonctionnement en réseau des ODC et la participation des startups à des événements phare comme Vivatech.

Orange Ventures, le fonds d'investissement du groupe – entré, par exemple, au capital de SAYNA, cette plateforme dédiée à la formation aux métiers du digital et de l'outsourcing – est le deuxième pilier sur lequel nous nous appuyons pour stimuler cet écosystème en Afrique. Enfin, le POESAM (Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et Moyen-Orient) se veut un catalyseur de progrès et d'innovation technologique pour des startups à fort impact positif. Ce dispositif a déjà récompensé près de cent entreprises depuis plus de dix ans et contribue, lui aussi, à la vitalité économique de l'Afrique.

Dans des pays où beaucoup reste à faire, ces jeunes savent qu'ils ont une place à prendre très rapidement, la concurrence est encore faible, et s'appuient sur nos structures dans leurs stratégies de conquête. Lesquelles, et c'est une autre source d'admiration, ont toutes une vocation d'expansion panafricaine, si tant est que leur modèle soit pertinent hors de leurs frontières et adapté à différents marchés. La botswanaise Brastorne, qui grâce à sa technologie, se fait fort de réduire la fracture digitale pour les agriculteurs en particulier dans les régions les plus enclavées, est ainsi déjà présente en Guinée, au Cameroun et en République Démocratique du Congo.

Ce biotope bouillonnant donne vie et corps à une formidable économie panafricaine. Moins ostensible, pour l'heure, d'un point de vue européen, la vitalité de cet entrepreneuriat africain est pourtant résolue et déterminée.

Ce mouvement, espéré depuis très longtemps, a été long à se mettre en place, il se concrétise réellement aujourd'hui à la faveur de la croissance rapide de l'accès à la connectivité et aux smartphones. L'Afrique est la prochaine frontière de la scène tech. C'est là où tout se passe, là aussi où toutes les dunes peuvent être reculées : la centaine de startups que nous suivons nous en apporte la preuve chaque jour.

TOUS LES SECTEURS SONT AMENÉS À CROITRE

Tous ces entrepreneurs, aux profils si différents, endossent un rôle de précurseur, voire de *role model*, comme disent les anglo-saxons. C'est le sens de cet ouvrage d'ailleurs. Chacun de ces succès en appelle une dizaine ou une centaine d'autres. Elles sont en train de construire la grande économie africaine de demain, sur un marché d'1,4 milliard de personnes.

Qu'on en juge. L'Europe comme les États-Unis ont pâti d'une baisse des investissements en capital risque ces dernières années : l'Afrique non. Au contraire, elle fait montre d'un dynamisme soutenu. Au premier trimestre 2023, selon l'African Private Capital Association (AVCA) la valeur totale des levées de fond a presque triplé pour atteindre 1,8 milliards de dollars, contre 637 millions sur la même période l'année dernière. Sur l'ensemble de l'année 2022, les startups africaines avaient enregistré un record en levant près de 5 milliards de dollars, en hausse de près de 6 % par rapport à 2021, selon le site spécialisé *The Big Deal*. Le nombre d'opérations a lui aussi augmenté (+11 %) pour dépasser le cap des 1000. Une gageure lorsque l'on sait que sur la même période l'écosystème européen a attiré 18 % de moins sur l'année...¹

Si les montants ne sont pas comparables avec ceux observés outre-Atlantique par exemple, il n'empêche. La tech africaine a le vent en poupe et les *venture capitalists* s'y intéressent chaque jour davantage. Nous ne sommes qu'au début de cette courbe ascendante et ce ne sont pas les projets qui manquent. Les sept entreprises présentées dans cet ouvrage symbolisent cette effervescence.

Tous les secteurs, surtout s'ils sont digitaux ou reposent sur la digitalisation du continent, sont amenés à croître, particulièrement ceux qui ont trait aux besoins essentiels et aux défis environnementaux. Mais pas uniquement.

À l'heure où les plateformes de streaming enregistrent un essor phénoménal, je suis certain qu'il existe un marché immense en termes de contenus qui reste à créer. Le Nigeria a son « Nollywood » mais le reste du continent est prêt et l'appétence des audiences africaines pour des contenus de qualité produits localement est déjà démontrée.

¹ Levée de fonds : les startups africaines battent un nouveau record, Les Echos, 5 janvier 2023

La vigueur économique observée à travers le continent depuis une dizaine d'années, en raison de la révolution digitale et entrepreneuriale née du mobile money ne se dément pas et suscite toujours plus d'appétits de la part des fonds d'investissements pour dénicher des pépites africaines.

Orange est sincèrement heureux de constater que cette tendance de fond s'accélère et d'être l'un des partenaires de cette grande histoire qui s'écrit sous nos yeux. Accompagner ces entreprises sur la voie du succès est une immense satisfaction.

Iheb Triki

COFONDATEUR ET CEO DE KUMULUS

Iheb Triki, a commencé sa carrière au Boston Consulting Group ; il a aussi été conseillé du Ministre Tunisien de l'Energie et Directeur Exécutif chez Swicorp (Fonds d'Investissement). Depuis 2021, il a cofondé KUMULUS, Start up qui conçoit des machines ayant la taille d'un mini frigo qui produisent trente litres d'eau potable par jour en n'utilisant comme ressource que l'électricité (pouvant être renouvelable) et l'humidité dans l'air.

Iheb Triki est diplômé de l'École Polytechnique et de l'Université de Berkeley en Californie.

1.

Il est impensable que l'accès à l'eau potable soit un luxe

« Il est absurde de chercher un puits, au hasard, dans l'immensité du désert », s'agace le narrateur face au Petit Prince qui lui dit avoir soif et lui enjoint de se mettre en route pour en trouver un dans ce décor de dunes de sable à l'infini¹. Absurde? Chez Kumulus nous avons eu la faiblesse de croire que cela ne l'était pas.

Car c'est aux portes du Grand Erg oriental, dans le Sahara tunisien, qu'est née notre folle idée : produire de l'eau potable grâce à l'air et au soleil. Nous étions partis en randonnée avec des amis à Houidhat. Quatre jours en autonomie totale dans ce lieu sublime et reculé, avec toute la logistique idoine, en particulier et surtout de l'eau potable.

¹ Antoine de Saint-Exupéry, *Le Petit Prince*, Gallimard, 1943.

Un rapide calcul pour l'ingénieur que je suis m'avait alors conduit à prévoir 100 litres pour tenir à 9 personnes durant ce séjour. Autant dire qu'une fois chargé en eau, notre coffre n'offrait plus qu'un espace infime pour y mettre quoi que ce soit d'autre...

Évidemment cette question de l'accès à l'eau potable pour tous ne m'était pas étrangère, loin s'en faut. Mais deux choses m'ont définitivement bousculé en arrivant à ce campement. D'abord, le sol de cet endroit d'une beauté envoûtante était malheureusement jonché de bouteilles en plastique, triste illustration d'une pollution ravageant chaque jour un peu plus notre planète, y compris dans ses recoins supposément les plus préservés.

Puis, au matin de notre première nuit, j'ai alors constaté que nos tentes et nos voitures, sous l'effet de la rosée, étaient mouillées. L'eau était donc là. Même au fin fond du désert. Il fallait « simplement » trouver le moyen de la capter. « Seuls ceux qui sont assez fous pour penser qu'ils peuvent changer le monde y parviennent », disait Steve Jobs.

Ce qui semblait aussi utopique qu'extravagant ne l'était plus soudainement : domestiquer l'eau grâce à l'air et au soleil. En substance, faire entrer l'humidité ambiante dans une machine, filtrer pour dépolluer puis la condenser et la pressuriser pour rendre l'eau potable.

**LA PÉNURIE D'EAU EST UNE MENACE
EN TERMES DE SÉCURITÉ ALIMENTAIRE,
DE SANTÉ PUBLIQUE ET DE STABILITÉ SOCIALE**

Cette excursion a joué comme un déclencheur et le début d'un cheminement initiatique autour des enjeux cruciaux liés à cet « or bleu ». Lesquels, truisme affligeant, n'iront qu'en empirant, si l'on n'y fait pas face. Aujourd'hui, seulement