



Découvrez...

5 questions à notre experte Maria Yebga Hot.....	2
Parcours managérial de Jacinthe Masamba	4
Parcours entrepreneure de Siham Khazzani El Amrani.....	8
Elles sont passées par là...12	
Dossier nominations.....	13
On en parle.....	14
Citation.....	15



Éditorial

Une Ode à la femme... c'est ainsi que nous définirions cette édition.

La deuxième revue trimestrielle de l'année a été pensée avec le profond désir de mettre en lumière des femmes passionnantes, des femmes d'exceptions qui font bouger les lignes en Afrique et à l'international.

Vous ne lirez pas ici des vers en décasyllabes mais vous y trouverez les mots d'expertes qui avec de la détermination, du tempérament et surtout leurs compétences s'affirment en tant que managers ou entrepreneures.

Appréciez cette édition qui nous l'espérons vous rappellera que l'Afrique s'est toujours écrite au féminin dans tous les secteurs d'activité.

Louise-Christelle Kapenga

Master Marketing & Pratiques Commerciales
IAE Paris - Sorbonne Business School (2020)



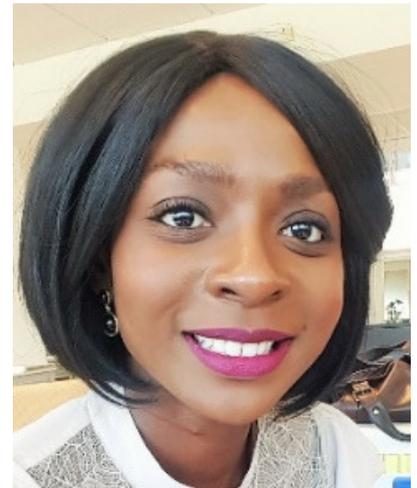
5 questions à...

Maria Yebga Hot

Fondatrice et CEO de Docteur Beauté Noire

MBA, IAE Paris - Sorbonne Business School (2014)

Passionnée par la santé et la cosmétologie, Maria YEBGA HOT est diplômée d'un Doctorat en pharmacie de la faculté de Toulouse ainsi que d'un Master 2 en Cosmétologie de l'IPIL (Institut de Pharmacie Industrielle de Lyon). Souhaitant développer sa fibre commerciale, le Docteur Maria YEBGA HOT est également titulaire d'un MBA de la Sorbonne. Riche de ce parcours académique, Maria a travaillé 10 ans dans l'industrie dermocosmétique pour de nombreuses marques internationales au sein desquelles elle a acquis une bonne connaissance du marché cosmétique ainsi que des besoins spécifiques des peaux foncées et des cheveux africains sur ce marché. Elle fut jusqu'en juin 2019 Marketing and Operations Manager Sub-Saharan Africa Area. Depuis lors, elle a ouvert sa société de conseil - Cabinet Conseil Docteur Beauté Noire avec pour ambition de fournir tant aux particuliers qu'aux professionnels les informations nécessaires pour prendre soin des peaux noires et métisses et des cheveux afro.



Club Afrique : le marché de la cosmétique en Afrique est estimé à 10 milliards d'euros. Paradoxalement moins de 10% du marché est contrôlé par des compagnies africaines. Comment l'expliquez-vous ?

Le secteur de la beauté et plus particulièrement celui des produits cosmétiques connaît une croissance à deux chiffres depuis plusieurs années sur le continent. En relation directe avec l'émergence d'une classe moyenne dotée d'un pouvoir de consommation plus important et l'avènement des réseaux sociaux qui permet la médiatisation des modèles de canons de beauté internationaux, la recherche de produits cosmétiques sophistiqués, synonymes de plus d'efficacité pour les consommateurs, est en forte demande. Or, sur le continent africain, le secteur de la cosmétique n'est pas encore aussi développé d'un point de vue production industrielle, réglementaire ainsi que dans la Recherche & Développement par rapport à d'autres continents tels que les USA, Europe, Asie, où la recherche de l'innovation des entreprises leaders du secteur est la norme.

Aussi, les consommateurs africains, tout comme l'ensemble des acheteurs de produits de beauté, ont également à cœur de découvrir toujours plus de nouveauté, d'efficacité et de sécurité.

Club Afrique : Comment expliquer la faible présence commerciale des marques africaines de cosmétique en Afrique ? Comment peuvent-elles inverser la tendance ?

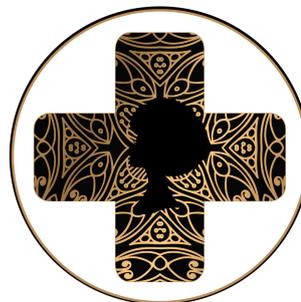
De nombreux cosmétiques sont produits et vendus sur le continent africain depuis des décennies et connaissent un certain succès en l'absence de campagne de communication nationale ou panafricaine. Cependant, la renom-

mée de certains produits connus de tout un peuple ont plus de mal à franchir les frontières continentales. Il faut consentir à un effort financier pour communiquer sur plusieurs territoires, produire en quantité industrielle et déployer la logistique nécessaire pour espérer atteindre les objectifs de vente afin de rentrer dans ses frais. Autant de freins qui rendent la réussite de ce projet plus difficile pour ces entreprises.

Malgré tout, la tendance étant au retour à la naturalité et à l'authenticité dans le secteur de la cosmétique, cela semble ouvrir de belles perspectives aux entreprises locales qui sauront trouver des partenaires industriels et « marketer » leur savoir-faire dont la richesse repose sur la connaissance pointue des multiples bienfaits et la valorisation de la diversité de la flore du continent africain.

Club Afrique : La marque de produits cosmétiques MAC a ouvert des boutiques en Afrique du Sud, au Ghana, en Côte d'Ivoire, au Kenya, en Namibie, au Nigéria, en Zambie, au Sénégal et au Zimbabwe. Que manque-t-il aux marques africaines pour faire jeu égal avec les géants du marché sur le continent ?

Le maquillage détient une part importante du marché des produits de beauté en Afrique. Il offre aux femmes la possibilité de mettre en exergue leur beauté, critère qui valorise particulièrement la femme dans la société africaine. Aussi, les modèles de canons de beauté étant véhiculés par les médias internationaux et les tutoriels de make-up par les réseaux sociaux via des influenceurs,



DOCTEUR BEAUTÉ NOIRE

les marques dont la puissance économique leur permet d'accéder à ces leviers de communication sont les plus demandées par les utilisatrices de maquillage. Le succès de Mac est un exemple, mais une marque telle que Fenty Beauty qui ne possède pas encore de pop-up store dans ces pays est fortement demandée de par la renommée internationale de la marque et de sa créatrice.

Club Afrique : Le Karité, l'Huile de baobab... Autant de produits issus du continent africain, qui se déclinent en pommades, huiles, senteurs rapportant des centaines de millions d'euros aux marques mondiales .

Peut-on envisager demain voir une marque africaine, avec une production africaine, aller à la conquête du marché mondial ?

Quand on parle de naturalité dans le secteur de la cosmétique, tendance plébiscitée par une grande majorité des consommateurs, on pense aux ingrédient-naturels que vous avez cités dans votre question.

Aussi, le continent africain regorgeant de ces matières premières précieuses ainsi que des connaissances ancestrales concernant leurs bénéfices pour le corps. Il me semble que la mise en place d'un secteur industriel et économique dédié à la cosmétique permettrait de faire gagner des parts de marché aux marques africaines et d'offrir un positionnement inédit au continent dans la production de produits cosmétiques.

En effet, la production et la distribution de cosmétiques Made In Africa à l'échelle mondiale contribueraient au développement d'un nouveau secteur économique pour le continent et un positionnement original pour ces produits.

Avant d'apporter un regard vers le futur, je souhaite jeter un œil sur le passé.

Si on remonte ne serait-ce que quinze ans en arrière, on constate que les produits de beauté les plus vendus, destinés aux personnes ayant la peau foncée et les cheveux africains, valorisaient essentiellement une ressemblance avec des canons de beauté occidentaux.

Or ces dernières années de nombreux changements sont intervenus rendant quasi obsolète cette vision valorisant uniquement le modèle de beauté occidental.

Avec l'émergence du mouvement nappy « Naturel and Happy », la tendance du retour à la naturalité dans les cosmétiques et l'accroissement d'une classe moyenne africaine internationale souhaitant renouer avec ses racines continentales, sont autant de facteurs qui me font penser que le marché de la beauté va encore se développer en élargissant la diversité des types de produits proposés aux consommateurs qui sont en demande de davantage de produits adaptés à leur spécificité ethnique, culturelle et environnementale tout en exigeant le même niveau de sécurité dont on peut bénéficier en achetant des produits cosmétiques réglementés.

De plus, présentant un accroissement du pouvoir prescripteur des réseaux sociaux dans ces 20 prochaines années, l'essentiel de la communication devra se faire sur ces plateformes pour émerger sur ce marché.

"Un secteur industriel et économique dédié à la cosmétique permettrait de faire gagner des parts de marché aux marques africaines"

Club Afrique : Sur la base des 3 facteurs ci-après "marché unique africain, urbanisation croissante, boom démographique de la population", comment envisagez-vous l'avenir du marché de la beauté de la femme en Afrique dans les 20 prochaines années ?

Parcours Managérial

Jacinthe MASAMBA

Gérante et Directrice R&D, SONEMA RDC

MBA, IAE Paris - Sorbonne Business School (2017)

Sonema est un opérateur-intégrateur de solutions de télécommunications sur mesure, dont la filiale SONEMA RDC représente le volet technique local spécialisé en installations et maintenance d'équipements de télécommunications.



Club Afrique : Bonjour Jacinthe, pourriez-vous vous présenter aux lecteurs de notre revue trimestrielle 100% féminine ?

Bonjour ! Je suis juriste de formation, mais il y a lieu de noter qu'en plus d'avoir renforcé mes capacités par des études post-universitaires, j'ai bénéficié tout au long de mon parcours de diverses formations dans des domaines variés en général, et en particulier (plus récemment) en management.

En effet, je suis détentrice d'un Bac+5 en Droit Économique et Social de l'Université Protestante au Congo (Kinshasa) depuis 2010. J'ai, par la suite, obtenu un MBA de l'IAE - Sorbonne Business School (en partenariat avec l'INSEEC/IFG) en 2017.

Mon parcours professionnel peut à juste titre être qualifié de dynamique car étant émaillé de beaucoup de mouvements tant dans le secteur public que privé, et peut donc paraître dense. Mais, je vais tenter de me résumer.

Engagée comme fonctionnaire public (cadre senior, rapporteur du Conseil d'Administration, membre de la cellule de gestion des marchés publics, et représentante de la RDC au sein de l'ITUT Study Group 3 de l'Union Internationale des Télécommunications) auprès de l'Autorité de Régulation des Postes et Télécommunications du Congo de 2011 à 2015, j'ai intégré le Groupe ORANGE au sein de sa filiale en RDC en 2015 en qualité de Regulatory Manager, interface et interlocutrice dédiée entre l'entreprise et les acteurs du secteur (l'Etat, le Régulateur, et les concurrents).

Vers mi-2016, je me suis lancée dans une nouvelle aventure en tant que Directrice Juridique au sein de TELENET SA, fournisseur d'accès internet et représentant de MULTICHOICE/DSTV en RDC. Au-delà du rôle classique de Juridique, j'ai pu me frotter à de « l'opérationnel pur » en participant autant à l'élaboration qu'à la mise en œuvre de la stratégie business et de développement de l'entreprise.

En 2017, je me suis lancée en freelance en devenant de manière occasionnelle Consultante en Droit/Stratégie/Réglementation des TIC.

En 2018, j'ai été recrutée par le PDG du groupe nigérian MURPHY BEN INTERNATIONAL Limited œuvrant dans la télédistribution et le divertissement (chaîne et contenus AFOREVO TV, BIG BROTHER NIGERIA, etc) avec pour objectif de lancer une filiale congolaise et de développer des partenariats avec les distributeurs satellitaires locaux (CANAL+ RDC, BLEUSAT, STARTIMES RDC) tout en élaborant de nouveaux domaines d'activités. Les filiales du Groupe étaient réparties dans différents pays africains majoritairement anglophones. Entretemps, j'ai pu asseoir mes compétences de dirigeante en construisant « *from the ground-up* » une filiale qui, aujourd'hui, est toujours opérationnelle et a de belles perspectives d'avenir. C'est en 2019 que j'ai été approchée par l'actionnaire majoritaire de SONEMA RDC qui a pu apprécier le parcours que je viens de vous résumer et m'a proposé de rejoindre l'équipe afin de restaurer une bonne gouvernance et travailler à l'amélioration rapide des performances de SONEMA RDC... Autant dire que jusqu'à présent tout le monde est satisfait ! (rires)

Aujourd'hui je suis Gérante et Directrice R&D (entre autres, car je ne peux m'empêcher de toucher à tout!) de SONEMA RDC.

Club Afrique : Vous avez un formidable parcours. Quelles étaient vos motivations à faire le MBA de l'IAE - Sorbonne ? Qu'attendiez-vous de la formation ?

De nature curieuse, et déjà déterminée à renforcer mes capacités professionnelles en général et managériales en particulier, il ne fut pas très difficile de porter mon dévolu sur ce programme de l'IAE (en partenariat avec l'INSEEC/Institut Français de Gestion) au regard de sa composition et/ou son contenu, ainsi que sa flexibilité en termes d'horaires.

Ce dernier élément fut bien entendu crucial dans ma décision, d'autant plus qu'au vu des responsabilités que j'endossais à l'époque au sein de la filiale congolaise du Groupe Orange - qui avait comme objectif de se stabiliser dans le secteur hautement concurrentiel et dynamique des télécommunications - les horaires et disponibilités n'étaient pas choses aisées. À ladite époque, ma fonction revêtait un caractère hautement stratégique et impliquait du management autant direct qu'indirect à tous les niveaux de l'entreprise. Ainsi, mes attentes ont été carrément dépassées : mes compétences ont été renforcées de manière optimale, ma perception de l'entreprise et ses approches managériales aux sens stratégiques et opérationnelles a complètement et positivement évolué, de manière à me transformer du manager que j'étais en la dirigeante que je suis devenue, prête à relever des challenges et atteindre des objectifs de manière autant réfléchie qu'offensive.

Club Afrique : Comme chacun le sait, l'Afrique a fait un bond vertigineux dans les télécoms et l'IT. Quelle est la promesse de SONEMA dans la connectivité, la sécurité et l'hébergement ?

Présente en Afrique depuis plus de vingt ans dans une quarantaine de pays, SONEMA SAM est un opérateur intégrateur de solutions de télécommunications sur mesure et évolutives, dont l'engagement principal est l'accompagnement au quotidien des clients dans leurs projets, fondé sur une forte compréhension de leurs enjeux afin de permettre aux clients de se concentrer sur leur cœur de métier et les innovations business, en leur garantissant des services fiables et à la pointe de la technologie en matière de connectivité, de sécurité et d'hébergement.

Club Afrique : Le siège de SONEMA est à Monaco, comment avez-vous pu vous positionner en leader en RDC ? Quelle est la plus-value de la société ?

SONEMA SAM fournit ses solutions de télécommunications à ses clients basés en RDC depuis 1996, et la fidélité des clients prouve à suffisance qu'ils sont satisfaits.

SONEMA RDC, qui se focalise sur la partie « technique » du métier par sa spécialisation en installation et maintenance d'équipements de télécommunications, n'est opérationnelle que depuis 2015, mais a pu largement bénéficier de la réputation de son partenaire de référence SONEMA SAM auprès des clients et de prospects intéressés par les services annexes offerts en local. Nous mettons un point d'honneur à renforcer la bonne image que perçoit de nous le client, en adoptant en politique de constante disponibilité, de proximité, de conseil et d'accompagnement.

Club Afrique : Vous avez intégré la société SONEMA en mai 2019, en tant que Directrice Administrative et Financière, puis vous avez évolué en tant que General Manager (Directrice Générale), racontez-nous cette ascension...

Ce fût une ascension assez rapide car un peu en mode « course contre la montre » !!!

Je vais essayer de m'expliquer brièvement.

Dans le contexte et les besoins expliqués plus tôt, j'ai rejoint SONEMA RDC en qualité de Directrice Financière et Administrative et co-gérante afin de procéder de manière objective et rapide à un audit opérationnel et financier sollicité par l'actionnaire majoritaire. De ce qui en a résulté, j'ai reçu carte blanche pour réparer, restructurer, améliorer et développer.

L'équipe dirigeante qui m'avait précédée pendant près de cinq ans ayant dû nous quitter, les équipes se sont retrouvées confrontées à un véritable changement (on a vécu une grosse partie des scénarios évoqués lorsque l'on parle de « résistance au changement » en management.

En plus de devoir relever de vieux challenges pour pouvoir en embrasser de nouveaux, il a fallu faire face à une crise sociale, une grève, puis le départ de certains collaborateurs qui n'avaient jamais vraiment adhéré aux valeurs de SONEMA et les appliquaient encore moins.

Ce fut dommage de perdre des personnes aussi talentueuses, et je considère toujours comme un échec personnel le fait de ne pas avoir pu faire évoluer la situation et les convaincre de rester.

Sachant que les finances n'étaient pas ma matière de prédilection, j'ai jugé primordial pour la réussite de mes objectifs et ceux de la société, de m'entourer de personnes bien assises dans leur matière : notamment un jeune comptable spécialiste en finances d'entreprise et fiscalité, dont je connais les capacités et l'intégrité. C'est ainsi qu'ensemble nous avons pu relever les défis de l'entreprise rapidement, et avons pu stabiliser le développement de SONEMA RDC et redorer son image auprès des partenaires et actionnaires. C'est dans ce contexte que le jeune comptable a pu devenir Directeur Financier, et qu'aujourd'hui je suis gérante et Directrice Projets/Recherche et Développement de SONEMA RDC.

Club Afrique : Quel est votre style de management dans cette nouvelle fonction ? Avez-vous le même style que lorsque que vous étiez DAF ?

Mon style de management ne change pratiquement pas, fille et petite-fille de pédagogues, j'ai tendance à privilégier un mix de management collaboratif -participatif qui me permet de transmettre mes connaissances à d'autres et d'apprendre des autres - ce qui indirectement nous rend tous polyvalents - tout en versant dans le management délégitif qui met davantage mes équipes en confiance et leur permet de croître en tant que leaders/managers polyvalents.

Club Afrique : Comment concevez-vous le leadership dans ce secteur très masculin que sont les NTIC ?

Un leadership ferme mais sans perdre sa touche de féminité (donc empreint d'intelligence émotionnelle), qui souvent permet de fédérer et d'inspirer la loyauté et un sentiment profond d'appartenance sur le long-terme.

Avoir une armée loyale nourrit ce type de leadership, où la dirigeante n'a pas peur de se retrousser les manches, s'armer et se jeter dans l'océan de requins qu'est ce secteur (renforçant au passage la loyauté et le sentiment d'appartenance ressentis par ses troupes) !

"Fracasser les portes que l'on trouve fermées devant nous. Casser les codes "

Club Afrique : Quels méga-transformations avez-vous opérés depuis votre prise de fonction ?

Au regard de la situation qui prévalait, comme je vous le disais, les grosses transformations étaient : restructuration totale, règlement des contentieux, élimination des dettes, diminution des charges, et enfin instauration et mise en application de nouvelles règles internes et stratégies commerciales (ainsi que leurs mises en application). Tout cela en environ quatre (04) mois, afin de pouvoir être prêt à démarrer sur de nouvelles bases dès 2020.

Club Afrique : La République Démocratique du Congo, l’Ethiopie et le Nigéria ont été cités à plusieurs reprises lors de l’AfricaCom2019 en Afrique du Sud, comme des pays à forte croissance dans l’avenir en terme d’accélération du développement des solutions hybrides, utilisation de l’intelligence artificielle et de data center... Comment envisager vous d’embrasser ce tournant au sein de votre structure, tant au niveau humain que financier ?

Chez SONEMA RDC, nous misons énormément sur le renforcement des capacités de nos équipes et le perfectionnement ainsi que la mise à jour de nos services, et nous nous préparons depuis un moment à étendre notre domaine d’activités, notamment par des partenariats, nous permettant d’évoluer en Afrique auprès d’opérateurs spécialisés en systèmes de sécurité, d’intelligence artificielle et de data center. Ce sont des projets en cours que je ne peux évoquer pour l’instant mais qui visent à participer à ce « boom » qui est déjà en train de propulser le continent.

Club Afrique : Parlons de ce qui tourmente le monde en ce moment, le Covid-19... Votre société est une entreprise engagée à travers l’Afrique dans des projets philanthropiques. Quelles sont les actions sociétales que vous avez pu mener pendant cette période ?

En ces temps inédits où la RD.Congo fait de son mieux pour prévenir la propagation de cette pandémie à laquelle le monde entier fait face, SONEMA RDC tient à continuer son engagement humain en perpétuant les actions locales axées sur l’enfance, l’éducation et la santé en particulier (dons et contributions auprès d’orphelinats et de centres de santé pédiatrique).

Club Afrique : Je suis une femme qui voudrait accéder à un poste à haute responsabilité en Afrique dans un milieu jugé comme « masculin » ? Quels conseils pourriez-vous me donner ? Les codes sont-ils les mêmes qu’en Amérique, en Europe ... ?

Qu’importe où nous nous trouvons et malgré les apparences, nous les femmes, devons nous « battre » deux fois plus que les hommes pour émerger.

C’est dommage, mais pour l’instant c’est comme ça. Mon conseil serait de séparer le privé du professionnel, rester intègre et fidèle à ses principes, ses valeurs qu’importe les conséquences, ne jamais abandonner ou culpabiliser, se projeter loin dans le futur malgré les obstacles, difficultés, moqueries, d’être imperméable face à cela et garder la tête froide. Il faut savoir « think outside the box » et fracasser les portes qu’on trouve fermées devant nous. Il faut faire partie de celles qui, coincées dans un labyrinthe ou dans une pièce, ne perdent pas de temps à désespérer mais cassent les portes, les barrières, et les codes et en ressortent encore plus fortes qu’avant, pour elles et pour les femmes de demain. Mon conseil en bref ? " Casser les murs"

Parcours Entrepreneur

Siham Khazzani El Amrani

Managing Director

MBA, IAE Paris - Sorbonne Business School (2006)



Club Afrique : Bonjour Siham !

Pourriez-vous vous présenter aux lecteurs de notre revue trimestrielle dédiée à la femme ?

Bonjour à tous, ravie de faire partie de votre panel de ce mois.

Siham Khazzani El Amrani, 43 ans, maman de 3 enfants.

J'ai grandi au Maroc où j'ai fait mes études et obtenu mon diplôme d'ingénieur d'état dans l'une des premières grandes écoles spécialisées en Informatique. J'ai débuté ma carrière dans le secteur bancaire avant de décider de m'installer en France où j'ai pu accumuler plusieurs rôles et responsabilités dans de grands cabinets de conseils et services. J'en ai profité aussi pour intégrer l'IAE de Paris - Sorbonne pour le MBA (promotion 2005- 2006).

En 2008, je suis rentrée au Maroc pour développer l'activité conseils du cabinet au sein duquel j'exerçais à l'époque et ai développé une vraie expertise en Risk Management et Transformation SI. Après 8 ans de succès et de beaux projets réalisés au Maroc et dans d'autres pays africains, j'ai décidé de quitter le salariat pour me lancer dans l'entrepreneuriat.

Club Afrique : Parlez-nous de votre corps de métier ?

AB Conseils est un cabinet spécialisé dans le domaine de la Cybersécurité et le Risk Management. Présent en France et au Maroc, avec une équipe de plus de 30 consultants, AB Conseils accompagne ses clients à traiter les défis liés à la gestion des risques et à la sécurité, notamment dans le cadre de projets de mutations des systèmes d'information et de transformation digitale.

Nos principales offres de service :

- Gouvernance SSI
 - Conseil, audit et mise en œuvre de SMSI
 - Management des risques et continuité d'activité
 - Schémas directeurs sécurité / Stratégies Cyber
 - Conformité légale et réglementaire
 - Formation, sensibilisation et certification SSI
 - Sécurité technique
- Audit de sécurité SI
 - Test d'intrusion, audit d'architecture, audit de configuration, audit de code
 - Forensic et réponses aux incidents
 - Accompagnement SecDevOps et Hardening sécurité
- Formation
 - Formations certifiantes en Sécurité et Risk Management
 - Sessions de sensibilisation sur mesure et diffusion de la culture des risques
 - Plateforme e-learning Cybersécurité et simulation Attack-Defense

Club Afrique : Vous êtes implantés au Maroc et en France. Pourquoi avoir commencé votre implantation en France ?

AB Conseils existe en France depuis 2012. Quand je me suis lancée dans l'entrepreneuriat dans un premier temps en 2017, j'ai ouvert un cabinet de conseils en SI. Ayant eu plusieurs opportunités de Business dans le risk management et la cybersécurité, j'avais le choix entre faire grandir l'équipe et recruter les compétences nécessaires avec une évolution modeste dans un premier temps ou sous-traiter une bonne partie du business à l'équipe AB Conseils France.

J'ai fini par rejoindre le projet de création de la structure marocaine en début 2018 en tant qu'associée pour consolider nos efforts de développement et capitaliser sur l'expérience AB Conseils et celle des associés dans le domaine de la cybersécurité.

Club Afrique : Quel a été le déclencheur qui vous a emmené à créer votre propre structure ?

Quand on réussit à faire de l'entrepreneuriat à l'échelle d'un grand groupe, on finit par être tenté de relever le challenge, doubler d'efforts et se lancer pour son propre projet surtout quand le mindset et les valeurs de l'entreprise où on évolue ne suivent plus.

Club Afrique : Quel est le degré d'urgence aujourd'hui pour des sociétés qui ne sont pas accompagnées dans la sécurisation de leurs données ?

La sécurisation des données est un sujet important pour toute entreprise. Face à des menaces de plus en plus croissantes et sophistiquées, même les plus gros qui investissent et sont à la pointe dans le domaine de la sécurité ne sont pas épargnés par des cyberattaques.

De nos jours, et aussi suite à la crise actuelle où le COVID-19 s'est révélé un accélérateur de la transformation digitale des entreprises africaines et de la dématérialisation de leurs processus, les vecteurs de menace augmentent puisque ces entreprises deviennent de plus en plus visibles et ouvertes sur Internet et donc deviennent cibles des attaquants.

Il est donc plus qu'urgent pour ces entreprises de considérer le sujet de la sécurité des données et du SI dès le lancement de la réflexion de leurs transformations SI en adoptant une approche « security et privacy by design ».

Il faut également prévoir l'approche réactive (en plus de la démarche défensive) pour mieux se préparer en cas de sinistre ou de problème identifié, bien s'organiser pour gérer la crise, reprendre rapidement les activités vitales en cas d'atteinte à la cybersécurité et mettre en place les mesures nécessaires pour éviter que de tels événements ne se reproduisent

"Pourquoi ne pas prévoir dès le collège un module simple qui traite le sujet de la sécurité et la protection de vie privée."

Club Afrique : Les cyberattaques occasionnent des dégâts majeurs dans les entreprises partout dans le monde. Quels sont les outils primordiaux à mettre en place au sein d'une société qui veut se protéger ?

Il convient de définir une stratégie cyber, avec une approche pragmatique et drivée par les risques inhérents aux services de l'entreprise et à ses choix technologiques, dans un objectif de réduire les risques et renforcer la résilience.

Cette stratégie peut s'articuler autour de 3 principaux axes :

- L'humain : Sensibilisation continue de l'ensemble du personnel de l'entreprise et formation technique du personnel IT autour de la sécurité SI. Le coût du manque de formation à la sécurité SI peut être fatale pour une entreprise puisque la plupart des cyberattaques réussies surviennent par l'intermédiaire de personnes (aujourd'hui, plus de 33% des attaques sécurité inclut le phishing ou de l'ingénierie sociale).
- Les processus de gouvernance et de gestion des risques qui doivent être adaptés au contexte de l'entreprise et qui permettent d'atteindre les objectifs sécurité fixés et de gérer et surveiller efficacement les risques cyber.
- Les outils technologiques bien choisis pour mettre en place des mécanismes de contrôle de la cybersécurité et couvrir les risques identifiés.

Club Afrique : Vous avez obtenu l'homologation PASSI (Prestataire d'Audit de la Sécurité des Systèmes d'Information) de la Direction Générale de la Sécurité des SI (DGSSI / Autorité Gouvernementale marocaine sous la tutelle de l'administration de la Défense Nationale). Qu'est-ce que cela a changé pour votre entreprise ?

AB Conseils fait partie des 2 premières sociétés ayant obtenu cette homologation au Maroc et nous en sommes particulièrement fières. En effet, le système d'homologation constitue un gage de confiance pour les entreprises et pour la DGSSI pour confier des missions d'audit aux prestataires homologués.

Il s'appuie sur la vérification d'un certain nombre de critères très stricts attestant, notamment des références des prestataires dans le domaine, de la qualification de leurs ressources humaines et de l'efficacité et l'adéquation des méthodologies et outils utilisés. Ceci vient confirmer notre expertise dans le sujet de sécurité SI et nous ouvre donc les portes chez plusieurs clients.

Ce genre d'homologation devrait aussi voir le jour dans d'autres pays africains pour la mise en place d'un cadre réglementaire concernant les prestations de sécurité SI.

Club Afrique : D'après votre expertise, quelles sont les dispositions supplémentaires que l'Etat marocain devrait mettre en place en 2021 pour faire face à la cybercriminalité ?

Il convient de continuer la dynamique et les efforts engagés par la DGSSI et la CNDP (Commission Nationale de Contrôle de la Protection des Données à Caractère Personnel) pour renforcer le cadre réglementaire et cadrer les sujets d'actualité et/ou du futur comme le cloud, le BYOD, l'intelligence artificielle...

Nous pensons qu'il est aussi temps de lancer des actions de sensibilisation du citoyen sur les risques sécurité et cibler les écoles. Puisqu'aujourd'hui un enfant dès son jeune âge est un utilisateur de systèmes informatiques et est exposé aux réseaux sociaux. Pourquoi ne pas prévoir dès le collège un module simple qui traite le sujet de la sécurité et la protection de vie privée.

Club Afrique : Comment concevez-vous le leadership dans ce secteur très masculin au sein lequel vous évoluez ?

Pour moi, le leadership n'a pas de sexe. Chacun doit inventer son style de leadership en tenant compte du contexte. Les qualités les plus importantes à avoir, sont à mon sens, l'écoute, l'empathie, l'exemplarité, la communication, la réactivité et la flexibilité. J'avoue qu'on a souvent reconnu chez moi, par rapport à des hommes dirigeants, une sorte de compétence émotionnelle qui m'a permis d'obtenir plus facilement l'adhésion des équipes, de rester calme pendant des périodes de turbulence et de maintenir l'harmonie au travail.

Club Afrique : Quel est votre style de management en tant que Managing Director ?

J'ai toujours privilégié un management participatif tout en sachant me montrer directive face à certaines situations. Impliquer les salariés dans la vie de l'entreprise les motive pour considérer le projet de l'entreprise comme le leur. Cela crée une sorte d'intelligence collective qui, pour moi est, l'une des clés de succès pour la réussite d'une entreprise.

Club Afrique : Quelles transformations majeures avez-vous opérées récemment ?

Nous avons dédié un temps très significatif l'année dernière à la recherche et développement qui a donné naissance à un produit innovant dans le domaine de la cybersécurité que nous dévoilerons lors de sa sortie officielle prévue dans les mois prochains, bien qu'il soit déjà utilisé pour les besoins de certains clients.

Nous avons aussi engagé une stratégie de développement en Afrique depuis notre bureau de Casablanca. Plusieurs partenariats sont en cours d'études sur quelques pays africains entre autres au Sénégal et en Côte d'Ivoire.

Club Afrique : Votre meilleur souvenir de l'IAE Paris - Sorbonne ...

Que de bons souvenirs même si mon passage à l'IAE de Paris coïncidait avec une période de changements personnels et professionnels où il n'était pas toujours facile de tout concilier.

Ceci dit, la diversité des étudiants en termes de profil et parcours professionnels, d'âges et de nationalités et le recours systématique aux études de cas réels pour l'ensemble des disciplines, sont autant de choses qui m'ont le plus marqué à l'IAE de Paris par rapport à ce que j'ai pu connaître lors de mes précédentes années d'études.

Club Afrique : Durant cette période de pandémie, quelles sont les actions sociétales que vous avez pu mettre en place en Afrique ?

Nous avons, dès le déclenchement de la crise sanitaire, proposé nos services à titre gracieux, pour les sociétés le demandant. Nous avons en particulier assisté plusieurs clients et des PME en difficulté pour sécuriser leur solution d'accès à distance, évaluer les risques du périmètre des Systèmes d'Information exposé sur Internet et pour faire face aux attaques Cyber qui avaient augmenté de façon importante pendant cette période de crise.

Nous avons aussi proposé de contribuer à la sécurisation de nouvelles solutions/innovations contre le covid-19 qui ont vu le jour pendant cette période de confinement (action en cours).

Enfin, comme toute entreprise citoyenne, nous avons contribué au fonds de solidarité COVID-19 dédié à la gestion de la pandémie du Coronavirus.

Club Afrique : Quels conseils pourriez-vous donner aux futures entrepreneures qui nous lisent et qui souhaitent s'investir dans la création d'une entreprise comme la vôtre ? Quelles sont les étapes à ne pas négliger ?

Quelques points à partager sur le sujet et qui ne sont pas exhaustifs :

- Un bon business plan est un prérequis pour tout projet. Il est important d'identifier dès le départ son offre de service adaptée au marché ciblé ainsi que son besoin en fonds de roulement pour la première année. Le problème majeur en Afrique est le délai de règlement clients qui peut parfois avoir un lourd impact sur l'entreprise.
- Bien choisir ses partenaires qu'ils soient internes (associés, collaborateurs) ou externes. Il faut chercher les bonnes compétences et miser sur la complémentarité entre associés.
- Limiter la première année à des périmètres réduits en termes d'offre de service et de portefeuille client en misant sur la qualité de service ; les clients satisfaits pourront se transformer en prescripteurs (surtout quand on a ni la taille ni les fonds pour se développer rapidement).
- Dans le service particulièrement le secteur informatique, le passage par la case « Freelancer » mono client n'est pas à exclure. Il est souvent plus facile, quand on a la confiance du client, d'étendre ses prestations de service en intégrant d'autres collaborateurs pour ensuite passer à un temps partiel pour développer son activité convenablement chez d'autres clients.
- Garder les pieds sur terre et rester réaliste. On ne peut pas se prendre pour des grands groupes internationaux dès le départ même s'il est bien de s'en inspirer.
- Oser prendre des risques et innover dans de nouveaux sujets dès que la situation financière de l'entreprise le permette.

Elles sont passées par la Revue ...

Depuis le lancement en 2016 de notre revue, nous avons donné la parole à des femmes diplômées de l'IAE Paris qui ont décidé d'apporter leur magnifique contribution au développement du continent africain en y créant des entreprises sur place.



Ghislaine Ketcha Tessa, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (2001) a créé au Cameroun en entreprise spécialisée dans le BTP : Millenium Immobilier, qui a mis l'écologie et la valorisation des matériaux locaux au cœur de son projet d'entreprise ...

Vivian Nwakah, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School, propose une solution pour lutter contre le faux médicament en Afrique de l'Ouest: MEDSAF.

Lauréate Vivatech



Support en direct Nous contacter Magasiner par marque Acheter en tant qu'hôpital / pharmacie Acheter en tant que patient / individu se connecter

COVID-19

Réponse de Covid-19
Connectez-vous et achetez des masques, des gants et même des kits de test Covid-19

Acheter en tant qu'hôpital / pharmacie

Sûr et de qualité
Medsaf effectue le contrôle qualité en tant que service. Nous contrôlons et conservons des produits pharmaceutiques de qualité parce que nous pensons que des médicaments de qualité sont un droit humain fondamental.

Acheter en tant que patient / individu

EPI au bout des doigts
Medsaf est votre partenaire pour tous vos besoins en EPI.

Natty Ngoy, Master Contôle de gestion et audit, IMBA IAE Paris - Sorbonne Business School (2006), a créé la marque d'accessoires et de maroquinerie INADEN.

La production est à 100 % éthiopienne, sa ligne est disponible partout en Europe et à travers le monde en ligne.



Nominations

Période de Quatrième Trimestre 2019 - 2020

Niveau de responsabilités: Managers / Cadres dirigeants

Sources: Presse spécialisée, Retours d'Alumnis

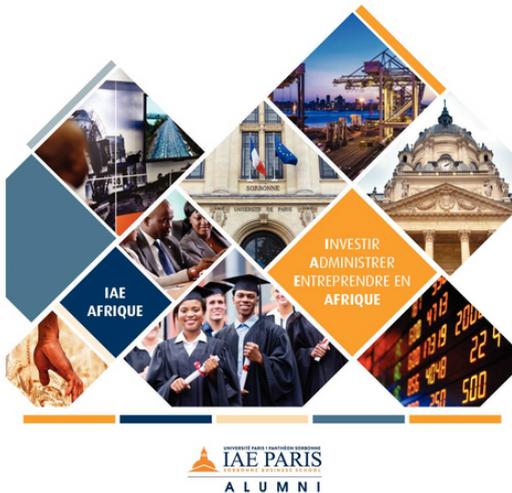
2019 - 2020

- **Patricia Elder Nzondjou Nzeale**, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (1998) a été promue en mai 2020 Directrice de la filiale de la SGS au Cameroun
- **Roger Adom**, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (1993), a été nommé en mai 2020, Ministre de Modernisation de l'Administration et de l'Innovation du Service Public en Côte d' Ivoire
- **Mohamed Simpore**, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (1998), a été promu en novembre 2019, Directeur Général de la filiale de Banque Atlantique au Niger
- **Serge Stéphane Bogbe**, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (2019), a été promu en mai 2020, Regional Head Marketing Intelligence at JA Delmas
- **Brice Kouassi**, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (2019), a été promu en septembre 2019 , Secrétaire d' état chargé de l' enseignement technique et de la formation professionnelle en Côte d' Ivoire.
- **Arsène DIBY**, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (2013), a été promu en mai 2020, Finance Director, West Africa at Friesland Campina

On en parle...



REVUE OFFICIELLE 2019



Un appel à contribution a été lancé pour la 2ème édition de la revue annuelle du Club Afrique.

Merci à tous ceux qui ont déjà transmis des papiers de qualités.

Le comité de lecture accepte encore de recevoir vos ultimes réflexions / contributions.

Le format attendu est un texte d'environ 7000 caractères qui pose une problématique d'ordre socio-économique et environnementale en Afrique et qui l'étudie en formulant des recommandations pour l'avenir.

La revue 2020 constituera encore cette année une lucarne pour les experts engagés pour le continent africain.

Le comité directeur des anciens élèves de l'IAE Paris - Sorbonne Business School, après une sélection rigoureuse a désigné des représentants locaux en Afrique. La liste des référents sélectionnés est disponible sur le [site association](#). Ce développement de notre réseau en Afrique se poursuivra et a été renforcé par la désignation d'un vice-président à l'International. N'hésitez pas à nous contacter (à club-afrique@iae-paris.org) pour contribuer à ce développement en Afrique.

Joël Belinga, Master recherche IAE Paris - Sorbonne Business School (2011), expert-comptable a mis en place le 21 et 22 juin 2020 à Yaoundé au Cameroun un séminaire de haut niveau à la demande des autorités du Cameroun. Le public composé des cadres et dirigeants du ministère des finances a planché pendant deux jours sur l'analyse et examens des états financiers..

L'employabilité des Alumni en Afrique est une préoccupation majeure de notre Club. A ce titre nous sommes en négociation avancée avec un chasseur de tête spécialisé sur le recrutement de managers et cadres en Afrique. A travers ce partenariat nous aspirons à répondre aux nombreuses demandes d'accompagnement qui nous ont été envoyées.

Roger Adom, MBA IAE Paris - Sorbonne Business School (1993) , est passé en 2 mois des postes de directeur des systèmes d'information de la Banque Africaine de Développement à Directeur général de la filiale Vivendi pour la Côte d' Ivoire, puis à ministre en charge de la modernisation de l'administration. Félicitations de l'Alumni IAE Paris - Sorbonne Business School pour ce brillant parcours .

Citation*



We are convinced that the Future and the revolution of Africa will be female.

To all my Working Ladies, Dream big, Work hard and create value. Never settle for less.



[Crédit: workingladieshub.com](http://workingladieshub.com)

The dream in our heart may be bigger than the environment in which we find ourself. Sometimes we have to get out of that environment in order to see that dream fulfilled.

Don't die with the treasure still inside you. Keep pressing forward. Keep reaching for new heights. Don't let other people talk you out of your dreams. Other people's opinions do not determine your potential. So don't be afraid to leave your comfort zone and conquer the World.



Patricia Nzolantima,

Entrepreneure congolaise,

Chairwoman of Bizzoly Holdings,

Founder of Working Ladies WIA Hub, Ubizcabs

** Nous sommes convaincus que l'avenir et la révolution de l'Afrique seront féminins. À toutes mes Working Ladies, rêvez en grand, travaillez dur et créez de la valeur. Ne vous contentez jamais de moins.*

Le rêve dans notre cœur peut être plus grand que l'environnement dans lequel nous nous trouvons. Parfois, nous devons sortir de cet environnement pour voir ce rêve se réaliser. Ne mourrez pas avec le trésor qui est encore en vous. Continuez à aller de l'avant. Continuez à atteindre de nouveaux sommets.

Ne laissez pas les autres vous dissuader de réaliser vos rêves. L'opinion des autres ne détermine pas votre potentiel.

N'ayez donc pas peur de quitter votre zone de confort et de conquérir le monde. Le futur s'écrira au féminin.



Comité de rédaction

Directeur de publication

Macaire Lawin : Responsable Club Afrique

Rédacteur en chef

Tchemwe Léon Fodzo : Co-Responsable Club Afrique

Relations publiques - Événements

Anne-Isabelle N'Guessan

Rédactrice - Mise en page - Conception graphique

Louise-Christelle Kapenga

Nous contacter
club-afrique@iae-paris.org