

http://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/09/09/pour-orange-l-afrique-est-une-opportunit-e-de-croissance-unique-au-monde_4750333_3212.html - xtor=RSS-3208

Le Monde ENTRETIEN

En Afrique, Orange est devenue une banque

Propos recueillis par **Serge Michel**¹



LE MONDE Le 09.09.2015 à 16h33 • Mis à jour le 09.09.2015 à 16h35

Le continent africain compte déjà pour 11 % des revenus d'Orange. Le PDG du groupe français, Stéphane Richard, développe sa vision de l'avenir des télécoms et des technologies en Afrique.

En chiffres, que représente l'Afrique pour Orange ?

Nous y avons dépassé en juillet 110 millions de clients, sur les 240 millions du groupe. Dont 33 millions en Égypte, c'est-à-dire plus qu'en France (27 millions). En 2014, le chiffre d'affaires Afrique et Moyen-Orient a été de 4,3 milliards d'euros, soit 11 % du total. Il y a en Afrique une croissance qui n'existe plus en Europe. De ce fait, la part des revenus africains du groupe ne cesse d'augmenter. Elle était de 7 % quand j'ai pris mes fonctions [en 2011], elle devrait progressivement atteindre 15 %.

Lire aussi : [Télécoms : Orange poursuit son développement en Afrique](#)

Et en termes de bénéfices ?

Notre taux de marge en Afrique est très légèrement supérieur à la moyenne du groupe. Cela s'explique par vingt ans de présence en Afrique, l'expérience nous rend plus efficaces que nos concurrents. La marge brute est de 1,5 milliard. Oui, nous avons une bonne rentabilité, mais ces marges nous servent à investir massivement dans les infrastructures, pour déployer les réseaux. On investit près de 20 % du chiffre d'affaires en Afrique, contre 14 % ailleurs.

¹ Grand reporter, a été directeur adjoint des rédactions (2011-2013) après avoir été rédacteur en chef adjoint du Temps (Genève) et correspondant freelance en Afrique, en Iran et dans les Balkans. Co-fondateur du Bondy Blog en 2005. Auteur de Marche sur mes yeux, portrait de l'Iran aujourd'hui (Grasset, 2010), avec le photographe Paolo Woods, La Chinafrique (Grasset, 2008) avec Paolo Woods et Michel Beuret, American Chaos (Seuil, 2004) ou Un monde de brut (Seuil, 2003). Prix Albert Londres 2001 pour son travail en Iran.

Les technologies ont permis l'éclosion d'entrepreneurs et de start-up. Mais tous se plaignent du manque de capitaux pour démarrer et grandir. Que faites-vous pour eux ?

Nous avons une politique de soutien aux start-up africaines, avec des outils dédiés, comme le programme Orange Fab, lancé en septembre 2014 à Abidjan. C'est un accélérateur de start-up, qui offre de l'accompagnement et de l'expertise, mais surtout une possibilité d'accès à nos clients. Pour la première promotion, nous avons reçu 200 dossiers, nous en avons retenu quatre. L'objectif est de deux promotions par an. On a un autre volet qui consiste à investir directement dans des start-up. Nous avons par exemple participé à une levée de fonds à hauteur de un million d'euros pour la société Afrimarket, qui organise des transferts d'argent convertis en biens de consommation, comme des livres scolaires ou des médicaments. Nous sommes aussi partenaires de plusieurs incubateurs de start-up sur le continent.

Lire aussi : [Orange investit 15 milliards dans ses réseaux](#)

Tout cela ensemble représente combien d'argent ?

Tout ne peut pas se résumer comme cela. Quand on aide une start-up à accéder à un marché, cela a bien plus de valeur que l'argent que nous y investissons. C'est le cas d'Afrimarket qui vient d'ouvrir son service de e-commerce en Côte d'Ivoire en partenariat avec Orange en s'appuyant notamment sur Orange Money.

Lire aussi : [Orange lance un fonds d'investissement dans les start-up](#)

Justement, quels sont les résultats de votre service Orange Money ?

Nous franchissons cette semaine le cap des 15 millions de clients et cela dégage une cinquantaine de millions d'euros de chiffre d'affaires, que nous voulons quadrupler d'ici à 2018. En 2014, cela représente près de 5 milliards d'euros de paiements et de transferts d'argent qui sont passés par Orange Money, et cela continue de croître très rapidement. Ce service améliore aussi beaucoup la relation avec nos clients. Quand vous gérez avec Orange Money l'essentiel de vos comptes personnels, que vous payez vos factures et que toute votre famille utilise le même service, vous êtes moins tenté de partir chez un concurrent !

Lire aussi : [Recrutement en Afrique : quatre entreprises dévoilent leurs plans](#)

Orange est donc devenu une banque ?

Dans certains pays, nous avons un agrément de la banque centrale pour émettre de la monnaie virtuelle. Disons que dans des pays où 80 % de la population n'a pas de relation bancaire, nous sommes une alternative bancaire simple d'accès, sécurisée et bon marché. Même si elle est limitée à certains usages, nous ne faisons par exemple pas de crédit immobilier.

Lire aussi : [L'innovation bancaire, nouveau terrain de chasse des start-up africaines](#)

Comment va se poursuivre le développement d'Orange en Afrique ?

L'Afrique est une opportunité de croissance unique au monde, de par la démographie et le décollage économique. Notre stratégie est de nous renforcer dans les pays où nous sommes déjà, comme le Maroc, où nous venons de nous renforcer au capital du deuxième opérateur, qui est désormais consolidé dans nos comptes, et d'entrer dans de nouveaux pays. Nous sommes en négociations exclusives avec le groupe indien Bharti Airtel pour reprendre ses activités au Congo Brazzaville, au Tchad, au Burkina Faso et en Sierra Leone.



Quels sont les mouvements récents de vos concurrents qui ont retenu votre attention ?

Il y a peu de mouvements récents. Le plus spectaculaire est l'acquisition, l'an dernier, de Maroc Telecom par Etisalat, l'opérateur d'Abou Dhabi. Mais nous avons tous les yeux braqués sur quelques grands pays, comme l'Éthiopie et ses 80 millions d'habitants, ou l'Algérie, qui serait une opportunité formidable.

Votre vision des cinq à dix prochaines années ?

Ce que le désenclavement numérique va apporter au continent est incalculable. L'Afrique est probablement en situation de faire un saut quantitatif et qualitatif gigantesque. L'agriculture connectée, par exemple, se développe très vite pour optimiser l'irrigation et les rendements agricoles. Le potentiel de croissance est immense et le secteur des télécoms est déjà l'un des principaux facteurs de croissance des économies du continent.

Si Google avec ses ballons ou Facebook avec ses drones parviennent à livrer internet très largement en Afrique, ce serait une menace pour vous ?

Au contraire, ces initiatives sont complémentaires. Nous avons une relation étroite avec Google, Facebook et SpaceX, le projet d'Elon Musk. Nous étions l'un des premiers, par exemple, à développer l'accès à Facebook pour des téléphones qui ne sont pas des smartphones. Pour l'instant, ces technologies sont au stade d'expérimentations. Dans tous ces projets, il ne s'agit pas de remplacer une technologie par une autre. Un relais terrestre reste toujours indispensable, car vous ne pourrez pas utiliser, en ville notamment, un smartphone directement connecté à un drone ou un ballon. Nous devons continuer à déployer nos réseaux pour répondre aux enjeux gigantesques de croissance des usages numériques.



Serge Michel