

# Pourquoi les start-up belges lorgnent le Kenya

La Libre Belgique - 30 Mar. 2018

Abonnés Un reportage de Pierre-François Lovens à Nairobi Publié le jeudi 29 mars 2018 à 23h33 - Mis à jour le vendredi 30 mars 2018 à 08h20

Entreprise Dix jeunes pousses belges reviennent de la Silicon Savannah.

H abari ya asubuhi Kenya ! Good morning Kenya ! "Que ce soit en swahili ou en anglais, les Kényans accueillent leurs hôtes avec enthousiasme et de larges sourires. Spontanément, on leur répond par un "Good morning !" que l'on espère tout aussi enthousiaste et communicatif. L'enthousiasme : c'est ce qui marque avant tout le visiteur étranger de passage à Nairobi pour découvrir la "Silicon Savannah" (le nom donné à l'écosystème kényan des start-up technologiques).

Avec Lagos au Nigéria et Le Cap en Afrique du Sud, Nairobi joue les premiers rôles, en Afrique subsaharienne, dans la révolution numérique qui emporte de plus en plus de pays. D'une trentaine de "hubs" technologiques en 2012, on est passé à plus de 400 en 2018 ! Et si le monde "tech", dans sa très grande majorité, garde les yeux rivés sur San Francisco, Londres ou Shenzhen, certains lorgnent l'Afrique, convaincus que le Continent noir sera, tôt ou tard, "the place to be" pour innover et entreprendre sur le terrain du numérique.

Parmi ces convaincus, il se trouve une quarantaine de Belges, fondateurs de start-up et responsables d'ONG. Du 20 au 23 mars, ils sont partis à la rencontre des acteurs de la Silicon Savannah : incubateurs, Fab Labs, coworkings, centres de formation, etc.

Mais quel est donc l'intérêt, pour de jeunes pousses belges, d'aller au Kenya ? "Dans la stratégie de globalisation des start-up belges, il devient nécessaire d'appréhender les spécificités et les besoins de l'Afrique, comme elles le font avec l'Amérique et l'Asie", répond Frederik Tibau, directeur chez Startups.be, une ASBL qui, avec l'association Close the Gap, est à l'initiative de cette mission inédite. Alexander De Croo, qui cumule les portefeuilles du Numérique et de la Coopération, abonde dans le même sens (lire aussi notre interview en pages "Economie") : "Il y a d'énormes opportunités pour nos start-up en Afrique. Et pour la population africaine, le numérique devient un important vecteur de développement. Aujourd'hui, la globalisation va dans les deux sens !".

Un chiffre permet de comprendre le "moteur" de la dynamique kényane : sur les 49 millions de Kényans, on compte 40 millions d'abonnés à la téléphonie mobile. Soit un taux de pénétration de 85 % ! Dès 2007, Safaricom, l'opérateur historique (contrôlé par Vodafone et l'Etat kényan), va profiter de cette forte pénétration du téléphone portable pour lancer M-Pesa (avec un "M" pour mobile et "Pesa" pour argent en swahili). Ce service de paiement par SMS va transformer la vie de plusieurs millions de gens. Aujourd'hui, le téléphone portable et le "mobile banking" (payer, transférer, épargner, emprunter, etc.) occupent une place centrale dans le quotidien des Kényans.

Le succès fulgurant de M-Pesa a déclenché un processus vertueux de création de start-up technologiques. Et ce, dans des domaines qui dépassent les "FinTech". Les innovations touchent à l'énergie (voir ci-contre), à l'agriculture, à l'éducation, à l'environnement, à la santé,...

Pour les start-up belges (dont nous donnons quatre exemples concrets en page 4), l'un des atouts de s'implanter à Nairobi est de pouvoir rayonner en l'Afrique de l'Est. Certes, la vie des affaires n'est pas toujours rose (lenteurs administratives, corruption,...), mais l'entrepreneur étranger y bénéficie d'une stabilité politique et juridique qui n'est pas toujours de mise dans les pays voisins et, surtout, d'un climat entrepreneurial très porteur.

Les start-up peuvent aussi accéder à une main-d'œuvre à la fois compétente dans les nouvelles technologies et moins onéreuse qu'en Asie. Les géants américains (Google, Facebook, Microsoft,...) se tournent d'ailleurs, peu à peu, vers l'Afrique pour recruter des développeurs.

Enfin, comme l'explique Kivu Mihigo, directeur de Bics (filiale internationale de Proximus) à Nairobi depuis 2013, se développer sur le marché kényan nécessite d'être humble. "Il faut apprendre à connaître les spécificités du marché, nouer des partenariats, s'adapter aux besoins locaux. Venir ici en voulant imposer une solution belge n'est certainement pas la bonne démarche".

En fait, le Kenya n'attend rien des start-up belges... Mais si elles choisissent d'y aller, elles y seront les bienvenues !

© IPM Infographics

M-Kopa, la start-up qui éclaire déjà plus de 600 000 foyers

Cette société vend des kits solaires à un prix modéré.

Pauline Githugu, toute pimpante et souriante, nous accueille dans le hall du siège de M-Kopa, implanté au centre de Nairobi. En Afrique de l'Est, M-Kopa fait figure de "success story". "Avant de devenir nos clients, la plupart d'entre eux n'avaient pas accès à l'électricité. Avec notre solution, c'est devenu possible sans qu'ils doivent déboursier une grosse somme d'argent du jour au lendemain", explique la directrice des affaires extérieures de la société.

Face à elle, on découvre un exemplaire du kit "M-Poka Solar" qui fait le succès de la start-up kényane depuis sa création en 2010 par trois anciens de M-Pesa, le fameux système de paiement mobile développé par l'opérateur de téléphonie Safaricom (lire ci-contre). Le kit se compose d'un boîtier (muni d'une carte Sim), de trois ampoules, de chargeurs pour GSM, d'une radio et d'une torche électrique. Désormais, il est aussi possible d'y ajouter une télévision ! Le dispositif fonctionne grâce à un petit panneau solaire placé sur le toit d'une habitation.

M-Kopa Solar a révolutionné la vie quotidienne de plusieurs dizaines de milliers de foyers n'ayant pas accès au réseau électrique kényan. "La commercialisation a démarré en 2012", raconte Pauline Githugu. "Aujourd'hui, nous avons 600 000 clients." Chaque jour, 500 nouveaux foyers s'y ajoutent.

Si M-Poka est un succès, c'est dû à la combinaison du "portefeuille mobile" M-Pesa, du kit solaire et, surtout, d'un plan de paiement avantageux. L'investissement de base s'élève à un dépôt modéré de 30 dollars. "C'est le prix de l'installation du kit. Ensuite, les abonnés ne doivent dépenser que 50 shillings kényans, soit 0,50 dollar, par jour pour faire fonctionner le kit solaire. Après un an de paiement, ils deviennent propriétaires du kit." Le paiement journalier se fait par SMS. Le tout est géré depuis le siège de M-Kopa, à Nairobi, par une centaine de personnes installées dans ce qui ressemble à une "salle de marché"; elles s'occupent de recharger les forfaits solaires et d'accueillir les nouveaux clients.

Pour Jesse Moore, Canadien qui a cofondé la start-up avec Nick Hugues et Chad Larson, l'impact de M-Poka sur la population est multiple. "Cela apporte d'abord un confort de vie à des personnes qui vivent avec environ 2 dollars par jour", dit-il. "C'est aussi une énergie propre et moins chère que le fuel, ce qui permet à nos clients de consacrer leur argent à d'autres besoins essentiels." Pauline Githugu insiste sur deux autres effets : le sentiment de sécurité (les petites maisons situées en zones rurales sont plongées dans l'obscurité dès la tombée du jour) et l'opportunité donnée aux enfants allant à l'école de travailler à la maison le soir. "Grâce à l'éclairage, les écoliers peuvent lire plus tard. Pour M-Kopa, c'est une motivation que d'offrir de meilleures chances pour s'éduquer."

Andela forme l'élite des développeurs

Surtout, ne dites pas qu'Andela est une école de codage ! "Ici, il n'y a ni élèves, ni professeurs. Andela est un espace où on travaille en équipe et où on apprend par soi-même", insiste Joshua Mwaniki, directeur d'Andela à Nairobi, l'un des trois sites d'Afrique avec Lagos (Nigéria) et Kampala (Ouganda). Fondé en 2014 par des Nigériens et des Américains, le réseau Andela - qui a levé, à ce jour, 80 millions de dollars auprès de gros fonds d'investissement (dont celui lancé en 2015 par Chan Zuckerberg, l'épouse du patron de Facebook) - a mis en place une organisation et une méthodologie très particulière pour sélectionner et former des développeurs "full stack". Pour être accepté chez Andela, les candidats doivent franchir un parcours exigeant (test de codage, interview sur les compétences et les motivations, participation à un "bootcamp",...). "Sur 1 000 personnes qui postulent, 10 intégreront Andela."

En quatre ans, près de 80 000 candidatures ont été introduites, avec un taux d'acceptation inférieur à 1 %... Une fois acceptés, les candidats deviennent des employés d'Andela, avec un contrat de travail en bonne et due forme d'une durée de quatre ans. Au cours de leur parcours, ils seront progressivement mis en contact avec les "partenaires" d'Andela. Au nombre de 123, il s'agit d'entreprises privées, majoritairement américaines (mais aussi européennes et africaines), ayant besoin de faire appel à des développeurs talentueux. Avec le risque de s'exiler dans la Silicon Valley ? "Non", répond le directeur d'Andela Kenya. "Notre objectif est qu'ils deviennent des leaders technologiques en Afrique."

Famoco : Terminaux humanitaires

La "scale-up" franco-belge vient d'ouvrir un bureau à Nairobi.

© DR

Antoine Bertout faisait figure du "French guy" de la mission belge à Nairobi. Cet ingénieur, qui a passé près de dix ans chez Skype, a rejoint la pépite parisienne Famoco à l'automne dernier pour prendre en charge la direction du développement des activités auprès des organisations internationales et des ONG. "Famoco est déjà actif dans 37 pays dans le monde", dit-il, "et on vient d'installer un bureau à Nairobi."

Le choix de la capitale kényane n'est évidemment pas dû au hasard. Nairobi accueille en effet l'Office des Nations Unies sur le continent africain. Plusieurs agences et programmes de l'Onu y sont concentrés, dont le "PAM" (Programme alimentaire mondial) que M. Bertout connaît bien pour y avoir collaboré avant de rejoindre Famoco. "En 2015, nous avons remporté un appel d'offres lancé par le PAM."

Famoco, dont l'équipe de recherche et développement se trouve à Bruxelles, s'est spécialisée dans les terminaux de paiement sans contact (technologie "NFC"). Parmi ses services transactionnels, la "scale-up" française déploie des terminaux qui permettent d'identifier, de façon sécurisée, les bénéficiaires de l'aide alimentaire des Nations Unies à l'aide d'une carte NFC. Famoco fait aussi appel à la biométrie et aux empreintes digitales.

"Je quitte Nairobi avec au moins cinq propositions de tester nos technologies", se réjouissait Antoine Bertout au moment de regagner le Vieux Continent, plus convaincu que jamais du rôle appelé à jouer par l'Afrique dans les années et décennies à venir.

Ewala : "Air time" et "mobile money"

Cette plateforme digitale nourrit de belles ambitions en Afrique.

© DR

Il a des origines africaines. Il a grandi en Amérique latine. Il a étudié à Rome. Il est revenu enfin à Bruxelles pour entreprendre dans la "tech". A 29 ans, Sinouhe Monteiro incarne la génération des "Millennials", pour laquelle les frontières sont devenues un non-sens.

Avec son ami Stéphane Ugeux, il s'est lancé, voici trois ans, dans le développement d'une plateforme digitale qui permet de transférer du crédit d'appel vers des numéros de téléphones prépayés. C'est ce qu'on appelle, dans le jargon des télécoms, du "air time". Ce "temps d'antenne" est d'autant plus précieux qu'il peut être converti en "data", voire être revendu. Une pratique très répandue au sein des communautés étrangères, en particulier africaines.

Ewala, le nom de la start-up, travaille aujourd'hui avec plus de 350 opérateurs et agrégateurs téléphoniques dans environ 120 pays. "En Afrique, les gens achètent deux choses en priorité: de la nourriture et de l'air time!", explique Sinouhe. Si vous y ajoutez le succès

du "mobile money", vous comprendrez les raisons qui ont poussé le jeune entrepreneur - lauréat, en juin 2016, du MIC Brussels Boostcamp - à participer à la mission "Silicon Savannah". "On discute actuellement avec la Banque nationale de Belgique pour qu'Uwala soit reconnu comme une institution de paiement. C'est crucial car cela nous permettra d'élargir notre offre de services." A Nairobi, Sinouhe a d'ores et déjà pu nouer un partenariat avec BitPesa, start-up qui s'est développée dans le transfert d'argent en ligne.

Overview : "Best offer, best price"

La start-up belge va aider les Kényans à comparer les 168 offres télécoms !

© DR

Depuis environ un an et demi, Hans Pauwels, accompagné de ses deux fils (Charles et Henri), séjourne au Kenya une semaine sur six. "Pour l'instant, cela suffit. Mais une fois que notre nouveau service, Boost, aura été lancé, on devra envisager une autre solution", dit cet homme qui en est déjà au lancement de son septième business.

Dans un premier temps, père et fils ont développé une application mobile gratuite permettant aux Kényans de suivre l'état de leurs dépenses personnelles effectuées via leur téléphone portable. Ils en ont tiré beaucoup d'enseignements quant aux usages mobiles de la population. Très prochainement, le trio lancera un second produit plus ambitieux. "Ces derniers mois, nous avons encodé les différents 'bundles' (plans tarifaires, NdIR) des cinq opérateurs de téléphonie mobile actifs sur le marché kényan. Au total, on a recensé 168 offres différentes ! Personne ne peut s'y retrouver."

L'application Boost aura pour fonction de comparer les offres et de permettre aux clients de choisir celle qui lui convient le mieux à un moment donné ( "sans devoir consommer de la data mobile", assure Hans Pauwels). Car ces offres évoluent en permanence. Mais la puissance de plateforme sera telle qu'elle intégrera les modifications tarifaires de façon automatisée et très rapide. Avec Boost, la start-up de la famille Pauwels vise surtout les plus jeunes qui ont l'habitude de zapper entre "apps". Avec, à la clé, la promesse d'avoir "the best offer, at the best price".

Geckomatics : Le "mapping" intelligent

La start-up gantoise a mis au point une "caméra intelligente".

© DR

On estime qu'il y aurait 4 milliards de personnes, dans le monde, n'ayant pas encore d'adresse postale. C'est énorme et une source potentielle de sérieux problèmes. Comment faire, par exemple, pour se faire livrer un colis ou envoyer une ambulance sans adresse ? L'Afrique est évidemment concernée par cette problématique.

Bert Cattoor et Peter Leysens, co-fondateurs de Geckomatics, ont mis au point une solution technologique de "mobile mapping" susceptible d'intéresser des Etats, des organisations ou des entreprises du continent africain.

"Notre système est une caméra intelligente à la fois très facile à utiliser et bon marché", explique Bert Cattoor. Cette caméra, intégrée à un boîtier de la taille d'une petite boîte à chaussures (voir notre photo), se pose aisément sur le toit d'un véhicule. Grâce à l'enregistrement des données GPS et du recours à de l'intelligence artificielle (IA), la caméra va être capable d'identifier toute une série d'objets (pylônes, habitations, signaux routiers, etc.) et de les stocker sur un serveur accessible en ligne. "Geckomatics est plus précis et plus efficace que Google Street View, qui fonctionne sur la base de photos", précise l'entrepreneur.

A Nairobi, Bert Cattoor a noué un premier contact avec OkHi, une start-up technologique locale qui vise à doter les habitations d'une adresse. La Croix-Rouge, appelée à intervenir dans des zones non encore cartographiées, serait également intéressée par la solution de Geckomatics.

Pierre-François