

STRATÉGIES

LE MÉDIA DES NOUVEAUX MODÈLES

N° 1968 - 1^{ER} NOVEMBRE 2018 - 5,80€

**Avec YouTube,
Moulinex triple
l'efficacité
sur ses ventes***

*Étude Ekimetrics (Marketing Mix Modeling, septembre 2018) comparant le ROI (volume de ventes/investissements média, indexé sur la TV) de YouTube et de la TV. Google Commerce Limited, 512080, Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Ireland. **Bien plus que des vues.



More than just viewers**

M 06323 - 1968 - F: 5,80 €



Avec YouTube, Moulinex transforme les gourmands en pâtissiers.

Découvrez l'interview sur [ThinkwithGoogle.fr](https://thinkwithgoogle.fr)

*Bien plus que des vues.

More than just viewers*



LE BOOM DE L'ART CONTEMPORAIN. P.32 - DOSSIER: MÉDIAS ET INFLUENCEURS. P.26 - ENQUÊTE: L'HÔTELLERIE D'AFFAIRES, UN BUSINESS CINQ ÉTOILES. P.10 - MOBILE, IA, BLOCKCHAIN... LE CONTINENT AU CŒUR DES TENDANCES. P.24

STRATÉGIES

LE MÉDIA DES NOUVEAUX MODÈLES

N° 1968 - 1^{ER} NOVEMBRE 2018 - 5,80€





TV5MONDE AFRIQUE

Investissez sur tous les supports TV5MONDE AFRIQUE

leader sur les cibles clés en Afrique francophone

Base : audience TV hebdomadaire*

1^{ère} chaîne sur les responsables des achats **49%**

1^{ère} chaîne sur les 30 ans et plus **51%**

1^{ère} chaîne sur les actifs **53%**

1^{ère} chaîne sur les consommateurs les plus équipés **61%****

*Kantar TNS, Africascope 2018 (Septembre 2017 - Juin 2018)
Cumul sur 8 pays : Côte d'Ivoire, Sénégal, Cameroun, République Démocratique du Congo, Gabon, Mali, Burkina Faso, Congo Brazzaville

**Catégories sociales AB

france•tvpublicité
international

Wissam Sahraoui, Directrice du Marketing et des ventes internationales
Wissam.Sahraoui@francetvpub.fr

TÉLÉCHARGEZ
L'APPLICATION



TV5MONDE

La chaîne culturelle francophone mondiale



REPLAY

L'ACTU VUE PAR... Denise Epoté (TV5Monde)

L'ÉVÉNEMENT

HÔTELLERIE : UN BUSINESS CINQ ÉTOILES

BUSINESS

LA TNT GRATUITE S'ANNONCE EN CÔTE D'IVOIRE

ÉTUDE. Afrique subsaharienne : la télé, média toujours leader

FRANCOPHONIE. Une Africaine à la tête de l'OIF

HOW TO. Gérer les réseaux sociaux

ALIMENTATION. Cémoi : du choco, du fun, et ça repart

COMMUNICATION. Alain Yav (Pygma Communication) : « En RDC, on a le goût des histoires »

INNOVATION. Mobile, IA, blockchain... l'Afrique au cœur des tendances

DOSSIER

MÉDIAS ET INFLUENCEURS

INSPIRATIONS

L'ART CONTEMPORAIN AFRICAIN EN PLEIN BOOM

CRÉATIONS. La francophonie a de la suite dans les idées

CARTE BLANCHE. Alemu Emurion (Ogilvy Afrique) : « En Afrique, chaque coin de rue révèle une inspiration »

INTERNATIONAL. Zen et zombie

MANAGEMENT

POUR RÉUSSIR, ÉCOUTEZ LA DIFFÉRENCE

MOUVEMENTS. Nominations et promotions

PORTRAIT

AMIR BEN YAHMED. Citizen Ben

OPINIONS

NUMÉRIQUE. Femmes africaines, les oubliées du digital, par Catherine Reichert

RÔLE MODÈLE. De quoi le CMO est-il le nom ? Par Jérôme Batout

LE BILLET DE... Alexis Le Meur

P.6

P.10

P.14

P.15

P.16

P.18

P.20

P.22

P.24

P.26

P.32

P.34

P.36

P.38

P.40

P.41

P.43

P.44

P.45

P.46

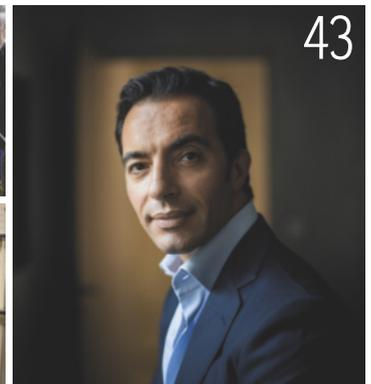
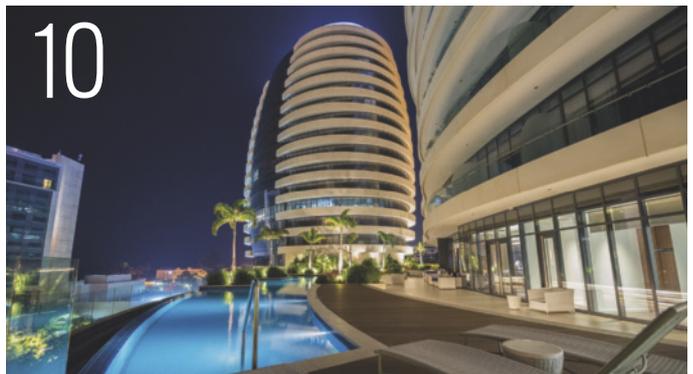


© Thomas Gogny

Les nouveaux visages de l'Afrique

La révolution est en marche : que ce soit dans les médias, l'art contemporain, le marketing ou le monde des agences... l'Afrique est en pleine mue. Une nouvelle génération de dirigeants prend la tête des entreprises, bouscule les codes, réinvente les règles du jeu... Dans ce numéro « Spécial Afrique », vous retrouverez les acteurs de cette génération montante. À l'instar d'Amir Ben Yahmed, le directeur général de *Jeune Afrique* (lire p.43) qui a succédé à son père, Béchir Ben Yahmed, avec pour mission de faire rayonner l'hebdomadaire sur toute l'Afrique francophone. Ou encore d'Alain Yav, à la tête de Pygma Communication, la première agence indépendante en République démocratique du Congo et qui veille à faire grandir son entreprise dans un contexte complexe et incertain (p.22). Parmi ces talents émergents, citons aussi Alemu Emurion, 35 ans, directeur créatif d'Ogilvy Afrique à Nairobi (Kenya) depuis quatre ans, à qui nous avons confié une Carte blanche créative (p.36). Sa première source artistique ? « *L'Afrique et ses habitants m'inspirent, m'aident à devenir une meilleure personne chaque jour* », se livre-t-il. Pour mesurer la mue de la communication des marques en Afrique, il faut aussi comprendre le pouvoir des influenceuses aujourd'hui sur ce continent, à l'image de l'Ivoirienne Edith Brou ou de la Sénégalaise Fatou N'Diaye... (p.30). Excellente lecture !

GILLES WYBO, rédacteur en chef [@GillesWybo](#)



© COUVERTURE: ANDY SMITH POUR STRATÉGIES

L'actu vue par Denise Epoté
directrice de TV5Monde Afrique

« L'ÈRE DES MOBILISATIONS EST PEUT-ÊTRE DE RETOUR »



© CL2P/Christophe Laroche



© Planete Pix/Zuma/Aréa

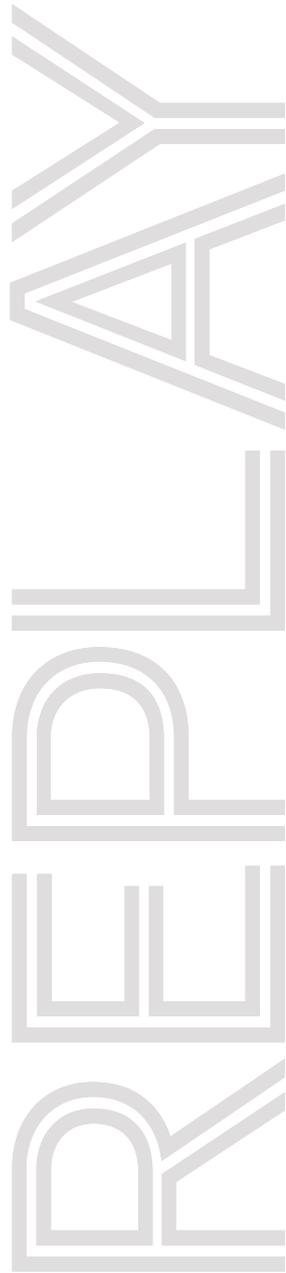
L'élection de Jair Bolsonaro au Brésil.

Voir l'extrême-droite arriver au pouvoir dans ce grand pays jette le trouble dans les esprits. C'est d'autant plus inquiétant qu'une frange non négligeable de Brésiliens, profondément déçue par les sommets atteints par la pauvreté et la corruption, est tentée de prendre ce populiste pour un sauveur. Et même la population métisse et noire, majoritaire dans le pays, se laisse insidieusement gagner par l'idée qu'il est celui qui mettra fin à la pauvreté, qui touche 70 % de leur catégorie. Pour espérer ne pas totalement changer de société, les militants du Parti des travailleurs peuvent encore compter sur la qualité des institutions brésiliennes et sur la vitalité des syndicats. L'ère des grandes mobilisations populaires est peut-être de retour.

Les séries télévisées s'emparent des mouvements #MeToo et #BalanceTonPorc, comme

en témoignent les fictions brésiliennes *Harçèlement* et *Impure*, révélées par The Wit au Mipcom.

Au Brésil, les violences faites aux femmes sont un véritable fléau. Selon l'Institut Datafolha, en 2017, une femme sur trois de plus de 16 ans affirme avoir été victime de violence physique, verbale ou psychologique, au moins une fois au cours de l'année. Il est donc normal que la dynamique mondiale des mouvements #MeToo ou #BalanceTonPorc se retrouve dans les scénarii brésiliens. De tout temps, les séries africaines ont évoqué la condition de la femme. Mais à ce jour, le mouvement #MeToo n'est pas encore perceptible dans les fictions. En tout cas, pas dans celles diffusées sur TV5Monde Afrique. Il y a sans doute une explication. Les producteurs des séries sont... des hommes.



A l'écoute de **vos** **besoins** en Afrique



ETUDES MÉDIAS ET MARKETING EN AFRIQUE

Avec notre filiale Omedia, implantée en Afrique, nous proposons des études sur-mesure pour vous inspirer et éclairer la connaissance de vos publics et de vos cibles dans plus de 15 pays de l'Afrique de l'ouest, l'Afrique de l'est et l'Afrique centrale.

Pour tout renseignement :
etudes-afrique@mediametrie.fr - Tél. : +33 1 47 58 94 42
etudes-audience@omedia-group.com - Tél. : +221 77 644 41 82

www.mediаметrie.fr



Mediametrie



© Getty Images



Canal+ rompt ses discussions avec le cinéma français, faute d'entente sur la chronologie des médias.

C'est bien dommage, car le soutien de Canal+ à l'industrie du cinéma français était, jusqu'ici, fort appréciable. Mais le mode de consommation des contenus ayant évolué, une adaptation s'imposait. Sur le continent africain, Canal+ a construit dans plusieurs capitales des salles de projection, baptisées CanalOlympia. Si une partie des sommes consacrées jusqu'ici au cinéma français pouvaient, demain, servir à soutenir la production africaine, les producteurs et les réalisateurs du continent ne s'en plaindraient pas. Cela aurait du sens que Canal+ soutienne à la fois la production et la diffusion en Afrique en programmant 50% de films africains dans ses salles, et non 5%.

Deezer met le cap sur l'Afrique après avoir levé 160 millions d'euros.

Ce n'est pas surprenant. L'Afrique est un continent de plus d'un milliard d'habitants dont la moitié a moins de 25 ans. Il y a quelques mois, Universal Music et Sony s'installaient à Abidjan, afin de se positionner sur un marché culturel en expansion. Deezer leur emboîte le pas, en pariant sur le dynamisme de la scène musicale anglophone. En 2020, l'Afrique comptera plus d'un demi-milliard d'abonnés aux services mobiles.

La Rwandaise Louise Mushikiwabo nommée secrétaire générale de l'OIF (Organisation

internationale de la francophonie) dès 2019.

Une femme succédera à une femme ! Je m'en réjouis mais regrette que la sortie de Michaëlle Jean n'ait pas été mieux gérée par son pays le Canada. Elle a parlé d'inélégance et je la comprends. Ceux qui, aujourd'hui, lui déniaient son africanité sont les mêmes qui, au sommet de la francophonie de Dakar en 2014, ont souligné qu'elle était d'ascendance africaine. Quant à Louise Mishikiwabo, de par ses fonctions de ministre des Affaires étrangères du Rwanda, elle a été, pendant dix ans, la représentante de son pays aux sommets de la Francophonie. Elle n'arrive donc pas en terre inconnue. Avec sa personnalité, elle poursuivra les missions assignées à l'OIF.

L'assassinat du chroniqueur du Washington Post, Jamal Khashoggi, au consulat d'Arabie saoudite, à Istanbul.

Où l'on découvre un prince capable de procéder, par le biais d'hommes de main, à des purges en règle, dans le plus pur style des régimes totalitaires. Même les mesures cosmétiques, telle la possibilité pour les femmes d'être enfin libres de prendre le volant, s'accompagnent, en douce, d'indicibles mesures de rétorsion, comme l'emprisonnement des femmes activistes les plus en vue, telles Samar Badawi ou Nassima al-Sadah. Il faut juste espérer que quelque chose va changer dans les rapports des puissances occidentales avec l'Arabie saoudite.

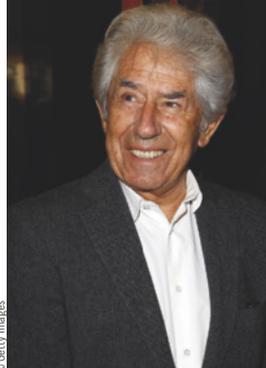
Propos recueillis par **AMAURY DE ROCHEGONDE**

EN BREF

PHILIPPE GILDAS NOUS A QUITTÉS

Figure de la radio (RTL, France Inter, Europe 1) puis de la télévision française (ORTF, TF1, Antenne 2 et surtout Canal +), Philippe Gildas s'est éteint dans la nuit de samedi à dimanche, à l'âge de 82 ans. Son émission « Nulle part ailleurs » avec Antoine de Caunes, diffusée tous les soirs en clair de 1987 à 1997, reste l'une des plus emblématiques de la chaîne cryptée. Elle marque l'introduction de l'infotainment en France : divertissement et info dans le même programme.

© Getty Images



56%

Part des Français qui considèrent que les soldes ne servent plus à rien. Un chiffre en progression de 15 points en huit ans, selon la huitième vague de l'Observatoire des comportements de consommation réalisée par Odoxa pour Emakina et BFM Business.

NOMINATION



NADI BOU HANNA
directeur interministériel du numérique

Dans le cadre du remaniement du gouvernement Philippe, Nadi Bou Hanna a été nommé directeur interministériel du numérique et du système d'information et de communication de l'État. À ce titre, il aura pour mission d'animer et de coordonner la transformation numérique de ses services. Haut-fonctionnaire, également entrepreneur, Nadi Bou Hanna remplace à ce poste Henri Verdier, nommé ambassadeur de la France pour le numérique à compter du 15 novembre prochain.

BET★
HIP HOP
AWARDS '18



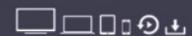
BET



LA CHAÎNE CULTURE NOIRE-AMERICAINE
100% DIVERTISSEMENT

VIACOM INTERNATIONAL
MEDIA NETWORKS
ADVERTISING AND BRAND SOLUTIONS

BET★



La chaîne est disponible sur

L'ART CONTEMPORAIN AFRICAIN EN PLEIN BOOM

CULTURE Hausse des prix des enchères, ouvertures de musées, de galeries, créations de foires d'arts... Autant d'indices qui attestent d'un engouement de plus en plus fort pour l'art contemporain africain.

JULIEN MORIN [@JulienM88](#)

«**F**lorissant» est un mot souvent utilisé pour décrire le marché de l'art contemporain

africain. Ces dernières années, on observe en effet un intérêt croissant pour cet univers notamment via la multiplication d'événements (expositions, foires...) de l'Afrique aux États-Unis, en passant par l'Europe. La troisième édition d'AKAA – Also Known As Africa – au Carreau du Temple à Paris, qui se tiendra du 9 au 11 novembre, en est un exemple concret. Lors de cette foire d'art contemporain centrée sur l'Afrique, 135 artistes seront exposés, issus de 40 pays. Seront également présentes 45 galeries africaines et européennes. L'occasion pour chacun de venir découvrir «l'art contemporain d'Afrique» comme le dénomine Victoria Mann, la directrice d'AKAA. «*Je préfère utiliser cette appellation car je trouve qu'elle représente mieux la diversité de tous ces artistes. Ils sont tous unis par un lien avec ce continent, qu'il soit familial ou simplement par passion*», explique la spécialiste d'origine franco-américaine.

AFRIQUE DU SUD ET NIGÉRIA, LOCOMOTIVES ÉCONOMIQUES DU MARCHÉ. À chaque artiste sa thématique, souvent engagée, où la filiation tient une place importante. C'est le cas de l'artiste cubaine Susana Pilar, qui exposera plusieurs photos familiales de mariage pour raconter



MARCELO BRODSKY établit un parallèle entre les instabilités politiques en Argentine et au Zimbabwe.

son histoire personnelle liée à différents continents. Tariku Shiferaw a quant à lui décidé d'associer musique et origines. Né en Éthiopie, puis parti avec sa famille s'installer aux États-Unis, il réalise de la peinture abstraite au rythme du jazz, musique aux origines afro-américaines. Phyllis Galembo, une artiste américaine, explore la thématique du carnaval pour aborder le sujet de la transmission de traditions aux accents politiques, artistiques, sociaux et religieux. Quel lien entre l'Argentine et le Zimbabwe ? Le photographe argentin Marcelo Brodsky établit un parallèle entre les instabilités politiques

entre les deux pays. Des artistes à découvrir tout au long de la foire d'art AKA. En 2017, la Fondation Louis Vuitton consacrait la totalité de ses espaces ainsi qu'un dense programme pluridisciplinaire à l'Afrique : « Art/Afrique, le nouvel atelier » regroupait ainsi deux expositions, « Les Initiés », un choix d'œuvres (1989-2009) de la collection d'art contemporain africain de Jean Pigozzi et « Être là », une scène contemporaine, auxquelles s'ajoutait une sélection d'œuvres de la collection de la fondation. Autre indicateur de l'engouement pour «l'art contemporain

© Marcelo Brodsky - Courtesy ARTCO Gallery



DR

SUSANA PILAR expose des photos de mariage pour raconter son histoire personnelle liée à différents continents.

d'Afrique», la hausse des prix de ventes aux enchères atteste également d'une nouvelle notoriété. Si les prix d'achat sont encore loin des ventes records (*Balloon Dog (Orange)*, de Jeff Koons, vendu 58,4 millions de dollars en 2013, *Portrait of an Artist (Pool with Two Figures)* de David Hockney, mise en vente et estimée à 69,1 millions d'euros), elles peuvent néanmoins atteindre des sommets. «Ce nouveau marché est en plein boom et les records sont exponentiels», commente Jean-Philippe Aka, marchand d'art et fondateur de l'entreprise de conseil en arts, Africa Art Market. À titre d'exemple, l'œuvre *Retopistics: A Renegade Excavation* de l'artiste Julie Mehretu a été vendue en 2013 pour 4,6 millions de dollars. Au cours des cinq dernières années, les investissements des collectionneurs dans l'art africain sont estimés entre 300 à 400 millions de dollars américains, d'après le Global Africa Art Market Report 2016.



©Tariku Shiferaw- Courtesy Addis Fine Art

PHYLLIS GALEMBO explore la thématique du carnaval pour aborder le sujet de la transmission de traditions. **TARIKU SHIFERAW** étudie également la question des origines, en l'associant à la musique.

Malgré un intérêt mondial et une renommée croissante des artistes, le profil des acheteurs reste encore en majorité intercontinental. «*Même si on trouve des amateurs d'art africain un peu partout dans le monde, on observe une concentration d'acheteurs en Afrique du Sud, au Nigéria et de plus en plus au Maroc*», précise Jean-Philippe Aka. Rien d'illogique : ces pays concentrent une grande part de la richesse du continent. Sur les sept milliardaires africains, recensés dans le classement 2017 de l'agence Bloomberg, trois sont Sud-Africains et deux Nigériens. En matière de PIB (produit intérieur brut), le Nigéria (581 milliards de dollars) est le pays d'Afrique le plus riche, loin devant l'Afrique Sud (276 milliards de dollars), d'après la Banque africaine de développement (la BAD). Ce processus de développement n'a rien d'inhabituel selon Victoria Mann : «*Les investissements culturels locaux sont nécessaires pour ancrer un art dans un rayon-*

nement à plus large spectre. » Plusieurs villes font figure de phare culturel : le Cap et Johannesburg en Afrique du Sud, Lagos au Nigéria, Dakar au Sénégal, Casablanca et Marrakech au Maroc, Abidjan en Côte d'Ivoire, ou encore Cotonou au Bénin... À travers le continent, les expositions se développent, de nouvelles foires d'art voient le jour, des musées se créent. Ces initiatives sont autant de preuves d'un art en plein extension.

DES INITIATIVES À FONDS PRIVÉS. L'année dernière, la ville du Cap inaugurait un nouveau musée, le Zeitz, réservé à l'art contemporain africain. En 2013, un musée du même type ouvrait au Bénin : la Fondation Zinsou, à Ouidah. Située à une quarantaine de kilomètres de la capitale, cette ville chargée d'histoire, connue notamment pour son rôle dans la traite des esclaves de l'Atlantique, est une preuve supplémentaire d'un art engagé. Point commun entre toutes ces initiatives : elles sont seulement financées par des fonds privés. Un frein pour l'expansion de l'art africain d'aujourd'hui ? Victoria Mann ne cache en tout cas pas un regret : le manque actuel d'investissement des gouvernements africains pour promouvoir la richesse culturelle du continent. ♦

La francophonie a de la suite dans les idées

CULTURE À l'occasion de ce numéro Spécial Afrique, *Stratégies* revient sur la dernière campagne proposée par l'Organisation internationale de la francophonie avec l'agence TBWA Paris. Un film d'animation moderne insistant sur les valeurs véhiculées par la francophonie.

ALEXIS LE MEUR  @alex_m2t



AGENCE: TBWA PARIS

À l'occasion du 17^e Sommet de la Francophonie, qui se tenait les 11 et 12 octobre à Erevan (Arménie), l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) présentait, avec l'agence TBWA Paris, un film d'animation de 2 min 30. Un choix clair dès le départ. «*Un film réalisé avec de vraies images raconte forcément une origine et s'éloigne donc des valeurs internationales que nous voulons véhiculer*», explique Fabien Duval, concepteur-rédacteur chez TBWA Paris. Représentant 88 États ou gouvernements (54 membres de plein droit, 7 membres associés et 27 observateurs), la francophonie englobe environ 300 millions de locuteurs

selon l'observatoire de l'OIF, qui estime qu'en 2050, ce chiffre atteindra 700 millions, dont 85 % des francophones et 90 % des jeunes locuteurs de 15 à 29 ans vivront en Afrique. La transition démographique à l'œuvre sur le continent débouchera, dans un premier temps, sur une mortalité plus faible, provoquant une explosion démographique, puis sur une baisse des natalités.

BERCEAU DE LA PUBLICITÉ. Baptisé «La Francophonie, l'idée d'un monde plus humain», le spot part du continent africain. Pour Glen Troadec, concepteur-rédacteur chez TBWA Paris: «*L'idée des quatre pères fondateurs de la francophonie, Léopold Sédar Senghor, Habib Bourguiba, Hamani Diori et Norodom*

Sihanouk, est véritablement née en Afrique. C'est donc logiquement que nous avons commencé notre histoire sur ce continent.» Le film s'ouvre sur la découverte, par un homme, d'une ampoule faisant de la lumière toute seule. Intrigué, il la ramène chez lui et commence à l'étudier avec son petit-fils. «*Nous voulions matérialiser la découverte d'une idée et sa résistance à travers le temps et les épreuves. Un peu à l'image de cette francophonie œuvrant pour un monde plus humain*», raconte Fabien Duval. Par la suite, tous deux voyagent à travers le monde afin de faire expertiser cette ampoule.

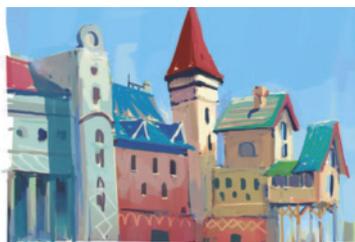
Le clip, réalisé par Vincent Gibaud (Jungler/Wanda), accroche le spectateur par son design graphique. «*Nous avons surtout géré le sto-*

L'AMPOULE QUI NE S'ÉTEINT JAMAIS matérialise l'idée de la francophonie.





PLACE 1: MARCHÉ



PLACE 2: FAÇADES



ABRIBUS: JOUR



ABRIBUS: NUIT

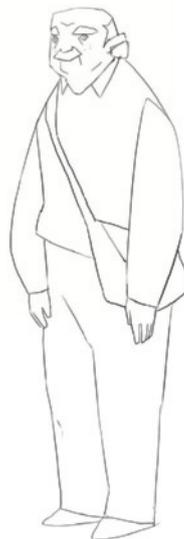


PLACE 3: ENSEMBLE



RUELLE NUIT

LE CLIP accroche le spectateur par son design graphique.



rytelling et laissé à Vincent la responsabilité de l'univers graphique. Nous n'avons pas été déçus!», se souvient Glen Troadec. Un premier film publicitaire réussi pour le réalisateur de 22 ans, qui en appellera d'autres. «Je m'inspire principalement du travail du studio japonais 4°C auquel j'ajoute mon bagage culturel français», précise-t-il, décrivant cette première réalisation comme «une chance, étant donné

la portée du projet». Le travail de TBWA Else rythme le spot de manière magistrale en alternant musique africaine, musique de films à la Tarantino et dubstep. Le projet aura duré huit mois.

CÔTÉ TRASH. «Nous voulions proposer quelque chose de moderne sans le côté parfois lénifiant de l'animation mais avec un côté un peu trash», affirme Fabien Duval.

Après de nombreuses tentatives infructueuses pour briser l'ampoule, des scientifiques à la *Men In Black* tentent leur chance à coups de laser, mitraillettes et autres missiles. Sans succès. Après que les scientifiques, essayant de la détruire, ont été réduits en poussière, on retrouve nos deux héros parmi les gravats. Tout à coup, ils observent une lueur au sol... et retrouvent l'ampoule, l'idée, intacte. Alors longue vie à la francophonie ! ♦

« En Afrique, chaque coin de rue révèle une inspiration »



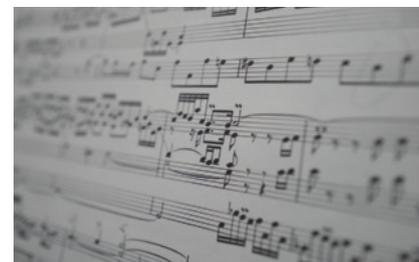
ALEMU EMURON Avec trois Lions en poche et une carrière entièrement construite en Afrique, Alemu Emuron, 35 ans, fait partie de l'élite mondiale de la pub. Élevé en Ouganda, il exerce depuis quatre ans ses fonctions de directeur créatif à Nairobi, chez Ogilvy Afrique.

PROPOS RECUEILLIS PAR MARIE-CAROLINE ROYET [@McRoyet](#)



1 Les athlètes

« Ils sont une source inépuisable d'inspiration pour leurs folles prouesses accomplies et pourtant humaines. La vitesse à laquelle ils courent, la rapidité à laquelle ils peuvent changer de direction, les hauteurs à laquelle ils sautent... Les athlètes sont la preuve vivante que nous pouvons toujours faire mieux. Courir plus vite, sauter plus haut, voir leurs accomplissements m'aident à me dépasser, à ne jamais me contenter de ce que j'ai accompli quand je peux faire encore mieux. Ils sonnent comme un constant rappel que le travail acharné, le dévouement et la volonté de réaliser davantage peuvent faire progresser l'humain. »



3 La musique

« Un jour, quelqu'un m'a dit que la musique était le langage de l'âme, ce fut une révélation. Sur le fait qu'un sentiment puisse être communiqué à quelqu'un à travers une musique, même chantée dans un langage que la personne ne comprend pas. Sur le fait qu'un message puisse voyager sur des kilomètres à travers

une voix ou même un instrument. Je reste ébahi par le pouvoir de la musique, elle peut autant décrire un endroit qu'une personne, sans même qu'un mot ne soit dit. Pour moi, c'est probablement l'outil de communication le plus puissant et sa capacité à dire des histoires m'inspire chaque jour. »

2 Les enfants

« En tant que futur père, je me suis surpris à observer plus attentivement les enfants. J'ai appris à admirer leur peur, l'éternel espoir qui se lit dans leurs yeux, leur courage face à la vie et aux gens, leur désir sans fin d'apprendre en posant de nombreuses questions et la gaieté qu'ils trouvent dans les choses simples de la vie. Au cours des deux derniers mois, je me suis vu devenir plus enfantin : plus optimiste et plus curieux, trouvant de la joie et de la beauté dans les choses qui m'entourent et pour être totalement transparent, j'ai l'impression que c'est comme cela que j'aurai dû vivre ma vie d'adulte. Les enfants me poussent à voir le monde différemment. »



4 L'Afrique

« J'ai eu la chance de découvrir plusieurs régions du monde mais ces voyages m'ont confirmé une chose : il n'y a pas plus dynamique et plus beau que le continent africain. Les vastes collines verdoyantes, les forêts, les déserts, les montagnes, les océans, les paysages y sont infinis. Des milliards de personnes, des milliers de tribus et de langages, des centaines de cuisines et autant de cultures dans un seul et même continent. Tellement similaire et pourtant si différent. Chaque coin de rue en Afrique peut vous révéler une nouvelle inspiration, qu'elle soit représentée par une personne d'une grande beauté avec un sourire plus brillant que le soleil, ou par un esprit de bonté qui réchauffera tous les cœurs. L'Afrique et ses habitants m'inspirent. Chaque jour, ils m'aident à devenir une personne meilleure. »



PORTRAIT

Amir Ben Yahmed

CITIZEN BEN

MÉDIA Amir Ben Yahmed, directeur général du groupe Jeune Afrique, a hérité du goût d'entreprendre de son père, le fondateur. Il laisse le journalisme à son frère Marwane.

DAVID MEDIONI  @davidmedioni

«**R**osebud», c'est le dernier mot prononcé par Citizen Kane dans le film d'Orson Welles.

Le magnat de la presse s'éteint en pensant à «Rosebud», souvenir de son enfance. Amir Ben Yahmed aussi hérite son enfance. Et notamment cette période où son père, Béchir Ben Yahmed à la tête de *Jeune Afrique*, leur donne à lui et à son frère Marwane le goût du journalisme et de l'entrepreneuriat. «*Je suis tombé dans cet amour de la presse, de l'économie et de la politique dès que j'ai été en âge de comprendre*», confirme-t-il.

«**EXIGENCE INTELLECTUELLE**». Son père a été secrétaire d'État à l'Information d'Habib Bourguiba, en 1956, avant d'entrer en conflit avec l'ancien président tunisien. Chez lui, à Paris, défilent des hommes politiques et des businessmen importants pour l'Afrique. De cette ambiance, Amir Ben Yahmed garde une «*exigence intellectuelle*» réelle. Pourtant, quand il s'agit de choisir une voie, il ne se tourne pas vers la presse. Sa première expérience professionnelle a lieu à New York dans la finance. Diplômé de l'Insee, il est courtier pour des institutions européennes aux États-Unis. Il rentre ensuite en France et fait le même métier pour son propre compte. L'entrepreneuriat le gagne. Quelques mois plus tard, son père l'incite à rejoindre l'entreprise familiale. Amir Ben Yahmed passe dans tous les services, rédaction comprise. «*Je n'y suis pas resté longtemps car mon intérêt pour le développement business d'une*



© Thomas Cogny pour Stratégies

PARCOURS

15 OCTOBRE

1971. Naissance.

1994. Diplôme de l'Insee.

1996. Retour à Paris et développement d'une entreprise de conseil.

FIN 1996. Première incursion à *Jeune Afrique* où il occupe différents postes, de la rédaction au contrôle de gestion.

2001. Départ de *Jeune Afrique*.

2007. Retour au groupe Jeune Afrique comme directeur général.

entreprise était déjà très fort», se souvient-il. Il sera chargé de la diffusion, de la promotion, du contrôle de gestion... Son frère Marwane, lui, au contraire, prend vite les rênes de la rédaction et a le virus du journalisme transmis par Béchir.

En 2001, alors que son père s'est mis en tête de rebaptiser son hebdomadaire *L'Intelligent*, une forme de rupture a lieu. «*Les développements de l'entreprise ne me correspondaient pas totalement. Je suis donc parti faire autre chose*», raconte Amir. Ainsi, il crée et dirige une boîte qui conseille les entreprises dans leur développement. C'est en 2007, alors que son père commence à prendre du recul, qu'il revient chez *Jeune Afrique* pour

prendre, avec son frère Marwane, la direction. Depuis, Amir Ben Yahmed envisage son rôle comme celui d'un «*dirigeant d'entreprise avec une fibre entrepreneuriale*». Il a fondé et préside l'Africa CEO Forum qui s'est tenu en mars 2018 à Abidjan. «*Mon père est un véritable entrepreneur parti de rien*», rappelle-t-il. «*Jeune Afrique Media Group est un collectif fort et talentueux. Je donne l'horizon et le cap et je fais en sorte que nous puissions le tenir*.» Pour cela, Amir Ben Yahmed a fixé un plan triennal avec six priorités pour fêter les 60 ans de l'entreprise en 2020. La clé de la réussite? «*Poser une vision, savoir la faire partager, et travailler toujours plus pour tendre vers l'excellence*.» ♦

*Une icône au service
de votre communication*



Le Rubik's Cube, un objet culte pour vos goodies



Rubik's® 3x3



Rubik's® 3x3 Porte-clé



Rubik's® Pot-à-crayons



NEW!
Rubik's® Cable chargeur



NEW!
Rubik's® Enceinte nomade

Designs
Registered



www.rubiksgift.com

