Digitall #1

**Agriculture, éducation, santé, culture, start-up…
24 belles aventures numériques et humaines en Afrique et au Moyen-Orient**

**Agriculture, education, healthcare, culture, start-ups and much more.
24 beautiful digital and human ventures in Africa and the Middle East**

orange

Le magazine de la transformation numérique durable

The magazine for sustainable digital transformation

#1

Cherchons la voie de l'excellence

M^me^ Miriem Bensalah Chaqroun est l'une des femmes d'affaires les plus influentes en Afrique. Elle est à la tête de l'un des plus grands groupes marocains opérant dans plusieurs secteurs. Depuis mai 2012, M^me^ Bensalah Chaqroun est présidente de la CGEM, représentant officiel du secteur privé marocain.

Le Digital est notre avenir mais il est aussi déjà notre présent.

Il bouleverse tous les jours un peu plus nos sociétés et nos cultures mais aussi nos économies et nos entreprises…

Le Digital est devenu un vecteur fondamental de développement et de réduction de la fracture sociale pour nos pays.

Le Digital nous oblige à refonder nos entreprises, notre travail et nos compétences et permet la création d'emplois.

Notre « hyperconnectivité » comporte aussi des risques et nos entreprises doivent pouvoir opérer en toute sécurité dans le monde Digital.

Cette responsabilité doit être portée par tous. Les récentes attaques virales sont là pour nous rappeler que nous devons collectivement adresser ces risques.

Le Digital nous fait enfin revisiter nos frontières. Nous sommes devenus les acteurs d'un village mondial. Le Maroc a saisi cette extraordinaire opportunité en créant par exemple des dizaines de milliers d'emplois de services à l'export. Nous devons cette performance à la mobilisation de tous les acteurs et aux différents plans intégrés d'investissements dans l'offshore. Nous continuerons notre développement digital si nous savons garder notre compétitivité internationale en innovant continuellement.

Notre capacité d'innovation digitale est en effet un levier fondamental de la compétitivité future de notre économie. En boostant ces capacités, nous assurerons le développement de nos entreprises.

Nous devons donc offrir les conditions du développement digital de nos entreprises si nous voulons accompagner la mutation de notre société. Cela suppose concrètement que nos entreprises puissent s'appuyer sur des réseaux de plus en plus performants et compétitifs.

Cela signifie aussi que nous devons soutenir les projets innovants du Digital, que ce soit pour des start-up, PME ou grands groupes.

Dans ce cadre, les initiatives d'Orange de soutien aux start-up dans les domaines de l'agriculture, de l'éducation, de la santé ou encore de l'aide aux femmes témoignent d'une très belle contribution à ce devoir de responsabilité.

Longue vie à « Digitall » !

Miriem Bensalah Chaqroun

Let's search the path of excellence

Ms Miriem Bensalah Chaqroun is one of the most influential business women in Africa. She is the leader of one of Morocco's largest corporations, which operates across several sectors. As of May 2012, Ms Bensalah Chaqroun serves as the president of the CGEM (General Confederation of Moroccan Enterprises), the official representative of the private sector in Morocco.

Digital is not just our future – it's already our present.

Its impact on our societies and cultures, as well as our economies and companies, increases every day.

Digital has now become a crucial catalyst for development and a key driver of social cohesion in our countries.

The digital revolution means that we must reinvent our companies, working practices and skills, and paves the way for job creation.

Nonetheless, our "hyperconnectivity" is also a source of risk, and it is vital that our companies are able to operate safely in the digital world. This is a responsibility that must be shared by all. Recent cyber-attacks serve as a reminder of the need to work together to tackle this threat.

Lastly, digital means that we must reassess our borders in light of the fact that we're all citizens of the new global village. Morocco, for example, has seized this incredible opportunity by creating tens of thousands of jobs in the export services sector. We owe this performance to the mobilisation of all actors and the various offshore investment plans adopted. We must continue to pursue digital development if we are to retain our international competitive edge through constant innovation.

Our capacity for digital innovation is a prerequisite for the future competitiveness of our economy. In boosting this capacity, we are ensuring that our companies will have scope to develop.

That's why we must create the conditions in which our companies can pursue digital development if we are to underpin the transformation of our society. In practice, this involves our companies being able to rely on increasingly effective and competitive networks.

It also means that we must support innovative digital projects, whether they are devised by start-ups, SMEs or major corporations.

To this end, Orange initiatives to support start-ups in the fields of agriculture, education, healthcare and women's issues bear witness to the invaluable contribution the group is making to fulfil its responsibilities in this regard.

Long live "Digitall"!

Miriem Bensalah Chaqroun

© Boggy - stock.adobe.com

Sommaire / Contents

46

24

© clement tardif/sipa/orange

58

38

10

70

© EC/ECHO/Anouk Delafortrie

Digitall #1

Le magazine de la transformation numérique durable en Afrique et au Moyen-Orient / automne 2017

The magazine for sustainable digital transformation in Africa and the Middle East / Autumn 2017

2 ■ **Edito**
Miriem Bensalah Chaqroun

6 ■ **Focus**
Mesurer l'empreinte sociétale

10 ■ **Agriculture**
L'âge de la transformation agricole

24 ■ **Entrepreneuriat**
Numérique et entrepreneuriat : le grand bond en avant

38 ■ **Orange Money**
Des solutions pour l'argent au quotidien

46 ■ **m-Women**
Le numérique au service de l'émancipation des femmes

58 ■ **Education**
Le numérique au service de l'éducation pour tous

70 ■ **Santé**
Numérique et santé : un duo gagnant

82 ■ **Environnement**
Favoriser la transition énergétique et écologique

94 ■ **Quartier libre**
Cultiver les passions

100 ■ **Faits marquants**
Les grands moments de l'année en images

102 ■ **Orange dans le monde**

104 ■ **Orange en Afrique Moyen-Orient**

106 ■ **(A suivre)**
Bruno Mettling

2 ■ **Editorial**
Miriem Bensalah Chaqroun

6 ■ **Focus**
Measuring company footprint

10 ■ **Agriculture**
The era of agricultural transformation

24 ■ **Entrepreneurship**
Digital and entrepreneurship: a catalyst for progress

38 ■ **Orange Money**
Everyday money solutions

46 ■ **m-Women**
How digital can empower women

58 ■ **Education**
How digital can promote universal education

70 ■ **Health**
Digital and healthcare: a winning combination

82 ■ **Environment**
Fostering a transition to greener practices

94 ■ **Orange off duty**
Promoting passion

100 ■ **Highlights**
The key events of the year in images

102 ■ **Orange worldwide**

104 ■ **Orange in Africa and the Middle East**

106 ■ **To be continued**
Bruno Mettling

Digitall Directeur de la publication : Bruno Mettling ■ Directeur de la rédaction : Matthieu Belloir ■ Rédaction : Orange ■ Maquette : Leaders & Opinions ■ Crédits photos : droits réservés sauf lorsque mentionné ■ Impression, fabrication et distribution : ALTAVIA ■ Tirage : 40.000 exemplaires ■ Magazine imprimé sur papier recyclé.

Les articles publiés dans « Digitall » ne peuvent être reproduits sans l'autorisation expresse d' ORANGE MEA - 78, rue Olivier de Serres, 75015 Paris.

Digitall Publishing Director: Bruno Mettling ■ Editor-in-Chief: Matthieu Belloir ■ Editorial Board: Orange ■ Artwork: Leaders & Opinions ■ Photo credits: reserved rights except when mentioned ■ Print, manufacture and distribution: ALTAVIA ■ Printing: 40,000 copies ■ Magazine printed on recycled paper.

Articles published in «Digitall» may not be reproduced without express permission of ORANGE MEA - 78, rue Olivier de Serres, 75015 Paris.

Mesurer l'empreinte socio-économique d'Orange au Niger

Measuring the socioeconomic footprint of Orange in Niger

L'étude d'une empreinte socio-économique repose sur le principe que les impacts d'une entreprise comme Orange ne se limitent pas au seul champ de son activité propre mais génèrent des retombées économiques plus larges. Cette approche permet d'obtenir une vision plus précise du réel poids économique de l'entreprise dans l'économie du pays dans lequel elle opère.

Pour Orange, une telle étude a été réalisée en collaboration avec le cabinet Goodwill-Management en s'appuyant sur la méthode Thésaurus-Leontief basée sur les travaux de Leontief récompensés par un prix « Nobel » d'économie en 1973. Ainsi, en reproduisant de manière très réaliste le fonctionnement d'une activité sur un territoire, et grâce à un outil construit sur cette méthode, l'étude permet de comprendre comment les flux financiers d'une organisation (ses dépenses locales, ses salaires, ses impôts) ont un impact sur les territoires où elle est implantée.

■ Empreinte économique locale d'Orange au Niger

À partir des flux financiers injectés, trois types d'impacts sont quantifiés :

- **Les impacts directs :** ils correspondent à la valeur ajoutée produite par Orange, c'est-à-dire à la différence entre le chiffre d'affaires et les coûts intermédiaires (produits et services achetés pour produire).

The approach taken to assess the socioeconomic footprint of a company like Orange, must not be wholly based on the company's immediate field of activity. The method applied must also take into consideration the broader economic repercussions of its activity in order to provide a more detailed understanding of the true economic impact a company has in the economy of the country in which it operates.

Orange conducted a similar assessment in collaboration with Goodwill-Management, using the "Thesaurus-Leontief" method which is based on Leontief's input-output method, for which he was awarded the Nobel Prize in Economics in 1973. By reproducing the operation of an activity in a country in a very realistic manner, and using a tool built on this method, it is possible to understand what impact the financial flows of an organisation (i.e. its local expenses, wages and taxes) have on the environment in which it operates.

■ Local economic footprint of Orange in Niger

Based on the injected financial flows, three types of impacts are quantified:

- **Direct impacts:** These correspond to the added value generated by Orange, i.e. the difference between turnover and intermediate costs (products and services purchased to produce).

Focus

• **Les impacts indirects :** ils traduisent les retombées économiques générées par les achats locaux d'Orange. Ainsi, chaque euro dépensé génère de l'activité économique chez ses prestataires et fournisseurs.

• **Les impacts induits :** ils correspondent à la capacité à engager d'autres acteurs économiques à effectuer des dépenses de consommation. Ainsi, grâce aux rémunérations versées aux employés d'Orange Niger et ceux de sa chaine de valeur, les activités du Groupe permettent de soutenir la consommation des ménages sur les territoires. De plus, grâce aux recettes fiscales collectées du fait de l'activité économique initiée par Orange Niger, les dépenses et les commandes publiques génèrent également une activité économique et soutiennent de l'emploi public et privé.

Appliquée au Niger, cette méthode démontre que l'empreinte économique locale d'Orange représente près de 67 M€, soit 166% de la valeur ajoutée, ou encore l'équivalent de plus de 22 000 emplois soutenus, c'est-à-dire près de 50 fois le nombre de salariés d'Orange au Niger.

■ Empreinte socio-économique élargie d'Orange au Niger

Au-delà de cette première empreinte économique, une organisation peut aussi créer de la valeur sur un territoire par son activité propre ou ses actions. Ces bénéfices, qui peuvent être sociaux, environnementaux ou économiques, se mesurent à l'aide de la méthode Thésaurus-RBC, une méthode de type SROI (Social Return on Investment).

Par ailleurs, de nombreuses recherches ont permis d'identifier de quelles manières les services mobiles pouvaient améliorer la productivité des travailleurs, en particulier dans les pays en développement.

En utilisant ces méthodes, Orange a ainsi pu mesurer que, les bénéfices cachés et les coûts évités que génèrent au Niger ses programmes sociétaux ont un impact élargi de 34 M€ (dont 17 M€ d'impacts directs – cf.illustration) et que son cœur de métier a un impact de 78M€.

• **Indirect impacts:** These are reflected in the economic spin-offs Orange creates through our local purchases. In other words, each euro that Orange spends generates economic activity for our service-providers and suppliers.

• **Induced impacts:** These represent the ability to stimulate other economic players to carry out consumer spending. By means of the salaries paid to the employees of Orange Niger and those involved in its value chain, the group's operations help to support national household consumption. In addition, through the tax revenues collected as a result of economic activity initiated by Orange Niger, expenditure and public orders also generate economic activity and bolster public and private employment.

When applied to Niger, this assessment measures the local economic footprint of Orange at nearly €67 million, or 166% of value added, equivalent to more than 22,000 jobs; almost 50 times the number of Orange employees in Niger.

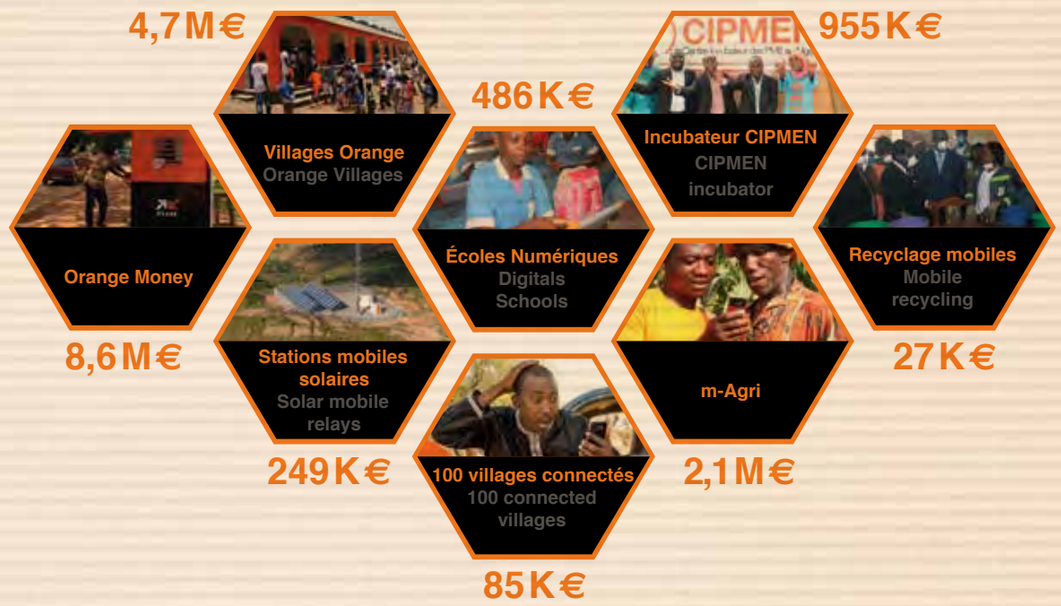
■ The wider socioeconomic footprint of Orange in Niger

Beyond first economic footprint explained above, an organisation can also create value in a country through its activities or actions. These benefits, which may be social, environmental or economic, are measured using the Thésaurus-RBC method, which is a type of Social Return on Investment (SROI) method.

In addition, extensive research has identified ways in which mobile services can improve worker productivity, particularly in developing countries.

Using these methods, Orange has been able to calculate that the hidden benefits and the avoided costs generated by societal programmes in Niger have a wider impact of €34 million (including €17 million in direct impacts – see diagram) and that our core business has an impact of €78 million.

Résultats du SROI des programmes sociétaux
Societal programs SROI results



■ Conclusion

L'impact socio-économique élargi d'Orange au Niger est donc très important. Il représente près de **5 fois la valeur ajoutée comptable et 2,89% du PIB du pays. L'engagement sociétal pèse à lui seul près de 49% de la valeur ajoutée comptable** et constitue un formidable effet de levier pour le territoire.

Au total, les deux empreintes économiques (locale et socio-économique élargie) cumulées, représentent l'équivalent de plus de 50 000 emplois soit près de 100 fois le nombre de salariés d'Orange et 1,26 % des emplois du Niger.

Au travers de son activité propre et de ses programmes de RSE, Orange représente ainsi un acteur majeur qui contribue fortement à l'économie nigérienne. Son impact socio-économique élargi s'avère durable et croissant et contribuera à la valeur du pays à long terme de près de 5,17 %.

■ Conclusion

The wider socioeconomic impact of Orange in Niger is thus highly significant. It represents almost **five times the value added, and 2.89% of the country's GDP. Societal commitment alone accounts for almost 49% of the value added** and constitutes considerable leverage for the country.

In total, the local and wider socioeconomic footprints combined represent the equivalent of more than 50,000 jobs, which is nearly 100 times the number of Orange employees and 1.26% of the total number of salaried workers in Niger.

Taking into consideration the combination of our activities and our CSR programmes, Orange can therefore be considered as a major contributing force in the Nigerien economy. Our wider socioeconomic impact is sustainable and growing, and will contribute long-term to the country's value by nearly 5.17%.

En Egypte, au Botswana, au Mali…
les applications qui font bouger le monde agricole.

L’âge de la transformation agricole

The era of agricultural transformation

From Egypt to Botswana, Mali and more:
the apps that are driving change in the world of agriculture.

Faire gagner le monde rural et les agriculteurs

La transformation agricole en Afrique et au Moyen-Orient est engagée. Le numérique gagne les zones rurales et des programmes sont développés pour apporter aux agriculteurs des services dédiés essentiels qui permettent :

■ **d'améliorer leurs revenus** avec des services donnant accès aux prix des marchés au jour le jour ; des services financiers micro-crédit/épargne/assurance ; des services de mise en relation acheteur/vendeur ou encore des services d'alertes météorologiques.

■ **d'accroître leur productivité** avec des services de formation aux techniques de culture, des services d'informations et/ou alertes météo ; des annuaires professionnels avec géolocalisation ou encore des services financiers de crédit et d'assurance.

■ **de renforcer globalement la chaine de valeur** avec des solutions de collecte des données terrain en temps réel, de suivi logistique des véhicules et des biens ou encore d'amélioration des dispositifs d'irrigation.

Striving for victory for farmers and the rural world

The agricultural transformation of Africa and the Middle East is well under way. Digital is spreading to rural areas and programmes have been developed to provide farmers with dedicated services to:

■ **Improve their income** through services offering access to that day's market prices; micro-loans, savings and/or insurance financial services; buyer/seller introductory services, and even weather forecast notifications.

■ **Increase their productivity** with training services in cultivation; weather information and/or notification services; professional directories with geolocation, and even financial lending and insurance services.

■ **End-to-end strengthening of the value chain** with solutions allowing for real-time collection of land data; logistics monitoring for vehicles and goods, and even improvements to irrigation systems.

11 services m-Agri
8 pays*
+ 500 000 utilisateurs**
* Fin mai 2017 **au 31/12/2016

- **Services d'information sur les prix des marchés :**
  - Labaroun Kassouwa (Niger)
  - Bazar Mada (Madagascar)
  - mLouma (Sénégal)
  - Sénèkela (Mali)
  - Bashaier (Égypte)
- **Centres d'appels conseils agricoles :**
  - Sénèkela (Mali)
  - Hayvokatra (Madagascar)
- **Services de place de marché virtuelle :**
  - Bazar Mada (Madagascar)
  - mLouma (Sénégal)
  - Bashaier (Égypte)
  - mAgri (Botswana)
- **Services de SMS délivrant des informations météo :**
  - Sandji (Mali)
  - mAgri (Botswana)
- **Service de collecte de données :**
  - Agrhymet (Mali)
- **Service de traçabilité et de paiement de subventions**
- **Service de paiement des agriculteurs par Orange Money :**
  - (Côte d'Ivoire)
- **Services d'information techniques culturales :**
  - Sénèkela (Mali)
  - Bashaier (Égypte)
  - Hayvokatra (Madagascar)
  - m-Agri (Burkina Faso)
  - mAgri (Botswana)

11 m-Agri services
8 countries*
500,000 + users**
* End of May 2017 **on 31 December 2016

- **Market prices information services:**
  - Labaroun Kassouwa (Niger)
  - Bazar Mada (Madagascar)
  - mLouma (Senegal)
  - Sénèkela (Mali)
  - Bashaier (Egypt)
- **Agricultural advice call centres:**
  - Sénèkela (Mali)
  - Hayvokatra (Madagascar)
- **Agricultural web marketplaces:**
  - Bazar Mada (Madagascar)
  - mLouma (Senegal)
  - Bashaier (Egypt)
  - m-Agri (Botswana)
- **Rain forecast SMS services:**
  - Sandji (Mali)
  - m-Agri (Botswana)
- **Data collection service:**
  - Agrhymet (Mali)
- **Payment and subsidy tracking service**
- **Farmers' payment service via Orange Money:**
  - (Côte d'Ivoire)
- **Technical cultivation information services:**
  - Sénèkela (Mali)
  - Bashaier (Egypt)
  - Hayvokatra (Madagascar)
  - m-Agri (Burkina Faso)
  - mAgri (Botswana)

Sandji et Sénèkela : deux applications de choix

Sandji and Sénèkela: two game-changing apps

Avec ses partenaires locaux, Orange Mali a développé deux applications qui aident les petits agriculteurs au quotidien dans leur gestion et leur prise de décision.

Sénèkela est un service d'information sur le prix des produits agricoles en temps réel, de conseils sur les techniques culturales, de collecte et diffusion des données météorologiques. Il fonctionne 7 jours sur 7 avec des spécialistes agronomes.

Sandji est un outil d'aide à la décision qui aide les petits agriculteurs à planifier leurs activités agricoles. Chaque matin à 7h, l'agriculteur reçoit un SMS en français ou en bambara qui lui donne une prévision sur 48 heures de la pluviométrie attendue dans son périmètre, son intensité et la probabilité de la tranche horaire. Il reçoit également des prévisions saisonnières et mensuelles.

Avec ces prévisions très précises et la connaissance du prix des produits agricoles, les agriculteurs peuvent réduire les risques et les coûts, augmenter les rendements, optimiser l'utilisation des intrants onéreux. Ils peuvent ainsi prendre des décisions éclairées tout au long de la campagne agricole.

With its local partners, Orange Mali has developed two apps to help small farmers in their day-to-day management and decision-making.

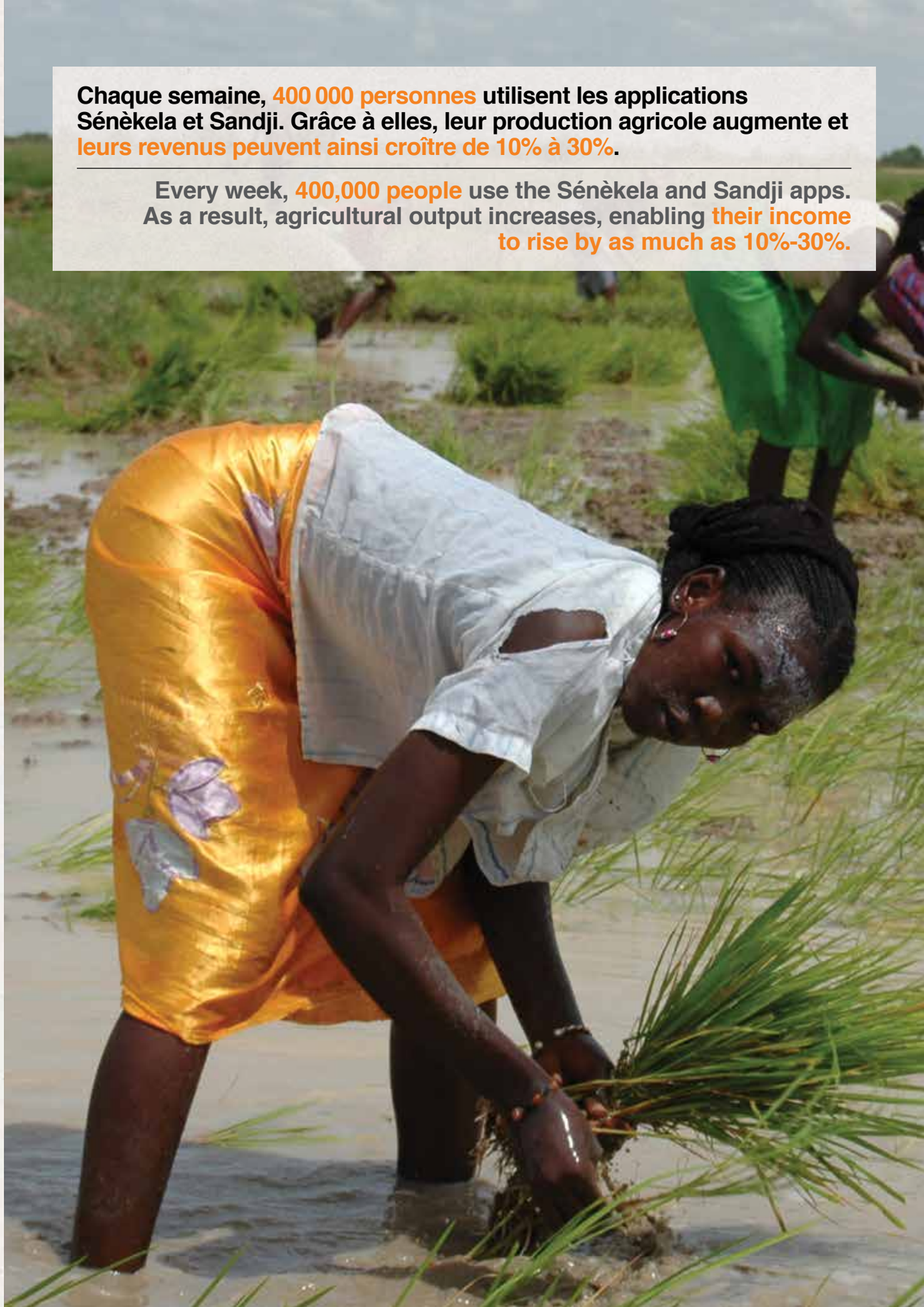
Sénèkela is a service providing real-time information on agricultural prices, advice on farming techniques, as well as the collection and provision of weather data. It operates seven days a week and is manned by specialist agronomists.

Sandji is a decision-making tool that was developed to help small farmers plan their agricultural activities. At 7am every morning, the farmer receives an SMS in French or Bambara providing a 48-hour forecast of the predicted volume and intensity of rainfall on their land, as well as the likelihood of rain in each timeslot. They also receive monthly and seasonal forecasts.

These highly accurate forecasts and knowledge of the prices of agricultural products enable farmers to reduce risk and costs, increase yields and optimise their use of expensive resources. This means that they can make well-informed decisions throughout the agricultural cycle.

Chaque semaine, 400 000 personnes utilisent les applications Sénèkela et Sandji. Grâce à elles, leur production agricole augmente et leurs revenus peuvent ainsi croître de 10% à 30%.

Every week, 400,000 people use the Sénèkela and Sandji apps. As a result, agricultural output increases, enabling their income to rise by as much as 10%-30%.



Agriculture

Bashaier : la 1ère place de marché en ligne pour les exploitants agricoles*

Bashaier: Egypt’s first online marketplace for farmers*

Grâce à Bashaier, des centaines de petits exploitants agricoles peuvent s’insérer dans les cycles de l’agro-industrie égyptienne et internationale.

Bashaier et Orange Egypte ont lancé un service qui vise à l’autonomisation des petits exploitants agricoles en mettant en place un réseau de commercialisation. Ce service contribue ainsi à l’inclusion de ces acteurs ruraux dans les cycles de l’agro-industrie égyptienne et internationale.

Grâce à cette plateforme, disponible en arabe et en anglais, les agriculteurs et tous les bénéficiaires du service obtiennent les informations nécessaires sur les prix des légumes, des fruits, ainsi que des plantes médicinales et aromatiques.

Les agriculteurs reçoivent également des prévisions météorologiques et des techniques culturales en fonction de la zone géographique de chaque abonné.

Enfin, grâce à ce service, acheteurs et vendeurs peuvent se mettre en relation.

Thanks to Bashaier, hundreds of small-scale farmers can carve a niche for themselves in the agribusiness cycle in Egypt and further afield.

Bashaier and Orange Egypt have launched a service aimed at empowering small farmers through the creation of a marketing network. The service helps individuals in rural areas to carve a niche for themselves in the agribusiness cycle in Egypt and further afield.

Thanks to this platform, which is available in Arabic and English, farmers and subscribers to the service can access the information they need on the prices of vegetables, fruit, as well as medicinal and aromatic plants.

Farmers also receive weather forecasts and farming techniques tailored to their geographical region.

Last but not least, the service facilitates contact between buyers and sellers.

Finally, thanks to this service, buyers and sellers can get in touch.

* Bashaier est la première place de marché en ligne déployée en Egypte en partenariat avec un opérateur.
* Bashaier was the first online marketplace to be rolled out in Egypt in partnership with an operator.

Botswana

mAgri : un service de vente virtuel
mAgri: a virtual sales service

mAgri Botswana est une application mobile qui permet aux fermiers, notamment ceux vivant dans les zones reculées, de mettre à la vente leurs produits sur le marché national. Ce service est accessible sans connexion internet.

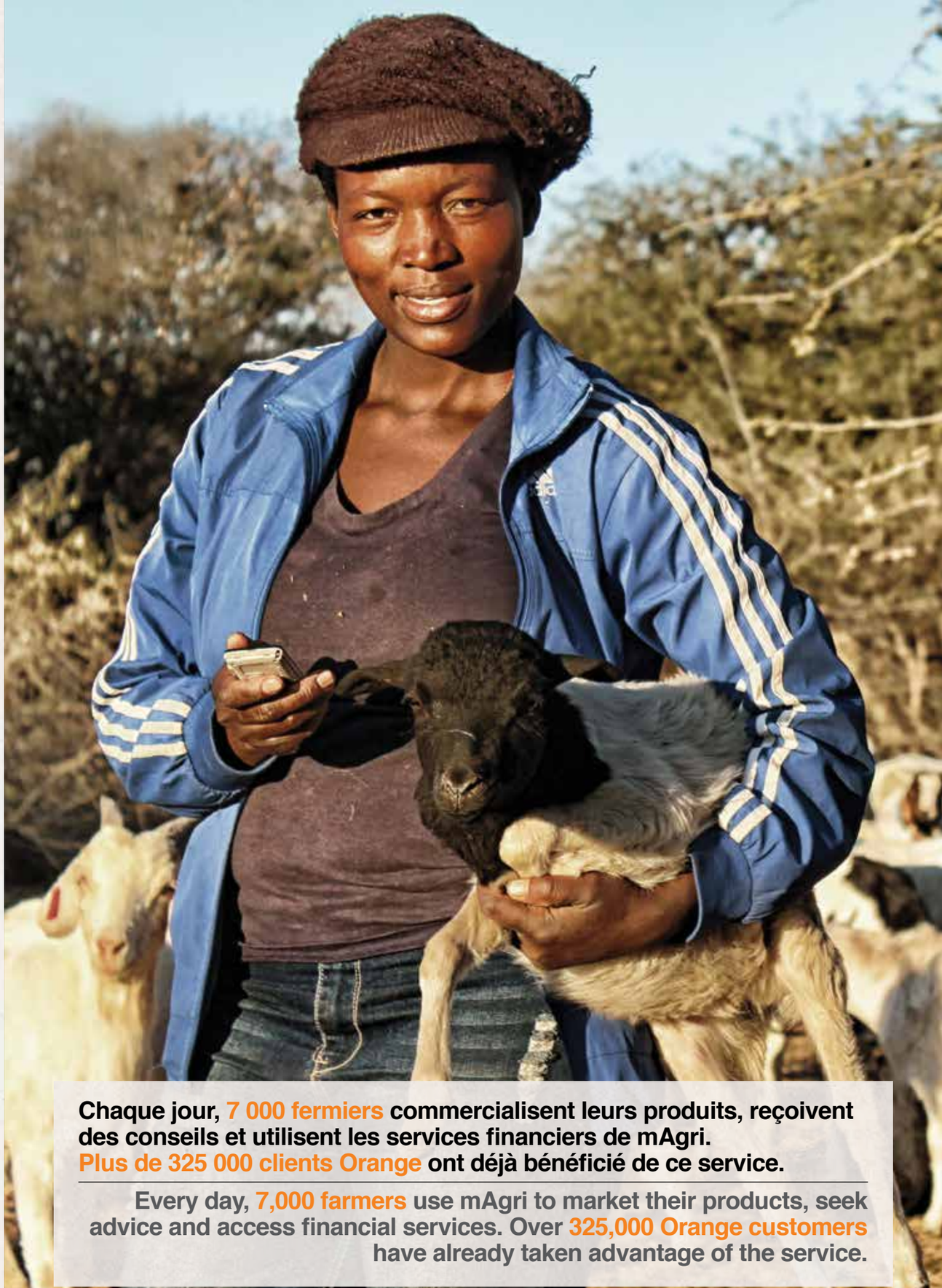
mAgri est une application mobile USSD qui transforme la façon dont la communauté agricole interagit. Elle permet à tous les fermiers (y compris dans les villages éloignés) de commercialiser leurs produits et services à travers le pays. Cet outil puissant permet aux fournisseurs de services et aux autres utilisateurs de créer leurs propres magasins mobiles. Il permet également aux agriculteurs de rechercher et de comparer les prix sur des centaines de produits et de services.

En utilisant n'importe quel téléphone mobile et de n'importe où, en composant simplement *118#, les fermiers accèdent aux informations les plus récentes du Ministère de l'Agriculture ainsi qu'à des acheteurs et des vendeurs à l'échelle nationale et internationale. Ils peuvent également échanger avec d'autres agriculteurs et grossistes et demander des prêts à court terme auprès d'institutions financières depuis chez eux, participant ainsi au fonctionnement d'un écosystème complet au sein de la communauté agricole.

mAgri Botswana is a mobile app enabling farmers – particularly those living in isolated areas – to sell their products on the national market. It is possible to access the service without an internet connection.

mAgri is a USSD mobile app that is transforming the way in which the farming community interacts. It enables all farmers, even those in remote villages, to sell their products and services throughout the country. This powerful tool allows service providers and other users to create their own mobile shops and permits farmers to search and compare prices on hundreds of products and services.

Users can access the service from any mobile telephone and any location, by simply dialling *118#. The app provides farmers with updates from the Ministry of Agriculture and connects them to buyers and sellers on the national and international stage. They can also communicate with other farmers and wholesalers and seek short-term loans from financial institutions, all from the comfort of their own home. The idea is to create a full ecosystem within the agricultural community.



Chaque jour, 7 000 fermiers commercialisent leurs produits, reçoivent des conseils et utilisent les services financiers de mAgri. Plus de 325 000 clients Orange ont déjà bénéficié de ce service.

Every day, 7,000 farmers use mAgri to market their products, seek advice and access financial services. Over 325,000 Orange customers have already taken advantage of the service.

Les chiffres clés de l’agriculture — Key figures for agriculture

60%

des emplois en Afrique subsaharienne sont issus du secteur agricole*

of jobs in sub-Saharan Africa are within the agricultural sector*

48 milliards de US $

de revenus potentiels supplémentaires pour les petits agriculteurs d’ici à 2020 grâce aux TIC**

US$48 billion in additional potential revenue for small farmers by 2020 thanks to ICT**

60%

des 400 000 villages africains bénéficient désormais d’une couverture réseau***

of the 400,000 African villages now have network coverage***

* Banque Mondiale Février 2016, ** Altaï Consulting 2016, GSMA 2015, *** Deloitte, Février 2016

* World Bank, February 2016, ** Altaï Consulting 2016, GSMA 2015, *** Deloitte, February 2016

Orange aide les start-up d'Afrique et du Moyen-Orient à se développer durablement.

Numérique et entrepreneuriat : le grand bond en avant

Digital and entrepreneurship: a catalyst for progress

Orange is helping start-ups in Africa and the Middle East to secure sustainable growth.

© mavoimages - stock.adobe.com

Soutenir l'entrepreneuriat

Orange soutient les écosystèmes des TIC à travers de nombreux programmes.

- Des **incubateurs** avec des partenaires locaux (Sénégal, Niger, Guinée, Mali).
- Des **Orange Fab** (Jordanie, Sénégal, Côte d'Ivoire, Cameroun).
- Le **financement de start-up** avec des fonds d'investissement :
  - Orange Digital Ventures Africa
  - Teranga Capital au Sénégal
  - Comoe en Côte d'Ivoire.
- Le **Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et au Moyen-Orient.**
- **Orange Developper Challenge,** challenges de recherche scientifique.
- **Entrepreneur Club,** un site internet dédié aux start-up et aux créateurs d'entreprises.
- **Orange Developer Center,** le centre d'expertise dédié au développement mobile en Tunisie.

Supporting entrepreneurship

Orange supports ICT ecosystems through several programmes.

- **Incubators** with local partners (in Senegal, Niger, Guinea and Mali).
- **Orange Fab** (in Jordan, Senegal, Côte d'Ivoire and Cameroon).
- **Start-up financing** with investment funds:
  - Orange Digital Ventures Africa
  - Teranga Capital in Senegal
  - Comoe in Côte d'Ivoire.
- **The Orange Social Venture Prize Africa & Middle East.**
- **Orange Developer Challenge** scientific research challenges.
- **Entrepreneur Club** – a website tailored to start-ups and business leaders.
- **Orange Developer Center,** the center of expertise dedicated to mobile development in Tunisia.

MedTrucks remporte le Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et au Moyen-Orient

MedTrucks wins the Orange Social Venture Prize Africa & Middle East

La détection de jeunes talents est au cœur de la stratégie d'Orange. Le Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et au Moyen-Orient, (POESAM) créé en 2011, a déjà soutenu une vingtaine de projets dont MedTrucks, lauréat du prix en novembre 2016.

MedTrucks a été créé pour accompagner les acteurs de la santé dans le déploiement d'unités mobiles de soins dans les déserts médicaux au Maroc et dans les pays émergents.

L'enjeu est de lutter contre les déserts médicaux en apportant les soins au bon moment, au bon endroit et aux bons patients à travers le développement d'une gamme complète de services comprenant :

- une cartographie en temps réel ;
- des outils de tracés d'itinéraires pour optimiser l'offre de santé ;
- un catalogue en ligne d'unités mobiles ;
- et une plateforme de formation pour les professionnels.

Identifying talented young people is a cornerstone of our strategy at Orange. The Orange Social Venture Prize Africa & Middle East (OSVP), launched in 2011, has already supported around 20 projects including November 2016 prizewinner MedTrucks.

MedTrucks was founded with the aim of helping healthcare professionals to roll out mobile treatment units in medical deserts in Morocco and other developing nations.

The company has an innovative approach to combating medical deserts and ensuring that treatment reaches the right patients, in the right place, at the right time. It has developed an extensive range of services including real-time mapping, itinerary planning tools to optimise healthcare provision for patients, an online database of mobile units and a professional training platform.

■ **Témoignage : Anass El Hilal**

"Au-delà des 25 000 euros de récompense et du financement du brevet, ce prix apporte d'abord une visibilité et légitimité supplémentaire. Un vrai label qui facilitera le déploiement de MedTrucks sur le continent africain. **Le Groupe Orange dispose d'une division Orange Healthcare** avec laquelle je souhaiterais collaborer pour prototyper une solution clé en main pour les hôpitaux africains".

■ **Testimonial: Anass El Hilal**

"Aside from the €25,000 award and the financing of the patent, this prize is above all about additional visibility and legitimacy. It is a true seal of quality that will facilitate the rollout of MedTrucks on the African continent. The **Orange Group has an Orange Healthcare division** with which I look forward to working more closely to prototype a turnkey solution for African hospitals."

La génération numérique montante

Entre Guinée et Niger, regards croisés sur l'entrepreneuriat en Afrique, avec Fatoumata Guirassy (F.G.), Directrice de SabouTech et Almoktar Allahoury (A.A.), directeur du CIPMEN : deux incubateurs qui marquent l'avènement d'un nouvel écosystème sur un continent en pleine évolution.
Promoteurs et chevilles ouvrières de cette nouvelle ère, ils témoignent de la formidable dynamique d'une génération numérique africaine qui monte.

■ **Fatoumata Guirassy, Directrice de SabouTech**

Fatoumata Guirassy est née et a grandi en France, où elle a passé un Master en économie internationale à la Sorbonne, puis un MBA développement de projet en développement durable. Elle travaille cinq ans en tant que consultante dans les systèmes d'information, et c'est un VIE qui la conduit finalement en Guinée, pays d'origine de ses parents. Directrice de l'incubateur SabouTech, elle a travaillé à sa mise en œuvre institutionnelle, et accompagne aujourd'hui une dizaine d'entreprises en incubation ou pré-incubation. Construit sur le même modèle de partenariat public/privé que le CIPMEN, Saboutech est le tout premier incubateur de Guinée.

■ **Fatoumata Guirassy, Director of SabouTech**

Fatoumata Guirassy was born and raised in France, where she earned a Master's in International Economics at the Sorbonne University, followed by an MBA in Sustainable Development. She worked as an IT systems consultant for five years before a corporate volunteering programme finally took her back to Guinea, her parents' country of origin. In the ten months she has spent as Director of SabouTech, she has worked tirelessly to get the incubator up and running and now supports around ten companies in the incubation and pre-incubation phases. Built on the same public/private partnership model as CIPMEN, SabouTech is Guinea's very first incubator.

The emergence of the digital generation

From Guinea to Niger, we hear two different perspectives on entrepreneurship in Africa with Fatoumata Guirassy (FG), Director of SabouTech, and Almoktar Allahoury (AA), Director of CIPMEN – two incubators that mark the emergence of a new ecosystem for a changing continent.
As advocates for and protagonists in this new era, they have witnessed first-hand the meteoric rise of Africa's burgeoning digital generation.

■ **Almoktar Allahoury, Directeur du CIPMEN**

Almoktar Allahoury est Nigérien. Il a suivi une classe préparatoire au Maroc puis des études d'ingénieur en France, avant d'intégrer plusieurs cabinets de conseil. Rentré dans son pays en 2012, il devient Directeur du Centre Incubateur des PME au Niger (CIPMEN). Le CIPMEN a lancé officiellement ses activités en 2014 avec cinq entreprises en incubation. Créé sous la forme d'une association appuyée par un partenariat public/privé rassemblant notamment de grandes entreprises françaises, dont Orange, l'incubateur accompagne aujourd'hui douze entreprises dans les domaines du numérique, des énergies renouvelables, de l'environnement et de l'agro-business.

■ **Almoktar Allahoury, Director of CIPMEN**

Almoktar Allahoury hails from Niger. He took preparatory classes in Morocco and studied engineering in France before working at a number of consultancy firms. When he returned his country in 2012, he became the director of the Centre Incubateur des PME au Niger (Incubation Centre for SMEs in Niger, CIPMEN). CIPMEN officially opened its doors in 2014, when it supported five companies in the incubation phase. Launched in the form of an association and underpinned by a public/private partnership bringing together major French companies including Orange, among others, the incubator now supports 12 companies in the digital, renewable energy, environment and agribusiness sectors.

Entrepreneuriat / Entrepreneurship

■ **Orange : Vous avez fait le choix de quitter une situation professionnelle confortable à l'international pour vous lancer dans l'entrepreneuriat dans vos pays d'origine. Pourquoi ?**

■ **F.G.:** Mes parents sont très attachés à leur pays d'origine, et j'ai toujours vécu dans une double culture. J'étais émerveillée à chaque voyage au pays. Le déclic s'est réellement opéré lors de missions en Afrique alors que je travaillais dans une entreprise en France… J'ai senti qu'il y avait quelque chose à faire, des opportunités à saisir.

■ **A.A.:** C'était mon plan de départ. Mon profil est rare au Niger, et j'ai été boursier de l'État jusqu'à vingt ans. C'était naturel d'y retourner : tout ce que l'on fait là est plus impactant. Ici, on a le sentiment de pouvoir profiter du saut technologique, il y a moins de pesanteurs et on peut réellement construire des choses pour l'avenir, avec des défis qu'aucun pays n'a jamais connu.

■ **Orange : Comment l'Afrique est-elle en train de changer ?**

■ **F.G.:** Quand on rencontre nos homologues d'autres incubateurs, on voit que les choses bougent. Les jeunes réalisent qu'ils ne peuvent pas compter uniquement sur l'État, et que les problèmes peuvent se transformer en opportunités. En Guinée, le pays est doté d'un grand potentiel, et d'une population jeune nombreuse et dynamique, dont malheureusement 60% est au chômage. L'entrepreunariat est une réponse directe dans un pays où l'offre d'emploi est au plus bas. Le modèle de l'incubateur apparaît comme le tremplin dont le pays a besoin.

■ **A.A.:** Il y a quinze ans, on surnommait l'Afrique le « continent sans espoir ». Aujourd'hui, on parle d'une « Afrique qui se lève ». La diaspora a tendance à rentrer, il y a un réel dynamisme dans le domaine de l'innovation. Au Niger, le défi est immense. Avec le CIPMEN, qui est le premier projet d'incubateur du pays, nous voulons montrer l'exemple à travers des réussites concrètes pour poser les premières briques d'un écosystème.

■ **Orange : You chose to leave a comfortable professional situation abroad to set up as entrepreneurs in your countries of origin. Why did you make that decision?**

■ **F.G .:** My parents have a strong emotional attachment to their country of origin and I've always embraced both cultures. Every time I visited the country, I was amazed. But it really clicked for me during my business trips to Africa when I was working for a French company – I felt that there was work to be done and opportunities to take.

■ **A.A .:** It was my plan from the start. My profile is rare in Niger and I received a government bursary until the age of 20. It was natural for me to come back: everything you do there has more of an impact. Here, you feel that you can really make the most of technological advances. There is less red tape and you can truly build for the future and overcome challenges that no other country has faced.

■ **Orange : How is Africa changing?**

■ **F.G .:** When we meet our counterparts from other incubators, it's clear that things are changing. Young people are realising that they can't rely on the government alone, and that problems can be turned into opportunities. Guinea has great potential and a large, dynamic, youth population, 60% of whom are unfortunately unemployed. Entrepreneurship is a direct response in a country where job offers are few and far between. The incubator model is the jumping-off point the country needs.

■ **A.A .:** Just 15 years ago, Africa was dubbed the "hopeless continent". Now, people are saying that "Africa is on the rise". Members of the diaspora are increasingly returning, and there is real impetus in the innovation sector. In Niger, the challenge is immense. We hope that through CIPMEN, which is the country's first incubator project, we will be able to use examples of tangible success stories to lay the foundations of an ecosystem. SMEs are a direct response to unemployment. By hiring and innovating, they

La PME est une réponse directe au chômage : elle embauche, innove et permettra ainsi de créer une classe moyenne, moteur de l'économie.

■ **Orange : Fatoumata, y-a-t-il un rôle particulier des femmes dans ces nouvelles formes d'économie ?**

■ **F.G. :** En Guinée, les femmes ont un rôle très important dans l'économie informelle, les petits commerces, les marchés… Mais elles sont beaucoup moins présentes dans la nouvelle économie, car elles ne sont pas conscientes de tout ce qu'elles peuvent y faire. Ainsi, nous recevons peu de candidatures de femmes à SabouTech. Une partie de notre programme est dédié à la sensibilisation des jeunes femmes aux TIC : nous cherchons la parité dans les groupes d'étudiants auxquels nous nous adressons, et nous encourageons les candidatures féminines.

■ **Orange : Almoktar, quelles sont vos attentes vis-à-vis de l'Europe et des grands groupes industriels qui vous soutiennent comme Orange ?**

■ **A.A.:** Le lancement du CIPMEN et de SabouTech a été initié notamment par Orange, et des institutions ont été invitées à la table pour un partenariat public/privé. Cette organisation en association, au contact d'acteurs de poids, est très bénéfique au démarrage pour acquérir tous les outils, et facilite l'accès aux investissements pour nos start-up. C'est ce genre de relation que nous voulons entretenir dans le futur.

will create the middle class who will drive the economy forward.

■ **Orange: Fatoumata, do women have a specific role in these new economic structures?**

■ **F.G .:** In Guinea, women play an important role in the informal economy, small businesses, markets, etc. However, they have far less of a presence in the new economy because they aren't aware of all the opportunities available to them. At SabouTech, we receive very few applications from women. Part of our work involves raising awareness of ICT among young women. We try to ensure gender parity in the groups of students we speak to, and encourage girls and women to apply.

■ **Orange : Almoktar, what are your expectations for Europe and major corporations?**

■ **A.A .:** Orange, among others, initiated the launch of CIPMEN and SabouTech, and institutions were brought onboard for a public/private partnership. Being structured as an association and having close ties to influential players is highly beneficial in the early stages when we're in need of tools and seeking access to investment for our start-ups. This is the type of relationship we hope to maintain in the future.

Orange Developer Center au cœur du Programme Innovation d'Orange Tunisie

Orange Developer Center at the heart of the Orange Tunisia innovation program

Orange Tunisie a réinventé son Orange Developer Center pour offrir un concentré d'innovation 2.0 aux jeunes Tunisiens qui souhaitent se former et développer leur projet.

En 2016, Orange Tunisie a lancé la nouvelle version de son « Orange Developer Center », un espace de formation et de collaboration à la pointe de la technologie.

Quel que soit le besoin, initiation, encadrement ou accompagnement, Orange Tunisie met les ressources humaines et matérielles nécessaires à la disposition des différents publics accueillis.

Dans ce nouvel espace ultramoderne et doté d'une plus grande capacité d'accueil, l'opérateur met à disposition des porteurs de projets :

- des spécialistes du développement, du design et d'UX ;
- 22 ordinateurs Mac et 12 Wyse Windows, tous connectés à l'environnement Cloud d'Orange Tunisie ;
- des machines virtuelles.

Le tout en accès libre et totalement gratuit.

Orange Tunisia has reinvented the Orange Developer Center to offer the essence of innovation 2.0 to young Tunisians seeking training and business development.

In 2016, Orange Tunisia launched a new version of the Orange Developer Center, a cutting-edge hub for training and collaboration. Whatever their needs, development stage, management or level of support, Orange Tunisia provides the human and material resources required by the various user groups.

In this new ultra-modern space with a larger hosting capacity, Orange offers project initiators:

- development, design and UX specialists;
- 22 Mac and 12 Wyse Windows computers, all connected to the Orange Tunisia cloud platform;
- virtual machines.

Access is open and free of charge.

Les chiffres clés de l'entrepreneuriat Orange

Key figures for Orange entrepreneurship

95%

des start-up lauréates du POESAM* depuis l'origine poursuivent encore leur croissance aujourd'hui

of all start-ups that have won the OSVP* since its inception are still growing

*Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et au Moyen-Orient

*Orange Social Venture Prize Africa & Middle East

50 millions d'euros

d'investissement dédié aux start-up africaines*

€50 million in investment earmarked for African start-ups*

* Fonds du Programme Orange Digital Ventures Africa

* Orange Digital Ventures Africa Programme Fund

+4 500

participants*

4,500+ participants*

* au POSEAM depuis 2011 / *for OSVP since 2011

300 000

Visiteurs Uniques sur le site Entrepreneur Club*

unique visitors to the Entrepreneur Club website*

* En 2016 / *In 2016

© F8studio - stock.adobe.com

Dans un continent où le taux de bancarisation est inférieur à 25%, le compte de monnaie électronique Orange Money est l'illustration la plus spectaculaire de ce que le numérique peut apporter à l'Afrique et une solution de référence du paiement mobile.

Gérer son argent au quotidien

Manage your everyday budget

In a continent where less than 25% of the population uses banking services, the Orange Money e-money account is a potent illustration of how much Africa stands to gain from digital, and also the leading solution in the world of mobile payments.

Une solution simple et universelle de transfert d'argent et de paiement

Orange : un acteur majeur du Mobile Money

« Orange Money, lancé en Côte d'ivoire en 2008, a franchi le cap de 10 millions de clients qui l'utilisent chaque mois sur 32 millions de clients inscrits, un cap important qui témoigne de l'importance d'Orange Money dans la vie quotidienne de nos clients » indique Marc Rennard, Directeur Général Adjoint, Expérience Client et Mobile Banking.

Le mobile a révolutionné les usages du continent dans le domaine bancaire en devenant un outil de transactions financières pour des populations privées de l'accès aux banques. Plus d'un demi-milliard de personnes ont ainsi accès à un compte de « mobile money » en 2016.

A simple, universal solution for transfers and payments

Orange: a major player in mobile money

"Launched in Côte d'Ivoire in 2008, Orange Money has now surpassed the 10 million active customers per month mark, and has 32 million registered users. This key threshold demonstrates the importance of Orange Money in the daily lives of our customers" says Marc Rennard, Deputy Chief Executive Officer, Customer Experience and Mobile Banking.

Mobile technology has revolutionised banking services in Africa by offering a way for communities without access to a bank to carry out financial transactions. Over half a billion people accessed a mobile money account in 2016.

Orange Money en Afrique, c'est : What Orange Money means for Africa:

Orange Money

Les services financiers sur mobile, en donnant la possibilité aux utilisateurs d'effectuer des opérations jusqu'ici réservées à une élite, sont un vrai ressort de développement économique et social en Afrique et au Moyen-Orient.

Grâce à Orange Money, nos clients peuvent retirer de l'argent en espèces, régler leurs factures, effectuer des paiements dans les commerces partenaires, transférer de l'argent à leurs proches, acheter du crédit téléphonique, transférer de l'argent depuis leur compte bancaire vers leur compte Orange Money et vice versa...

Orange Money : toujours plus de fonctionnalités

L'obtention de la licence d'Emetteur de Monnaie Electronique au Sénégal, au Mali, en Côte d'Ivoire, en Guinée, en RDC et au Burkina Faso, apporte plus d'agilité à Orange pour lancer de nouveaux services. Le Groupe a inauguré, en septembre 2016, son Centre d'Expertise en Conformité Orange Money (CECOM) en Côte d'Ivoire, qui garantit la maîtrise des risques et la conformité sur son activité de mobile money pour le compte des Emetteurs de Monnaie Electronique.

Présent dans 17 pays, Orange Money est appelé à se développer dans d'autres pays où nous opérons. Mais au-delà de cette extension, le Groupe Orange entend développer sa gamme de services financiers pour toujours mieux répondre aux besoins de ses clients : picocrédit, épargne, etc. Il compte également faire de sa solution phare en Afrique et au Moyen-Orient, un vrai moyen de paiement en ligne universel.

Mobile financial services serve as a true driver for the continent's social and economic development because they enable users to perform transactions that were previously reserved for a select few.

Thanks to Orange Money, our customers can withdraw cash, pay their bills, make payments to partner businesses, transfer money to friends and family, buy airtime, and transfer money from their bank account to their Orange Money account and vice versa.

Orange Money: an ever-increasing range of applications

Having obtained Electronic Money Establishment licenses in Senegal, Mali, Côte d'Ivoire, Guinea and the DRC means that Orange is now even more agile when it comes to launching new services. The group officially opened the Orange Money Compliance Expertise Centre (CECOM) in Côte d'Ivoire in September 2016 to oversee the risk management and compliance of its mobile money activities for its electronic money issuers.

Orange Money now has a presence in 17 countries and is looking to expand to our other markets. Aside from this expansion, the Orange Group intends to develop its range of financial services to better meet the needs of its clients with micro-loans, savings solutions and more. It also plans to turn its flagship solution in Africa and the Middle East into a truly universal online payment method.

Les chiffres clés de Orange Money

Key figures for Orange Money

Au 31 décembre 2016 :

As of 31 December 2016:

790 000

revendeurs télécom

790,000 telecoms retailers

32 millions

de clients / 32 million customers

14,5 milliards US$

de transactions en 2016

US$ 14,5 billion worth of Orange Money transactions in 2016

17

pays / countries*

* Botswana, Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Égypte, Guinée, Guinée-Bissau[1], île Maurice, Libéria[1], Madagascar, Mali, Niger, République Centrafricaine, République Démocratique du Congo, Sénégal, Sierra Leone[2], Tunisie ([1] Smile Money, [2] Airtel Money).

* Botswana, Burkina Faso, Cameroon, Central African Republic, Côte d'Ivoire, Democratic Republic of the Congo, Egypt, Guinea, Guinea-Bissau[1], Liberia[1], Mauritius, Madagascar, Mali, Niger, Senegal, Sierra Leone[2], Tunisia ([1] Smile Money, [2] Airtel Money).

En Egypte, au Sénégal ou au Cameroun, les TIC constituent un axe primordial pour l'autonomisation des femmes.

Le numérique au service de l'émancipation des femmes

How digital can empower women

In Egypt, Senegal and Cameroon, ICT is a key driver in the empowerment of women.

L'inclusion numérique des femmes pour plus de développement

Les TIC offrent la possibilité de développer des services essentiels adaptés aux besoins spécifiques des femmes et qui, par l'inclusion numérique de ces dernières, permettent de démultiplier leur apport à un développement socio-économique durable :

- **conseils et informations agricoles**
- **conseils et informations santé (suivi de grossesse, campagne de vaccination…)**
- **transfert d'argent, micro-crédit et micro-épargne**
- **solution d'anonymisation pour éviter le harcèlement**
- **accompagnement pour démarrer une activité professionnelle**

The digital inclusion of women as a catalyst for development

ICT offers opportunities to develop essential services tailored to the specific needs of women.
By promoting the digital inclusion of women, ICT is paving the way towards sustainable socio-economic development:

- **agricultural information and advice**
- **healthcare information and advice (pregnancy monitoring, vaccination campaigns etc.)**
- **transfers, micro-loans and micro-savings solutions**
- **anonymity tool to combat harassment**
- **support when entering the professional world**

Les femmes disent “non” au harcèlement

The women saying “no” to harassment

400 millions de femmes ne possèdent pas de mobile en Afrique et au Moyen-Orient. Selon le rapport «Connected Women» de la GSMA* publié en mars 2015, la sécurité et le harcèlement sont apparus comme une des principales barrières à l’utilisation du mobile.

Le service « Private Recharge » permet ainsi aux abonnées Orange Egypte d’acheter une recharge électronique prépayée sans avoir à donner leur numéro de téléphone mobile au revendeur. Facile d’utilisation, l’abonnée doit composer le #5050# et reçoit immédiatement un code de recharge à fournir aux points de vente à la place de son numéro.

Ce service totalement gratuit, a généré près de 600 000 souscriptions et compte près de 100 nouvelles utilisatrices par jour depuis son lancement en mai 2016.

400 million women in Africa and the Middle East do not have a mobile. According to the GSMA’s* “Connected Women” report, published in March 2015, safety and harassment were the main concerns preventing women from using mobiles.

In response, the “Private Recharge” service now enables Orange Egypt customers to buy a prepaid electronic top-up without having to give the retailer their mobile number. The customer simply dials #5050# to immediately receive a top-up code they can use at points of sale in place of their mobile number.

This service, which is completely free of charge, has attracted almost 600,000 subscribers and generated nearly 100 new female users per day since its launch in May 2016.

*GSMA : La GSM Association est une association qui représente près de 800 opérateurs de téléphonie mobile à travers 220 pays du monde.

*GSMA: The GSM Association is a body representing almost 800 mobile telephony operators in 220 countries around the world.

Promouvoir les start-up au féminin
Promoting women's start-ups

Au travers du Linguère Digital Challenge, Orange récompense les trois meilleures entreprises sénégalaises utilisant les nouvelles technologies et dirigées par des femmes.

Ce concours, lancé en 2015, est spécialement dédié aux femmes dirigeantes d'entreprises qui auront innové dans l'usage des moyens de communications numériques (télécommunications fixes ou mobiles) dans leurs activités avec un impact social et/ou environnemental concret pour la communauté.

Il permet aux lauréates de bénéficier d'un financement et d'un pack start-up qui comprend un accompagnement d'un an par Sonatel et ses partenaires avec la mise à disposition de coaching, de mentoring, de services et de technologies pouvant aider au développement leur activité.

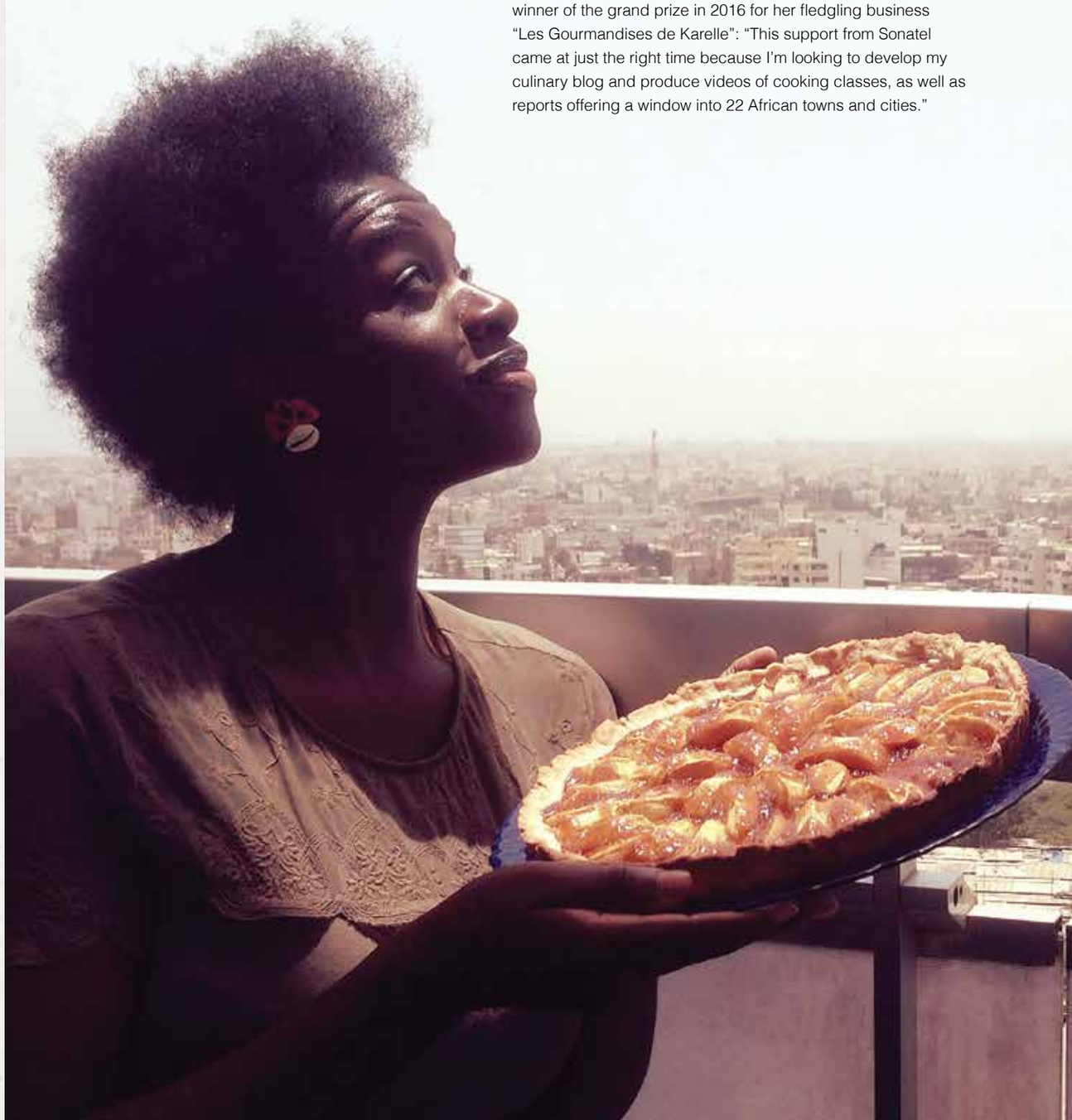
Through the Linguère Digital Challenge, Orange awards a prize to the three best women-led Senegalese companies that are using cutting-edge technology

Launched in 2015, this competition is specially tailored to female business leaders who have devised innovative uses for digital communications channels (land-line or mobile telecommunications) in their business activities and had a tangible social and/or environmental impact on their community.

Winners receive a cash prize and a start-up package including a year of support from Sonatel and its partners, which provide access to coaching, mentoring, and services and technology aimed at securing growth for their business activities.

■ **Témoignage : M^me^ Karelle Vignon-Vullierme,** lauréate du 1^er^ prix 2016 pour sa jeune entreprise « Les Gourmandises de Karelle »: « Cet accompagnement de Sonatel est venu au bon moment car j'ai l'ambition de développer mon blog culinaire, mais aussi la production de vidéos de cours et de reportages culinaires dans 22 villes africaines. »

■ **Testimonial: Ms Karelle Vignon-Vullierme,** winner of the grand prize in 2016 for her fledgling business "Les Gourmandises de Karelle": "This support from Sonatel came at just the right time because I'm looking to develop my culinary blog and produce videos of cooking classes, as well as reports offering a window into 22 African towns and cities."



Des Maisons Digitales pour former au numérique

Digital training at Digital Centers

Le programme Maisons Digitales de la Fondation Orange vise à favoriser l'insertion professionnelle des femmes et/ou développer leur activité génératrice de revenus à travers l'alphabétisation et des modules de formation en micro-entrepreneuriat basés sur des outils numériques.

Ce programme vise également à promouvoir l'inclusion numérique des femmes en les familiarisant avec les outils numériques et les logiciels de base.

Au Cameroun, avec plus d'un an de recul, les femmes de la première Maison Digitale le disent. On y apprend de quoi mener son activité, gagner sa vie et finalement, faire vivre sa famille.

■ **Témoignage : M^me^ Cyrile Christine Mfoula Atsama,** mère célibataire de deux enfants.
« Grâce à la Maison Digitale de la Fondation Orange, j'ai appris à me familiariser à l'informatique. Avant cela, je n'avais jamais touché à un ordinateur, j'étais donc une sorte d'analphabète du siècle. A présent je peux déjà saisir dans Word, Excel... Cela va beaucoup me servir dans mon activité de restauration. »

The Orange Foundation's Digital Centers programme seeks to help women to enter the professional world and/or expand the business activities they use to generate income by improving literacy and providing micro-entrepreneurship training modules based on digital tools.

The programme also aims to promote the digital inclusion of women by familiarising them with basic digital tools and software.

One year on, the women from the first Digital Center in Cameroon are sharing the stories of how they learnt to do business, earn a living and even support their family.

■ **Testimonial:**
Ms Cyrile Christine Mfoula Atsama, single mother of two.
"The Orange Foundation's Digital Center helped me to learn basic IT skills. Before that, I hadn't even touched a computer – in the 21st century, it's like being illiterate. Now I can already use Word and Excel. It will be very useful to me in my catering business."

111
Maisons Digitales en 2016 :

5 au Botswana
20 au Cameroun
15 en Côte d'Ivoire
10 en Egypte
1 en Guinée Conakry
5 en Jordanie
20 à Madagascar
10 au Mali
1 au Maroc
1 au Niger
2 en République Démocratique du Congo
1 au Sénégal
20 en Tunisie

111
Digital Centers in 2016:

5 in Botswana
20 in Cameroon
15 in Côte d'Ivoire
10 in Egypt
1 in Guinea
5 in Jordan
20 in Madagascar
10 in Mali
1 in Morocco
1 in Niger
2 in the Democratic Republic of Congo
1 in Senegal
20 in Tunisia

Les chiffres clés des m-Women

Key figures for m-Women

49%

des femmes africaines gagnent leur vie de manière indépendante*

of African women earn an independent living*

*IPSOS 2017 African Women Survey

170 milliards US$

de croissance économique via l'inclusion digitale et financière des femmes*

US$170 billion in economic growth through the digital and financial inclusion of women**

* Dans les pays émergents entre 2015 et 2020 - Source : GSMA 2015

* In developing countries between 2015 and 2020 – Source: GSMA 2015

20%

d'augmentation du revenu par habitant possible par l'accès généralisé des femmes aux TIC*

increase in income per capita possible if widespread access to ICT available to women *

*OCDE 2008

23%

c'est l'écart entre le taux de pénétration d'Internet auprès des hommes et celui auprès des femmes*

is the difference between the internet access rate for men and women*

* C'est la fracture de genre la plus élevée au monde - Source : IPSOS 2017 African Women Survey

* This is the world's highest gender-based discrepancy – Source: IPSOS 2017 African Women Survey

© eric - stock.adobe.com

Le numérique au service de l'éducation pour tous

À Madagascar, au Niger ou en République Centrafricaine, Orange développe, avec des partenaires spécialisés, des solutions sur mesure et des programmes innovants en matière d'e-éducation.

How digital can promote universal education

In Madagascar, Niger and the Central African Republic, Orange is working with specialised partners to develop customised solutions and innovative programmes in the field of e-education.

Education

Pour relever les défis de l'enseignement primaire, secondaire et supérieur et notamment améliorer la qualité de l'enseignement et mieux préparer les jeunes à des emplois plus productifs, Orange développe des solutions et fournit des services aux établissements publics d'éducation qui permettent de :

- **lutter contre les inégalités géographiques**
- **développer l'accès à des contenus éducatifs**
- **développer des compétences professionnelles**
- **former les enseignants**
- **gérer les écoles**
- **promouvoir la culture numérique**

Pour cela, Orange travaille toujours avec des partenaires du monde de l'éducation ou de la formation, comme les ministères de l'éducation de chaque pays ou des ONG spécialisées.

Education

To overcome the challenges associated with primary, secondary and higher education, improve the quality of teaching, and better equip young people for more productive employment, Orange is developing solutions and providing services to public education institutions with a view to:

- **tackling geographic inequalities**
- **improving access to educational content**
- **improving professional skills**
- **training teachers**
- **managing schools**
- **promoting digital culture**

To meet these goals, Orange always works with partners from the world of education or training, such as each country's education ministry or specialist NGOs.

Des Ecoles Numériques en zone rurale

Digital Schools in rural areas

Grâce à la Fondation Orange et au programme Ecoles Numériques, 12 pays, 547 écoles et plus de 130 000 élèves dépourvus de livres et de connexion internet bénéficient, sur tablette, de contenus éducatifs essentiels pour enrichir leurs programmes scolaires.

Le programme Écoles Numériques a en effet pour objectif de mettre à disposition gratuitement des contenus éducatifs sous forme numérique pour les élèves du primaire et du secondaire en zone rurale. Chaque école est équipée d'un kit numérique off line qui comprend un mini-serveur et 50 tablettes. Des bénévoles Orange forment et suivent les enseignants et les élèves.

Dans ces écoles, comme ici au Niger et en République Centrafricaine, les enfants accèdent désormais aux contenus éducatifs essentiels élaborés en partenariat avec les ministères de l'éducation de chaque pays. Ces derniers identifient avec Orange les manuels scolaires les plus adaptés à leurs élèves qui sont ensuite téléchargés dans le kit.

Thanks to the Orange Foundation and the Digital Schools programme, 12 countries, 547 schools and over 130,000 pupils lacking books and internet connectivity now have access to essential educational content on tablets to enhance their academic programmes.

The Digital Schools programme aims to provide educational content in digital format free of charge to primary and secondary school pupils in rural areas. Every school is supplied with an offline digital kit including a mini-server and 50 tablets. Orange volunteers train and monitor teachers and pupils.

In these schools, in countries such as Niger and the Central African Republic, pupils can now access essential educational content developed in partnership with each country's education ministry. Government bodies work with Orange to identify the textbooks that are best suited to their pupils and these resources are then uploaded to the kit.

12 pays,
130 000 élèves
547 écoles

5 au Bostwana
30 au Cameroun
45 en Côte d'Ivoire
30 en Egypte
30 en Guinée Conakry
5 en Jordanie
96 à Madagascar
50 au Mali
105 au Niger
1 en République Centrafricaine
60 au Sénégal
75 en Tunisie

12 countries,
130,000 pupils
547 schools

5 in Bostwana
30 in Cameroon
45 in Côte d'Ivoire
30 in Egypt
30 in Guinea
5 in Jordan
96 in Madagascar
50 in Mali
105 in Niger
1 in the Central African Republic
60 in Senegal
75 in Tunisia

FADEP : un programme pour former les enseignants

FADEP: teacher training programme

Grâce à Orange, plus de 1 000 enseignants équipés d'un kit mobile* et accompagnés par 126 tuteurs peuvent se former à distance dans 8 régions de Madagascar.

Orange a été sélectionné par le Ministère de l'Education Nationale pour être l'opérateur partenaire dans la réalisation du projet Formation A Distance des Enseignants du Primaire à Madagascar (FADEP.MG). Ce projet est soutenu sur une période de deux ans par l'Agence Universitaire de la Francophonie (AUF) et l'Agence Française de Développement (AFD).

Ce partenariat avec Orange permet aux tuteurs d'accompagner les enseignants en formation situés à distance. Il vise à assurer une communication permanente entre les tuteurs et les enseignants et à réduire l'isolement des enseignants en renforçant leur supervision pédagogique.

En plus des services d'autoformation pour les enseignants du primaire, les administrateurs de la formation ont également accès à une plateforme d'e-learning et de collaboration. Cette plateforme a été développée par Orange Labs et permet d'envoyer des informations et des questionnaires réguliers afin de remettre à niveau les compétences des enseignants.

Orange is providing remote training to over 1,000 teachers in eight regions of Madagascar through a mobile kit* and support from 126 tutors.

Madagascar's Ministry of Education selected Orange as its partner operator in a project entitled Formation à Distance des Enseignants du Primaire à Madagascar (Remote Primary Teacher Training in Madagascar – FADEP. MG). The project will be backed by the Agence Universitaire de la Francophonie (Francophone University Agency – AUF) and the Agence Française de Développement (French Development Agency – AFD) for a period of two years.

Through this Orange partnership, tutors will support trainee teachers remotely. The aim is to ensure constant dialogue between tutors and teachers, and to reduce teachers' isolation through additional academic supervision.

As well as self-study services for primary teachers, training administrators also have access to an e-learning and collaboration platform. Developed by Orange Labs, this platform can be used to send information and questionnaires on a regular basis to hone teachers' skills.

*Tablette / Carte SD / mini haut-parleurs / chargeurs solaires / livret synthétique / forfaits appels + SMS+ internet mensuels

* Tablet / SD card / mini-speakers / solar-powered chargers / summary booklet / monthly call + SMS + internet plans

■ Témoignage :

Selon la coordonnatrice du projet, **Mme Nivo Hanta Raharimboahangy**, FADEP.MG se démarque des programmes existants, « notamment en offrant la possibilité aux enseignants d'intégrer directement la formation dans leurs pratiques pédagogiques, et en établissant une communication permanente qui diminue l'isolement des apprenants et contribue à la création de communautés d'enseignants. »

Le Ministre de l'Éducation Nationale, **M. Paul Rabary**, a exprimé sa gratitude à l'égard des partenaires du projet : « Que cette formation permette aux enseignants malgaches d'améliorer leurs connaissances et qu'elle contribue aussi à une meilleure qualité de l'éducation. »

■ Testimonial:

According to the project coordinator, **Ms Nivo Hanta Raharimboahangy**, FADEP.MG stands out from existing programs, "in particular by offering teachers direct access to teacher training opportunities and by establishing an ongoing dialogue that reduces learners' isolation and contributes to the creation of communities of teachers".

The Minister of National Education, **Mr Paul Rabary**, expressed his gratitude to the partners of the project, saying that "this training will enable Malagasy teachers to improve their knowledge and enhance academic standards".

Education

#SuperCodeurs : l'univers numérique à la portée des enfants

#SuperCoders: introducing children to the digital universe

#SuperCodeurs est une opération initiée par Orange à destination des jeunes de 9 à 14 ans. Animés par des coachs Orange bénévoles et des associations partenaires, des ateliers gratuits de codage se déroulent tout au long de l'année dans différents pays Orange. Ils permettent de découvrir de façon ludique les « dessous » du numérique mais aussi l'esprit de collaboration et de co-création propres à la culture digitale.

En Afrique, #SuperCodeurs rencontre un énorme succès et donne lieu à des initiatives locales remarquables. Ainsi au Sénégal, #SuperCodeurs est intégré au programme Orange « Better Internet for Kids » et, à la suite d'un dialogue parties prenantes sur le thème « Internet et les enfants », il a été orienté en direction des filles.

#SuperCodeurs devient ainsi la première marche de l'empowerment numérique des filles vers des carrières techniques et scientifiques. Cette initiative est soutenue par l'UNESCO et le Ministère des Postes et Télécommunications du Sénégal. A ce jour, plus de 250 écolières et lycéennes ont ainsi pu s'initier au codage et à la robotique.

Une nouvelle génération numérique au Sénégal ?

#SuperCoders is an Orange initiative aimed at children between 9 and 14 years of age. Free coding workshops led by Orange volunteer coaches and our partner associations take place throughout the year in several Orange countries. These are a fun way to take a behind-the-scenes look at the digital world and discover the teamwork and co-creation that characterise digital culture.

#SuperCoders has been hugely successful in Africa and sparked some remarkable local initiatives. In Senegal, for example, where #SuperCoders is part of the Orange programme "Better Internet for Kids", a discussion with the stakeholders on the topic of the internet and children led to Orange aiming the initiative at girls.

This makes #SuperCoders the first step in the "digital empowerment" of girls who could one day embark on careers in science and technology. The initiative enjoys support from UNESCO and Senegal's Ministry of Postal Services and Telecommunications. To date, the programme has enabled over 250 girls to take their first steps in the world of coding and robotics.

Could a new digital generation be emerging in Senegal?

Le programme #SuperCodeurs est un programme international.

20 pays associés

10 000 jeunes accueillis*

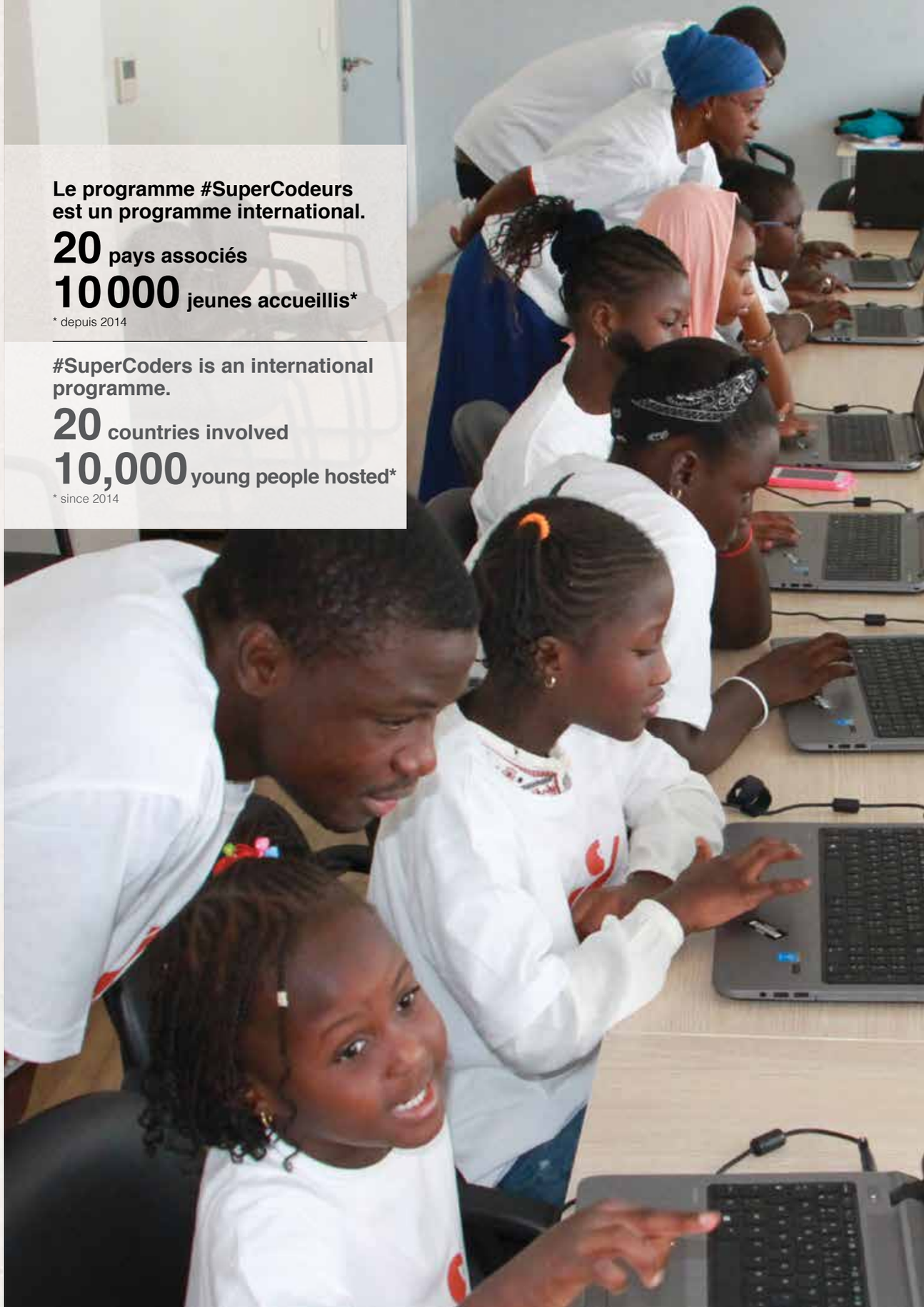
* depuis 2014

#SuperCoders is an international programme.

20 countries involved

10,000 young people hosted*

* since 2014



Les chiffres clés de l'éducation

Sur le périmètre géographique subsaharien Orange :

Key figures for education

In the parts of sub-Saharan Africa where Orange has a presence:

27%

des enfants ne sont pas scolarisés (c'est-à-dire environ 7 millions*)

of children do not attend school (i.e. almost 7 million*)

* Sans les données de la RDC, Côte d'Ivoire, Kenya, Madagascar.
* Data missing from the DRC, Côte d'Ivoire, Kenya and Madagascar.

45%

de la population à moins de 14 ans (c'est-à-dire 125 millions)

of the population is aged under 14 (i.e. 125 million)

Chiffre 2014 / 2014 data

55%

de taux d'alphabétisation*

of people are literate*

* Chiffre 2014 / 2014 data

1 million

c'est le déficit de professeurs estimé en Afrique subsaharienne (au-delà du périmètre Orange)

1 million additional teachers are needed in sub-Saharan Africa according to estimates (outside the Orange footprint)

En Côte d’Ivoire, en République Démocratique du Congo et en Guinée-Bissau, Orange est un partenaire de solutions technologiques innovantes en matière de e-santé. Des solutions adaptées à divers environnements et problématiques.

Numérique et santé : un duo gagnant

Digital and healthcare: a winning combination

In Côte d’Ivoire, the Democratic Republic of Congo and Guinea-Bissau, Orange supports innovative technological solutions in the field of healthcare. Solutions are tailored to a range of settings and challenges.

Santé

Pour apporter des solutions aux nombreuses problématiques qui se posent en matière de santé en Afrique et au Moyen-Orient comme l'accessibilité aux soins, la disponibilité des médicaments ou l'information et le suivi des patients, Orange développe et fournit des services qui permettent :

- **le diagnostic à distance**
- **la prise et la gestion des rendez-vous**
- **la géolocatisation des espaces de santé et de soins**
- **l'authentification des médicaments en circulation**
- **le suivi médical à distance**
- **les rappels (vaccins, prise de traitement…)**
- **l'établissement d'annuaire de médecins**
- **le travail en réseau et le partage des informations entre professionnels de santé**
- **la formation à distance**
- **l'aide et le conseil aux malades**
- **la collecte, le traitement et le stockage de données sanitaires**
- **les campagnes de sensibilisation**

Health

In response to the diverse challenges facing healthcare in Africa and the Middle East, including access to treatment, the availability of medication, and supplying patients with information and monitoring, Orange is developing and providing services that allow for:

- **remote diagnosis**
- **booking and management of appointments**
- **geolocation of healthcare and treatment centres**
- **authentication of medications in circulation**
- **remote medical monitoring**
- **reminders (vaccines, treatment, etc.)**
- **creation of a directory of doctors**
- **collaboration and information-sharing among healthcare professionals**
- **remote training**
- **help and advice for patients**
- **collection, processing and archiving of healthcare data**
- **awareness campaigns**

m-Tew : une aide dans la lutte contre le VIH

m-Tew: a tool in the fight against HIV

En partenariat avec le Programme commun des Nations Unies sur le VIH/SIDA (ONUSIDA), l'Agence Française de Développement (AFD) et le Ministère de la Santé et de l'Hygiène Publique de Côte d'Ivoire, l'utilisation de la plateforme mobile m-Tew développée par Orange Labs permet une sensibilisation à la prise de traitements antirétroviraux et la promotion de la lutte contre le VIH.

Lancé en juillet 2016, ce projet s'appuie sur la plateforme Internet Mobile Training EveryWhere (m-Tew) et permet aux professionnels de santé de communiquer avec les personnes qui participent à des programmes de soins via SMS ou par téléphone et messagerie vocale. Les professionnels peuvent ainsi lancer des appels et réaliser des enquêtes afin d'évaluer la manière dont les utilisateurs perçoivent la qualité des services de santé.

La technologie est simple d'utilisation car les personnes participant au projet ont uniquement besoin d'un téléphone mobile de base et d'une connexion 2G pour envoyer et recevoir des messages, sans qu'il soit nécessaire de télécharger une application ou de disposer d'une connexion à Internet.

Cette volonté d'utilisation des nouvelles technologies entre dans la réalisation de l'objectif de traitement 90-90-90 de l'ONUSIDA. A savoir, d'ici 2020 :

- 90% des personnes vivant avec le VIH doivent connaître leur séropositivité ;
- 90 % des personnes conscientes de leur séropositivité auront accès au traitement ;
- 90 % des personnes sous traitement devront atteindre des niveaux de VIH indétectables dans leur organisme.

The m-Tew mobile platform, developed by Orange Labs, is helping to raise awareness of antiretroviral treatments and advance the fight against HIV thanks to a partnership with the Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS), the AFD and the Ministry of Health and Public Hygiene in Côte d'Ivoire.

Built on the Internet Mobile Training Everywhere (m-Tew) platform and launched in July 2016, the project enables healthcare professionals to communicate with patients undergoing courses of treatment via SMS, voice calls and messaging. Professionals can seek feedback and conduct questionnaires to evaluate how users view the quality of healthcare services.

The technology is user-friendly, since project participants only need a basic mobile telephone and a 2G connection to send and receive messages, and there's no need to download an app or connect to the internet.

This drive to use new technology ties in with the UNAIDS 90-90-90 treatment targets. The aim is to achieve the following by 2020:

- 90% of people living with HIV know their status
- 90% of people living with HIV who know their status are on treatment
- 90% of people on treatment are virally suppressed.

©Matthias G. Ziegler - shutterstock

Cycle M: un outil de planning familial

M Cycle: a family planning tool

Grâce à l'application Cycle M, plus de 100 000 femmes bénéficient de conseils personnels pour mieux contrôler leur cycle et éviter ainsi les difficultés sociales et sanitaires liées au manque de planification familiale.

Cycle M est un service via mobile de notifications de suivi des cycles féminins venant en appui aux objectifs de la planification familiale du Ministère de la Santé Publique de la République Démocratique du Congo. Il permet de déterminer la date d'ovulation, les prochaines menstruations et la période fertile pour les cycles menstruels.

L'application permet ainsi de mieux maitriser les dates importantes liées aux cycles féminins pour lutter contre toutes les difficultés sociales liées au manque de la planification familiale : les grossesses précoces, les enfants non désirés, le décès des femmes ou jeunes filles du fait des avortements clandestins, les difficultés pour les parents de subvenir aux besoins d'une famille nombreuse.

Il est accessible à toutes les femmes équipées d'un mobile Orange ayant souscrit au service. Les notifications sont reçues, y compris en absence de crédit téléphonique.

Thanks to the M Cycle app, over 100,000 women now receive personalised advice to help them manage their cycle and avoid the social and sanitary difficulties associated with a lack of family planning.

The M Cycle service uses mobile notifications to track women's cycles, thereby contributing to the family planning targets set by the Public Health Ministry in the Democratic Republic of Congo. The app calculates the woman's ovulation date, when she will next menstruate and the fertile periods within her menstrual cycles.

The app therefore helps women to better understand key dates in their cycles to combat the many social difficulties associated with a lack of family planning, including youth pregnancies, unwanted pregnancies, the deaths of women and girls as a result of clandestine abortions, and the challenges parents face when meeting the needs of a large family.

All women may access the service by signing up using their Orange mobile. Women will even receive notifications when they have no telephone credit.

170 000
utilisateurs actifs *
170,000
active users *
* mai 2017 / May 2017

© Matthias G.Ziegler - mgziegler@gmx.net

Des centres de santé connectés pour réduire la mortalité maternelle et infantile

Connected medical centres to reduce maternal and infant mortality

Avec le projet Connexion Centre de Santé réalisé en partenariat avec l'Organisation Mondiale de la Santé, Orange contribue à faciliter l'accès aux soins des femmes enceintes dans les zones rurales et à lutter contre la mortalité maternelle et infantile.

Grâce à ce projet, une femme enceinte peut contacter très facilement son centre de santé habituel ou un centre différent pour demander de l'aide via son mobile. Orange, partenaire technique de l'opération, a installé 133 postes fixes et une connexion internet dans les centres de santé situés en zones rurales en Guinée-Bissau à des tarifs préférentiels.

Ce système permet l'envoi de données fiables à l'OMS et au Ministère de la Santé Publique via internet. Ce dernier est ainsi aidé dans la mise en œuvre de sa politique de santé publique et d'accès aux soins dans le pays.

Orange is partnering with the World Health Organization for the Medical Centre Connection project, which aims to help pregnant women in rural areas access treatment, as well as combating maternal and infant mortality.

Thanks to this project, it is now easier than ever for pregnant women to contact their usual centre or a different centre to ask for help via their mobile. As the technical partner behind the initiative, Orange installed 133 landlines and an internet connection in medical centres located in rural areas in Guinea-Bissau, at preferential tariffs.

This system enables reliable data to be sent to the WHO and the Ministry of Public Health via the internet. This will help the latter to implement its public health policy and ensure access to healthcare across the country.

Les chiffres clés de la santé — Key figures for healthcare

71%

des personnes infectées par des maladies transmissibles se trouvent en Afrique

of those infected with transmissible diseases are located in Africa

8 km

de distance moyenne entre une personne et un centre médical

is the average distance between an individual and a medical centre

moins de 2%

de la population en Afrique subsaharienne bénéficie d'une couverture médicale

less than 2% of the population of sub-Saharan Africa has medical coverage

2,3 praticiens pour 10 000 habitants

2.3 medical practitioners per 10,000 inhabitants

© ajr_images - stock.adobe.com

Favoriser la transition énergétique et écologique

Orange est un acteur engagé dans la protection de l'environnement. En Jordanie, au Cameroun, au Niger et en Guinée, les projets se développent pour réduire l'empreinte carbone, faciliter « l'IT for Green », contribuer au recyclage des téléphones ou encore, faciliter l'accès à l'eau et contribuer à une meilleure gestion de cette ressource essentielle.

Fostering a transition to greener practices

Orange is deeply committed to environmental protection. In Jordan, Cameroon, Niger and Guinea, Orange is developing projects to reduce its carbon footprint, facilitate "IT for Green", contribute to telephone recycling, improve access to water and promote better management of this essential resource.

Des fermes solaires pour moins de CO^2

Solar farms to reduce CO_2

Orange Jordanie s'est engagé, via un partenariat d'investissement, dans un projet de fermes solaires.
Ce projet vise à générer l'équivalent des besoins en électricité d'Orange Jordanie soit 64 Gwh d'électricité et à limiter ainsi ses émissions de CO^2.

Cherchant à adopter des énergies renouvelables pour ses opérations de télécommunications, Orange Jordanie a décidé de construire, dans les vingt prochaines années, trois fermes solaires. Situées dans tout le Royaume, ces fermes, utilisant la technologie photovoltaïque, doivent couvrir l'ensemble de ses besoins en électricité.

Cette réalisation devrait devenir l'un des plus grands investissements photovoltaïques privés dans la région du Moyen-Orient.
Le projet, en générant jusqu'à 64 GWh par an, aurait des implications positives pour l'environnement à long terme, non seulement pour Orange Jordanie, mais également pour l'ensemble du pays en réduisant les émissions de CO^2 de 40 000 tonnes chaque année.

Orange Jordan is committed to a solar farm project through an investment partnership. The project seeks to generate the equivalent of the electricity consumed by Orange Jordan (i.e. 64 GWh per year) and thereby limit its CO_2 emissions.

Motivated by a desire to use renewable energy for its telecoms operations, Orange Jordan has announced its plan to build three solar farms over the next 20 years. The farms, which will be located throughout the kingdom, should provide for its entire electricity needs using photovoltaic technology.

Once complete, this should be one of the largest private photovoltaic investments in the entire Middle East region. Aside from generating 64 GWh per year, the project will have positive long-term implications for the environment. This will be true not only for Orange Jordan but for the country as a whole, since it will cut annual CO_2 emissions by 40,000 tonnes.

Ouverture d'un atelier de recyclage de mobiles usagés

Launch of a recycling workshop for old phones

Avec une utilisation de mobiles en forte croissance sur le continent, recycler les déchets de mobiles usagés s'inscrit comme un enjeu environnemental majeur pour Orange, implanté dans 21 pays en Afrique et au Moyen-Orient.

Pour réaliser cette opération, Orange travaille notamment avec les Ateliers du Bocage qui ont ouvert 5 ateliers de collectes en Afrique depuis 2010 en partenariat avec Emmaüs International et FCTV, une ONG locale. Depuis 2010, 250 tonnes de déchets de mobiles ont été acheminées en France pour y être revalorisées et 30 emplois pérennes ont été créés dans les ateliers africains.

Inauguré en février 2017 par Orange et ses partenaires, l'atelier de Douala est le dernier né des ateliers de collecte de téléphones usagés ouverts sur le continent.

En moins d'un an, au Cameroun, ce sont 12 tonnes de déchets électroniques qui ont pu être récupérées puis expédiées au Havre pour y être recyclées.

As mobile phone usage rises sharply across the continent, recycling waste from old phones is becoming a major environmental challenge for Orange, which has a presence in 21 countries in Africa and the Middle East.

To this end, Orange is working with partners such as Ateliers du Bocage, which has opened five collection workshops in Africa since 2010 with the support of Emmaüs International and local NGO FCTV. Since 2010, 250 tonnes of waste from mobiles has been shipped to France for reuse and 30 permanent jobs have been created at the workshops in Africa.

Launched in February 2017 by Orange and its partners, Douala is the continent's latest workshop collecting old phones.

In under a year, 12 tonnes of electronic waste have been collected in Cameroon and sent to Le Havre, in France, for recycling.

Village Orange : un partenariat pour un accès élargi à l'eau et à l'assainissement

Orange Village: a partnership aimed at improving access to water and sanitation

La Fondation Orange et le Fonds Suez Initiatives ont récemment noué un partenariat concernant le Programme Villages. Ce partenariat, permet de développer des synergies au bénéfice des populations de zones reculées.

Les villages concernés sont dotés de 3 types d'infrastructures afin de donner accès à l'éducation, aux soins et à l'eau. Avec le Fonds Suez, dont la vocation est de contribuer à lutter contre les exclusions, la qualité et la pérennité des solutions mises en œuvre est renforcée notamment en matière d'accès à l'eau et à l'assainissement.

Ainsi en Guinée le village de Walia, qui compte 4000 habitants, a bénéficié de ce dispositif. Il est désormais doté d'une école primaire de 3 classes fréquentées par 150 enfants. Le projet piloté par l'ONG Aide et Action International doit favoriser la scolarisation et la réussite des enfants à l'école, notamment des filles.

Le projet prévoit également la construction de 30 latrines publiques Sanplats (sanitary platform) pour améliorer la santé et l'hygiène communautaire, le forage d'un puits amélioré à l'école de Tonya, la reconstruction du poste de santé de Walia et la réalisation d'un forage équipé de pompe à motricité humaine dans le secteur de Tonya. Le personnel enseignant et de santé ainsi que les acteurs communautaires seront également formés pour assurer la gestion durable des infrastructures.

The Orange Foundation and Fonds Suez initiatives recently forged a partnership regarding the Villages Programme. This partnership will give rise to efficiencies that will prove beneficial to people living in isolated areas.

Selected villages will receive three types of infrastructure to ensure access to education, healthcare and water. Working alongside Fonds Suez, which seeks to further the fight against exclusion, will improve the quality and durability of the solutions implemented, especially as regards access to water and sanitation.

To take just one example, the village of Walia in Guinea and its 4,000 inhabitants have already benefited from this initiative. It now has a primary school with three classes and 150 pupils. Directed by the NGO Aide et Action International, the project should improve school attendance and outcomes for pupils — especially girls.

The project also involves building 30 Sanplats (sanitation platform) public toilets to improve the health and hygiene of the community, drilling an improved well for the Tonya school, rebuilding Walia's health clinic and providing a manually operated well in the Tonya district. Teaching and healthcare professionals, as well as community representatives, will also be trained in the sustainable management of the infrastructure.

Niger

Télé-irrigation : pour une gestion intelligente de l'eau

Remote irrigation: for a smart water management

En 2011, le jeune Nigérien Abdou Maman Kané, développeur informatique, remporte le prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et au Moyen-Orient grâce à son projet de télé-irrigation. Six ans après, cette application qui permet une distribution intelligente de l'eau est utilisée par de nombreuses exploitations maraîchères au Niger.

Il s'agit d'un procédé technologique qui permet à un agriculteur de piloter à distance le système d'irrigation de son exploitation au moyen de son téléphone portable avec possibilité de collecte en temps réel des données météorologiques et hydrologiques notamment la température, le taux d'humidité, la pluviométrie, la radiation solaire et la vitesse du vent.

Les avantages pour les agriculteurs qui utilisent la solution sont nombreux :

- des gains de temps conséquents ;
- une gestion des ressources en eau douce contrôlée et optimisée ;
- une alerte automatique lorsque les réserves en eau ne sont plus suffisantes ;
- un meilleur rendement des productions et une amélioration de leur qualité.

En 2013, la société Tech-Innov a été créée pour gérer, exploiter et commercialiser le système «Télé-Irrigation» et ses dérivés comme l'Abreuvage Automatique ou le Kiosque d'Eau Potable en milieu rural. Elle emploie aujourd'hui 12 salariés.

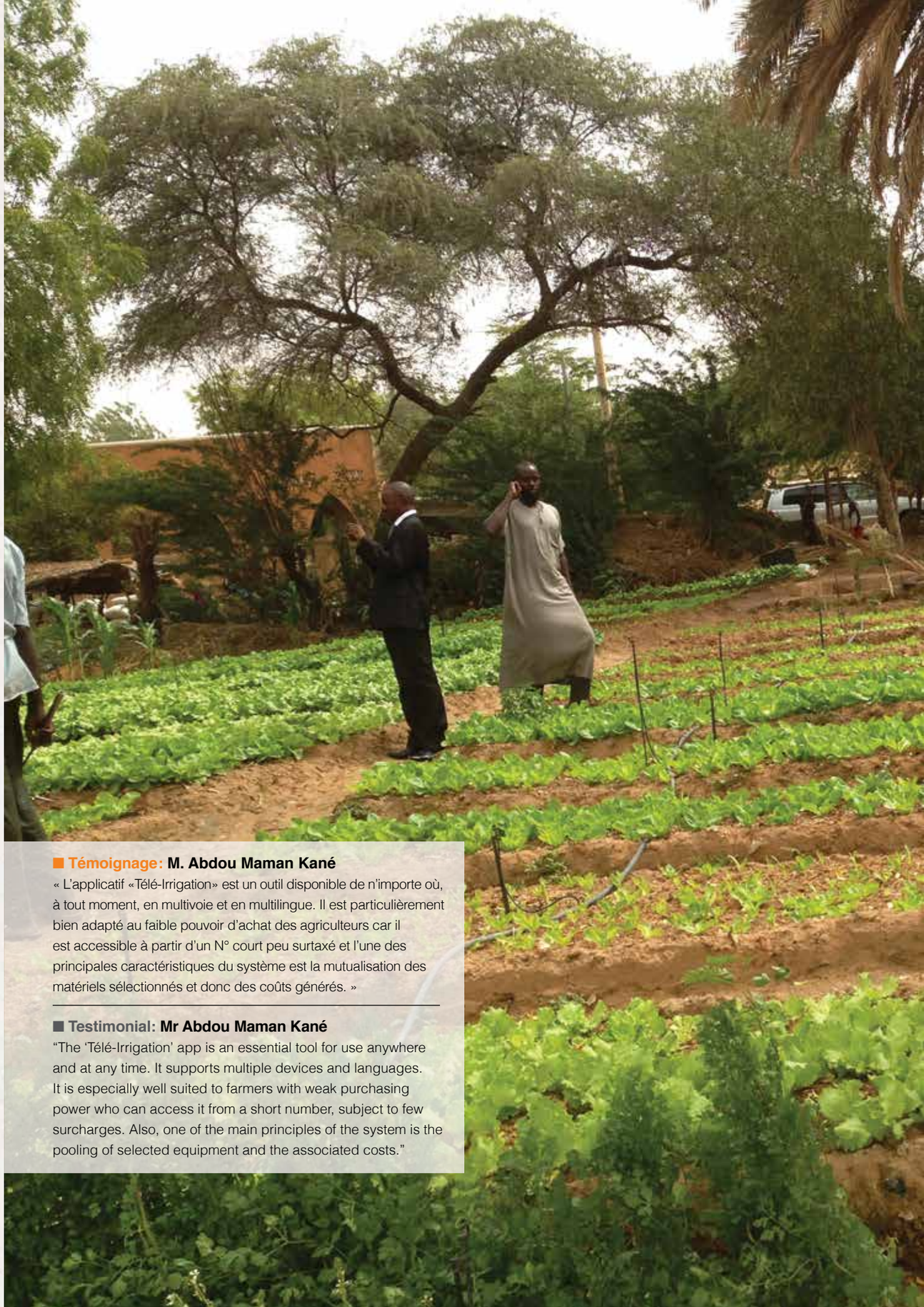
In 2011, young Niger national Abdou Maman Kané, an IT developer, won the Orange Social Venture Prize Africa & Middle East for his remote irrigation project. Six years on, significant numbers of vegetable producers in Niger use the app to ensure the smart distribution of water.

The app uses a technological process enabling farmers to remotely control the irrigation system on their land from their mobile. They are also able to collect weather and hydrological data in real time, covering aspects such as temperature, humidity, rainfall, radiation and wind speed.

The solution offers a number of benefits for farmers:

- significant time savings
- controlled and optimised management of fresh water resources
- automatic alerts when water reserves are insufficient
- improved production volumes and enhanced quality

In 2013, the company Tech-Innov was created to manage, produce and sell the "Télé-Irrigation" (remote irrigation) system, and derivatives such as the Abreuvage Automatique (automatic watering) and Kiosque d'Eau Potable (drinking water kiosk) solutions in rural locales. The company now employs 12 people.



Témoignage: M. Abdou Maman Kané

« L'applicatif «Télé-Irrigation» est un outil disponible de n'importe où, à tout moment, en multivoie et en multilingue. Il est particulièrement bien adapté au faible pouvoir d'achat des agriculteurs car il est accessible à partir d'un N° court peu surtaxé et l'une des principales caractéristiques du système est la mutualisation des matériels sélectionnés et donc des coûts générés. »

Testimonial: Mr Abdou Maman Kané

"The 'Télé-Irrigation' app is an essential tool for use anywhere and at any time. It supports multiple devices and languages. It is especially well suited to farmers with weak purchasing power who can access it from a short number, subject to few surcharges. Also, one of the main principles of the system is the pooling of selected equipment and the associated costs."

Les chiffres clés de l'environnement

Key figures for the environment

318 millions

de personnes n'ont pas accès à l'eau en Afrique subsaharienne

318 million people have no access to water in sub-Saharan Africa

OMS/UNICEF 2015

1,7 kg/habitant

de production de déchets électroniques par habitant en Afrique chaque année

1.7 kg of electronic waste produced per inhabitant per year in Africa

ONU 2014

37,4%

de la population en Afrique subsaharienne a accès à l'électricité

of the population of sub-Saharan Africa have access to electricity

Banque Mondiale 2014

Pour que vivent les passions, Orange, au travers d'opérations spécifiques et de partenariats, est aussi le promoteur de la richesse culturelle et de l'identité africaine.

Cultiver les passions

Promoting passion

Our passions are what define us. Orange is passionate about promoting cultural riches and the African identity through specific initiatives and partnerships.

Sport

Vive le foot

Long live football

En décembre 2016, Orange a réaffirmé son engagement dans le football africain et a renouvelé pour huit ans son partenariat avec la Confédération Africaine de Football.

Dans le cadre de ce partenariat, le Groupe a été, en janvier 2017, le sponsor de la plus importante compétition de football à travers l'Afrique : la Coupe d'Afrique des Nations Total (CAN) qui s'est déroulée au Gabon et a vu la victoire du Cameroun.

Orange sera également le sponsor officiel des quatre autres compétitions majeures qui se dérouleront jusqu'en 2024.

« Le football est la passion numéro un de nos clients en Afrique et au Moyen-Orient. Nous sommes ravis de ce nouveau partenariat, qui nous permet de partager avec nos clients les événements qu'ils aiment » a déclaré à cette occasion Bruno Mettling, Directeur Général Adjoint Groupe Orange et PDG d'Orange Middle East and Africa.

Par ailleurs, Orange contribue à de multiples initiatives comme la plateforme digitale Orange Football Club particulièrement populaire dans les pays où le Groupe opère et qui regroupe plus de trois millions de fans.

In December 2016, Orange reaffirmed its commitment to African football and renewed its partnership with the African Football Confederation for another eight years.

In January 2017, as part of this partnership, the Group was the sponsor of the largest football competition in Africa, the Total Africa Cup of Nations (AFCON), which took place in Gabon and was won by Cameroon.

Orange will also be an official sponsor of four other major competitions taking place between 2017 and 2024.

"Football is the number one passion of our customers in Africa and the Middle East. We are delighted with this new partnership, which will enable us to share the events our customers love," said Bruno Mettling, Orange Group Deputy CEO in charge of Operations in Africa and the Middle East (MEA) and Orange Middle East and Africa CEO.

Orange also contributes to a range of initiatives including the Orange Football Club digital platform. The platform, used by over 3 million fans, is particularly popular in the countries in which the group operates.

3 pays
où Orange est présent accueilleront la CAN Total

3 countries where Orange has a presence will host the Total AFCON

8 ans de partenariat avec la Confédération Africaine de Football (2017-2024)

8 years of partnership with the African Football Confederation (2017-2024)

Bulles Magazine pour valoriser la culture et l'histoire africaine

Bulles Magazine to promote African culture and history

Bulles Magazine, projet porté par la maison d'édition Voyelles en Côte d'Ivoire, a été le dernier lauréat du Prix spécial contenu culturel du Prix Orange de l'Entrepreneur Social en Afrique et au Moyen-Orient (POESAM). Bulles Magazine est un mensuel dédié aux 6-11 ans promouvant la culture africaine.

Faire la part belle à la culture et à l'histoire africaine, les faire connaître et partager au jeune public de 6 à 11 ans, telle est l'ambition de Bulles Magazine.

Le principe de ce mensuel : raconter aux enfants des contes et l'histoire de rois et reines qui ont régné sur le continent africain il y a longtemps. Chaque mois un pays sera mis à l'honneur, les enfants découvriront non seulement des histoires passées et des traditions mais aussi des histoires actuelles de héros africains, d'inventeurs du continent ou encore des recettes de cuisine. Le tout avec de nombreuses illustrations pour apprendre en s'amusant.

Un magazine très coloré qui est disponible sous 2 formats, l'un papier et l'autre en ligne, et accessible à tous les pays francophones à travers le monde.

Bulles Magazine, a project led by the Voyelles publishing house in Côte d'Ivoire, is the latest winner of the special cultural content prize within the Orange Social Venture Prize Africa & Middle East (OSVP). Bulles Magazine is a monthly publication promoting African culture tailored to 6-11-year old readers.

The ambition behind Bulles Magazine is to champion African history and culture, and promote knowledge and understanding of these topics among a young readership aged between 6 and 11.

This monthly publication appeals to children by telling stories of the kings and queens who reigned on the African continent in days gone by. Every month, the magazine shines a spotlight on a particular country. Children can read about that country's history and traditions, as well as learning true stories about African heroes, the continent's inventors and even recipes. There are also a wide array of illustrations to make learning fun.

This colourful magazine is available in two formats (hard copy and online) and accessible in all French speaking countries around the world.

Adja Mariam Mahre Soro,
Directrice Générale des éditions Voyelles, lauréate 2016 du Prix spécial contenu culturel du POESAM.

Adja Mariam Mahre Soro,
General Manager of Voyelles publishing house, winner of the OSVP special cultural content prize 2016.

Faits marquants

Events

1

2

3

4

5 **4 millions** followers

> 720 matches joués	>720 matches played
> 1000 joueurs	>1,000 players
> 10880 mn de jeu	>10,880 minutes of play
> 7575581 vues	>7,575,581 views

6

7

9

8

12

10

11

Décembre 2016 ❶ Au Maroc, la marque Orange remplace la marque Méditel / **Janvier 2017** ❷ Orange sponsor du Forum Economique de Bamako ❸ Orange sponsor de la Coupe d'Afrique des Nations / **Février 2017** ❹ Orange MEA, partenaire du CEO Forum organisé par Jeune Afrique à Genève ❺ Orange Football Club eSport : premier tournoi panafricain d'eSport / **Mars 2017** ❻ Airtel Burkina devient Orange / **Avril 2017** ❼ Orange Money disponible au Niger / **Mai 2017** ❽ Lancement de la Fondation Orange au Burkina Faso ❾ Orange lance sa marque au Liberia et renforce sa présence en Afrique de l'Ouest ❿ Nouveau Datacenter au Cameroun / **Juin 2017** ⓫ Lancement de la marque Orange au Burkina Faso ⓬ Lancement de Orange Digital Ventures Africa - 50 millions d'euros dédiés aux start-up en Afrique

December 2016 ❶ In Morocco, the Orange brand replaces the Méditel brand / **January 2017** ❷ Orange sponsor of the Bamako Economic Forum ❸ Orange sponsor of the Africa Cup of Nations / **February 2017** ❹ Orange MEA, partner of the CEO Forum organised by Jeune Afrique in Geneva ❺ Orange Football Club eSport: first pan-African eSport tournament / **March 2017** ❻ Airtel Burkina becomes Orange / **April 2017** ❼ Orange Money available in Niger / **May 2017** ❽ Launch of the Orange Foundation in Burkina Faso ❾ Orange launches its brand in Liberia and strengthens its presence in West Africa ❿ New Datacentre in Cameroon / **June 2017** ⓫ Orange brand launches in Burkina Faso ⓬ Lauching of Orange Digital Ventures Africa – 50 million euros dedicated to start-ups in Africa

263 millions

de clients / 263 million customer

Stéphane Richard,
Président-Directeur Général

"Je suis pour ma part convaincu que le numérique est un formidable outil de développement économique et social, un véritable catalyseur d'innovation, qui doit être accessible à tous et mis au service de tous".

Forum "Changer d'Ère"

Stéphane Richard,
Chairman and CEO

"For my part, I am convinced that digital is a formidable tool for economic and social development, a true catalyst for innovation, which must be accessible to all and for the benefit of all".

Forum "Changer d'Ère"

41 milliards €

de chiffre d'affaire / €41 billion in turnover

155 000

salariés / 155,000 employees

29

pays

countries

Orange Middle East and Africa en chiffres

20 000
salariés / 20,000 employees

121 millions
de clients / 121 million customers

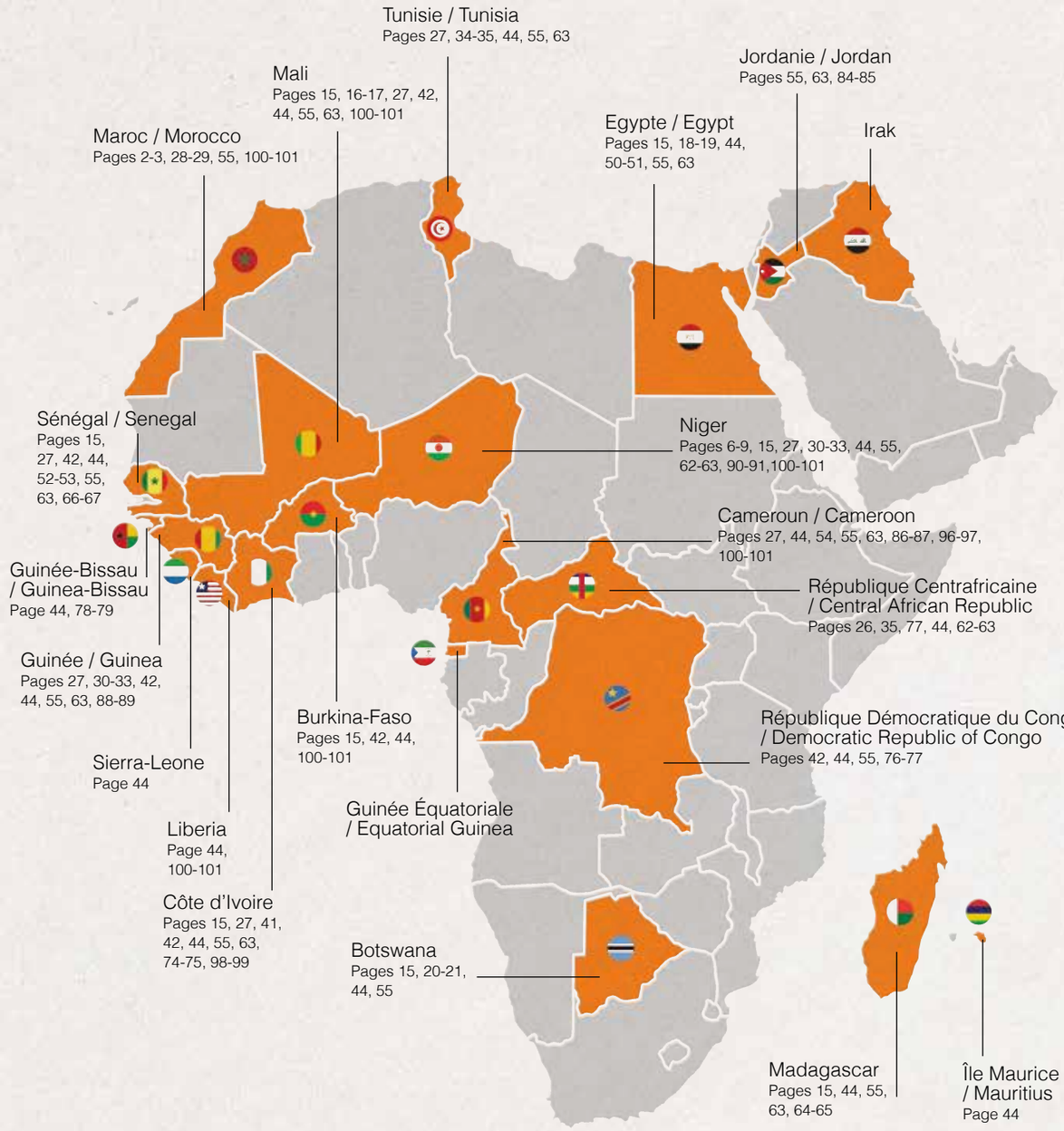
1 milliard €
d'investissement annuel
€1 billion in annual investment

12
pays 4G
countries with 4G

21
pays
countries

32
millions
de clients Orange Money
32 million Orange Money customers

Orange Middle East and Africa in figures



(A suivre) / To be continued

Vous venez de parcourir le premier numéro de Digitall.
Au fil de ces pages, vous avez pu découvrir les différentes aventures numériques et humaines qui vous ont été présentées, et comment Orange s'inscrit, en Afrique et au Moyen-Orient, comme un partenaire majeur de la transformation numérique.

You have just read the first issue of Digitall.
In these pages, you have had an opportunity to learn about our varied digital and human ventures, and how Orange is committed to Africa and the Middle East as a major partner in the region's digital transformation.

Notre volonté est d'être aux côtés de toutes celles et tous ceux qui font bouger ce continent d'un point de vue économique, sociétal ou culturel. Nous croyons à l'énergie et aux talents de l'Afrique et du Moyen-Orient. Son déficit en infrastructures est une opportunité qui stimule l'innovation. Et nous faisons tout pour faire émerger et accompagner celles et ceux qui l'incarnent.

Etre le partenaire de la transformation numérique, cela signifie, en effet, être un acteur du développement sociétal et économique grâce notamment à des écosystèmes innovants ou à des dispositifs spécifiques destinés à développer l'entrepreneunariat. Cela signifie donner accès, grâce à ce simple outil qu'est le téléphone mobile, à des services essentiels à toutes et tous. Des services qui vont faciliter la vie quoditienne des citoyens, comme Orange Money, des services qui vont participer au déploiement des politiques publiques en matière d'éducation ou de santé. Des services, enfin, qui aideront à une plus grande inclusion dans la société et dans la vie économique des femmes ou des populations en milieu rural.

Cela signifie enfin, être un acteur responsable, notamment en matière environnementale.

Nous espérons vous avoir fait partager ce qui nous anime et nous espérons vous retrouver très prochainement pour un nouveau numéro de Digitall et de nouvelles aventures.

A bientôt.

Bruno Mettling
Directeur Général Adjoint du Groupe Orange
PDG d'Orange Middle East & Africa

Our ambition is to stand alongside everyone who is working for progress on the continent from an economic, social or cultural perspective. We believe in the energy and talent of Africa and Middle East. Its lack of infrastructure is an opportunity that will stimulate innovation. And we are doing everything we can to nurture and support the individuals driving change.

Being a digital transformation partner means being an agent of social and economic development, particularly through innovative ecosystems and specific tools aimed at fostering entrepreneurship. It means providing access to essential services to everyone through something as simple as a mobile telephone. These are the services that, like Orange Money, will make citizens' lives easier and pave the way for public policies in fields such as education and healthcare. They are also the services that will ultimately lead to greater inclusion in society and economic life for women and people living in rural areas.

Lastly, it means being a responsible actor, particularly as regards the environment. We hope that you have enjoyed this small glimpse into what motivates us and that you will enjoy reading about our latest ventures in the next issue of Digitall.

Bruno Mettling
Orange Group Deputy CEO
CEO Orange Middle East & Africa

papiers Avec Ecofolio tous les papiers se recyclent.

www.orange.com