

Kaidar
CONSULTING

Grandir - Se redéfinir - S'internationaliser

NOTRE EXPERTISE
SOUTIENT VOTRE AMBITION

L'INTERVIEW DE LA SEMAINE ▶ NICOLAS FAKHRY

« J'ai effectivement découvert par pur hasard le milieu des assurances, et j'ai voulu essayer. J'ai donc commencé comme agent général d'une compagnie d'assurance. »

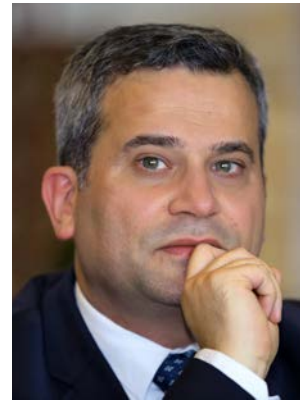
Issue d'une famille d'industriels, rien ne prédestinait Nicolas FAKHRY au monde de l'assurance. Entrepreneur, passionné de conception d'offre et de solutions innovantes, il développe, pas à pas depuis 15 ans, un modèle d'entreprise, agile, qui a commencé au Mali et se développe désormais sur l'Afrique Saharienne, en croissance organique et externe. Son dernier coup : l'Angola. Nous l'avons interviewé à Abidjan.

avoisine les 450 millions FCFA de prime. Le groupe AssurLand intervient principalement dans le secteur du courtage d'assurances et ambitionne d'être un groupe panafricain de développement des produits d'assurance sur un marché en pleine croissance. Sur la zone Cima (Conférence interafricaine des marchés d'assurances), impose désormais un minimum de 3 milliards de F CFA (5,5 millions de dollars) pour les sociétés mutuelles d'assurance et 5 milliards de francs CFA pour les sociétés anonymes d'assurance. Cela va contribuer à créer des entreprises et des réseaux plus forts et plus agiles. C'est ici que nos forces progressent. Nous conservons nos forces de départ et grandissons pas à pas.

EIA : Issu d'une famille d'entrepreneurs, plutôt présente dans l'Industrie au Mali notamment, rien ne vous prédestinait au secteur de l'Assurance. Quel a été le déclic ?
J'ai effectivement découvert par pur hasard le milieu des assurances, et j'ai voulu essayer. J'ai donc commencé comme agent général d'une compagnie d'assurance. J'y ai pris gout et suis resté dans ce domaine. Ces mes clients du début qui étaient présents dans d'autres pays qui m'ont permis de développer notre offre, et de réunir une équipe qui ne cesse de surprendre. Nous sommes centrés sur la satisfaction et la technicité d'une clientèle d'entreprises africaines et internationales.

EIA : La Structuration de l'offre, l'orientation client et la digitalisation sont omniprésentes dans vos réflexions, comment se comporte le marché. La COVID19 a-t-elle contribué au fond à accélérer le développement des besoins ? Comptez-vous développer de nouvelles offres ?

Il y a deux phénomènes qui se complètent voire se nourrissent. De manière conjoncturelle, il est vrai que la pandémie de COVID19 favorise une demande plus forte en digital et les accès à distance. D'un autre côté notre organisation et nos process l'intégraient déjà. Notre plan de développement, nous vise un passage au 100% digital très prochainement. Nous disposons d'une plateforme de vente en ligne actuellement pour la souscription d'assurances auto et voyage avec un avantage concurrentiel issu du rachat d'April, spécialiste dans ce segment. Dans les semaines à venir, nous disposerons de 5 nouveaux produits qui seront souscriptibles non seulement via notre réseau de



distributeurs grossistes, mais aussi directement par un particulier (c'est une nouveauté).

EIA : Avec l'harmonisation des marchés et les perspectives de la zone de libres échanges et d'intégration régionale, la compétition sera plus ouverte, quels sont les avantages sur lesquels vous allez miser dans les grandes régions africaines ? Quelle est l'orientation stratégique des prochaines années ?

Nous entretenons notre capacité de développement organique au travers de notre expansion géographique et de notre forte créativité et capacité à créer de nouveaux produits, c'est d'ailleurs ce que je préfère faire. Le digital, la distribution de produits grossistes, notre logique de proximité client, l'écoute et la disponibilité vis-à-vis de nos assurés sont nos forces et valeurs ajoutées. J'aime innover en permanence et notre plateforme de vente en ligne va surprendre. Nous sommes également leader en courtage grossiste pour ne pas dire unique ! Et notre appétit de croissance externe cible des accélérations et compléments de zones ou les marchés sont connus et proches. de notre ADN. Dans les 5 prochaines années, je souhaite opérer dans les pays de l'Afrique centrale et australe notamment au Rwanda, en RDC, en Tanzanie.

écrit par
Franck Berthod

“ En chinois, le mot crise est formé de deux caractères. L'un représente le danger. L'autre l'opportunité.”
— John F. Kennedy

SOMMAIRE

CANAL+ ADVERTISING

Tous nos visuels sont clickable

01. L'interview de la semaine
Agenda



02. Le scan de la semaine
Women



03. Green
Bourse
Finances



04. Data
Miami
Innovation
Business & deals
Jobs
Makers



COVID 19 IN AFRICA 09 JUIN 2021

Consultez les chiffres par pays sur le tableau de bord COVID-19 de l'OMS pour la Région africaine: <http://arcg.is/XvuSX>

● 4 945 536
Total cas confirmés

● 132 983
Personnes décédées

● 4 400 000
Personnes guéries

FOCUSNEWS
REVUE DE PRESSE QUOTIDIENNE

25H/24H

click ici

CANAL+ ADVERTISING
REGIE PUBLICITAIRE N°1
EN COTE D'IVOIRE
TELEVISION | DIGITAL

Les initiatives se multiplient depuis les banques centrales de pays émergents, La Chine en tête, mais c'est le Salvador qui aura franchi le pas en premier. Le pays d'Amérique du Sud est devenu mercredi 9 Juin, la première nation au monde à convertir le bitcoin en monnaie légale, afin de dynamiser la croissance nationale, annonce le président Nayib Bukele. Une barrière de plus tombe dans les arguments préfabriqués par ses opposants (spéculation, darknet, consommation abusive d'électricité). La monnaie prévoit l'émission de 21 Millions de bitcoin, l'inventeur du système Bitcoin, Satoshi Nakamoto a en effet anticipé il y a 13 ans et cherché à définir une politique monétaire aux termes de laquelle le nombre de bitcoins ne peut excéder 21 millions d'unités au total, la vitesse de création de nouvelles unités tendant vers zéro. Quand une transaction est inscrite sur la blockchain, elle est enregistrée dans un Bloc, et toutes les 10 minutes environ, les mineurs, dont la rémunération varie dans le temps, vont vérifier que la transaction n'est pas une double dépense.

« La loi sur le bitcoin vient d'être approuvée à la majorité qualifiée » par l'assemblée législative, a tweeté le jeune président Bukele après le vote, qualifiant d'historique cette décision. Concrètement, dans ce petit pays où quatre personnes sur dix vivent dans

la pauvreté, l'usage du bitcoin concerne les aspects de la vie quotidienne, l'achat de biens immobiliers ou les contributions fiscales. Une manière aussi, de se détacher du dollar et affirmer son indépendance. Selon la loi, « le taux de change » entre le bitcoin et le dollar américain « sera librement établi par le marché. » Un mouvement annoncé en vidéo, début Juin, lors de la conférence Bitcoin 2021 « un décision qui doit apporter de l'inclusion financière, de l'investissement, du tourisme, de l'innovation et du développement économique » précisait le Président Bukele, saluant l'économie de « millions de dollars qui vont dans les poches d'intermédiaires. ». Les envois de la diaspora de l'étranger représentent 22% du PIB.

La députée de l'opposition Anabel Belloso (FMLN), ne cache pas son scepticisme : « la loi a de nombreuses implications pour la sphère économique et tout le monde n'est pas au clair sur la façon dont cela va fonctionner, en tenant compte du fait que les cryptomonnaies sont volatiles sur le marché, elles sont instables ».

Le marché des cryptomonnaies a crû à plus de 2.500 milliards de dollars à la mi-mai 2021, selon le site internet Coinmarketcap –qui recense près de 10.000 cryptomonnaies, dopé par l'intérêt grandissant des investisseurs de Wall Street et de la Silicon Valley. Si les



annonces d'Elon Musk et de la Chine ont fait chuter les hausses régulières des derniers mois, il n'en demeure pas moins qu'un nouveau palier a été franchi et que les vrais usages visés par le système se démocratisent à tous les niveaux.

écrit par
Franck Berthod

WOMEN ► **MESSAGE AUX LEADERS DU MONDE**

La nouvelle édition du Women's Forum for the Economy and the Society à Londres du 11 au 13 juin, publie les résultats de son 2nd baromètre sur l'inégalité des genres. IPSOS a interrogé 3500 citoyens des pays du G7 du 8 au 20 avril 2021.

Le constat est en 1er l'impact du coronavirus « dévastateur pour les hommes mais encore plus chez les femmes ». Selon le rapport, 75% des femmes sont effrayées quant à leur futur contre 65% des hommes, 45% des femmes perdent confiance depuis le début de la pandémie contre 37% des hommes. 2nd constat, le risque pour une femme de retourner à son rôle traditionnel est plus grand, le risque de retrait des femmes de la scène économique est ainsi renforcé. Le 3ème consensus est que les inégalités entre les sexes sont répandues.



Les stéréotypes de genres perdurent à grande échelle, la bonne nouvelle est que 90% des sondés sont convaincus que la réduction des inégalités entre les sexes est dans l'intérêt général.

Le message officiel du Women's forum au leader est « le temps est venu aux femmes de devenir moteur de promotion d'une croissance inclusive et durable ». Chiara Corazza, Représentante au G7 et G20 identifie 7 problématiques : « les affaires, l'avenir professionnel, les nouvelles technologies, le Life Balance, la gouvernance, le climat et la santé ». Dans la thématique Affaires, les 224 millions de femmes entrepreneurs, ne représentent que 35% des sociétés dans le monde ; le gap de financement des sociétés détenues par les femmes est de \$300milliards. Le sujet gouvernance montre que 26.1% des 35500 parlementaires dans le monde sont des femmes et ne représentent que 22.6% des 3400 ministres.

écrit par
Patricia Cressat

ESG Assets and blue ventures

ANTILOP
DEVELOPMENT NETWORK

ABIDJAN - DUBAI - GENEVA - LAGOS - PORT-LOUIS
www.antilop.network

GREEN ► **DE L'ÉMANCIPATION DE LA FEMME AFRICAINE POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE**

Rubrique sponsorisée par **JDH** #G7

Pour envisager le développement durable en Afrique, il est impérieux d'accorder une attention particulière à l'ODD.5 – parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles -. En effet, le rôle centrale de la femme dans la société africaine n'est plus à démontrer même si l'on constate les pesanteurs patriarcales d'une communauté qui de façon générale en a fait jusqu'ici, pour la plus grande majorité, des objets et non de sujets de leur histoire. Notamment en milieu rural. Des journées de la femme sont célébrées, les organisations internationales s'investissent davantage pour l'accès à l'éducation, aux postes de décisions, à la protection de la jeune fille, etc. On note quelques avancées. Des petits pas qui ont plus que jamais besoin d'un coup d'accélérateur, avec l'éducation des hommes à la notion du genre et de l'égalité. Cela est d'autant plus important car comme le soulignait l'historien Ki-Zerbo : « certains hommes se sentent menacés dans leur position de "supériorité" par l'affirmation



du principe d'égalité. Cette crainte est l'expression même de la domination car celui qui ne domine pas, n'opprime pas et n'a rien à craindre de la valorisation de la promotion de l'autre ».

écrit par
Dr Yves Youant

etudesk

Réinventez vos programmes de formation avec le E-LEARNING

www.etudesk.com

Selected Markets	Index Name	Index Level	1-week returns
Botswana	BSE DCI	6,599.88	+0.05
BRVM	BRVM-CI	159.62	+2.72
Egypt	EGX 30	9,977.90	-0.76
Ghana	GSE-CI	2,712.44	+6.71
Kenya	NSE ASI	172.33	+1.45
Malawi	MSE ASI	33,855.94	+0.01
Mauritius	SEM ASI	1,695.05	+0.59
Morocco	MASI	12,462.80	+0.70
Namibia	NSX OI	1,452.77	+0.21
Nigeria	NGX ASI	39,156.28	+1.11
Rwanda	RSE ASI	147.48	-
South Africa	JSE ASI	67,723.91	-0.15
Tanzania	DSE ASI	1,986.64	+0.08
Tunisia	TUNINDEX	7,379.13	+0.16
Uganda	USE ASI	1,473.61	+1.20
Zambia	LuSE ASI	4,267.84	-0.59
Zimbabwe	ZSE ASI	5,891.40	+4.34

Données du 12 Juin 2021

GeoPoll propose des solutions de datacollection et de mediaplanning. Nous les avons rencontrés il y a trois ans. Ils supportent la 11ème édition du baromètre Brand Africa, sorti fin Mai, qui restitue les marques les plus « admirées » de manière globale, par secteur, par pays et suivant si elles sont internationales ou africaines. Et, COVID19 oblige, celles qui se sont mieux comportées durant la Pandémie. Représentant 20% des en 2020, les marques africaines pesaient 13% en 2021. On regrette que la présentation en Côte d'Ivoire soit passée...inaperçue...à peine 35 vues sur Youtube et très peu d'infographies disponibles. De quoi alimenter chez nous une nouvelle rubrique, comme nous le faisons dans le monitoring data et des levées de fonds des Start-up, une rubrique tournante, en alternance avec la rubrique « Finances » pour décrypter les stratégies marketing et communication. « MARCOM » est née. De quoi aussi tisser une passerelle avec nos amis de « Startmarques ». Clin d'œil à Vincent qui rejoint la rédaction et vice et versa. On aime les passerelles. Sans surprise, Nike, est en tête, alors que Dangote demeure la marque africaine la plus admirée et rentre dans le top 30 des marques mondiales. En Côte d'Ivoire, l'OMS, l'UNICEF, Orange, mais aussi la RTI et MTN, sont les 5 marques perçues comme les plus utiles pendant la pandémie de Covid-19. MTN, chute à la 11e place pour la première fois en dix ans, la marque sud-coréenne, Samsung, est en tête

Rank	Brand	Brand Africa 2020	Category	Country of origin	Change
1	Nike	1	Consumer Goods-clothing	USA	0
2	Apple	2	Technology	USA	0
3	Alibaba	3	Consumer Goods-clothing	China	0
4	Amazon	4	Consumer Goods-clothing	USA	0
5	Microsoft	5	Technology	USA	0
6	Facebook	6	Technology	USA	0
7	Google	7	Technology	USA	0
8	Twitter	8	Technology	USA	0
9	LinkedIn	9	Technology	USA	0
10	WhatsApp	10	Consumer Goods-clothing	USA	0
11	MTN	11	Telecom	Cote d'Ivoire	0
12	Orange	12	Telecom	Cote d'Ivoire	0
13	RTI	13	Telecom	Cote d'Ivoire	0
14	Unicef	14	Non-Profit	Cote d'Ivoire	0
15	Oms	15	Non-Profit	Cote d'Ivoire	0
16	Samsung	16	Consumer Goods-clothing	South Korea	0
17	Walmart	17	Consumer Goods-clothing	USA	0
18	McDonald's	18	Consumer Goods-clothing	USA	0
19	Starbucks	19	Consumer Goods-clothing	USA	0
20	Uber	20	Technology	USA	0
21	Netflix	21	Technology	USA	0
22	Spotify	22	Technology	Sweden	0
23	Zoom	23	Technology	USA	0
24	Zoom	24	Technology	USA	0
25	Zoom	25	Technology	USA	0
26	Zoom	26	Technology	USA	0
27	Zoom	27	Technology	USA	0
28	Zoom	28	Technology	USA	0
29	Zoom	29	Technology	USA	0
30	Zoom	30	Technology	USA	0

du classement dans l'espace francophone, tandis que Orange demeure la marque française la plus admirée en Afrique. Thebe Ikalafeng, président de Brand Africa et Karin Du Chenne, Chief Growth Officer pour l'Afrique et le Moyen-Orient chez Kantar, qui dirige l'étude de Brand Africa depuis sa création en 2010, précisent que l'enquête favorise l'observation de la transformation africaine. L'enquête 2021 a donné lieu à plus de 80 000 mentions de marques et plus de 3 500 marques uniques. A Suivre.

écrit par
Franck Berthod

CANAL+ ADVERTISING

REGIE PUBLICITAIRE N°1 EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE FRANCOPHONE

TELEVISION | DIGITAL

Contacts : +225 27 22 48 07 55 - www.canalplusadvertising.com

COACH ME IF YOU CAN ▶ LA CONSCIENCE ÉMOTIONNELLE POUR MIEUX RÉAGIR.

Lorsqu'une personne perçoit ses émotions à un stade précoce et de façon nuancée, on parle de clarté ou de conscience émotionnelle – perception des modifications corporelles et des états émotionnels qui en résultent. L'émotion n'est pas accessible à la conscience, mais exerce une influence directe sur nous, sur nos actes, sans que nous puissions l'influencer. Développer sa conscience émotionnelle permet plus sûrement de résoudre une situation. Il existe une échelle en sept niveaux, inspirée des travaux des psychologues Richard Lane et Gary Schwartz de l'université d'Arizona et du psychologue Claude Steiner. Les niveaux sont hiérarchiquement liés et le fonctionnement de chaque niveau complète et modifie les niveaux antérieurs.

Sauriez-vous identifier sur quel échelon vous êtes ?

1. L'individu n'identifie, ne différencie et n'exprime pas ses émotions bien que les signes physiologiques émotionnels soient mesurables (alexithymie) ;
2. Il est conscient de ses sensations corporelles associées à l'émotion (perception des changements physiologiques, rythme cardiaque, respiratoire...);
3. Il reconnaît les tendances à l'action suscitées par l'émotions ; (barrière du langage)
4. Il est capable d'identifier, de différencier et de nommer l'émotion ;
5. L'individu prend conscience des liens de causalité



- entre les stimulus et ses émotions ;
6. Il prend conscience des émotions des autres
7. Il est capable de se représenter et d'apprécier la complexité de ses expériences émotionnelles et celles d'autrui.

Ce qui compte pour vous, si vous voulez avancer sur la voie de l'intelligence émotionnelle, c'est de porter une attention plus grande à ce qui, chez vous, déclenche une émotion et aux sentiments associés (partie consciente de l'émotion). Inspiration 'Les pouvoirs de L'intelligence Emotionnelle' Regis Rossi.

écrit par
Marie Montel

HEBDO TOUTS LES LUNDI - HORS SÉRIE TRIMESTRIEL - ITW VIDEO

ENTREPRENEUR IN AFRICA

ENVIE D'UN VRAI CONTENU PRO ?

Cultivons la transformation du continent.

Disponible sur tous les périphériques

100% décideurs

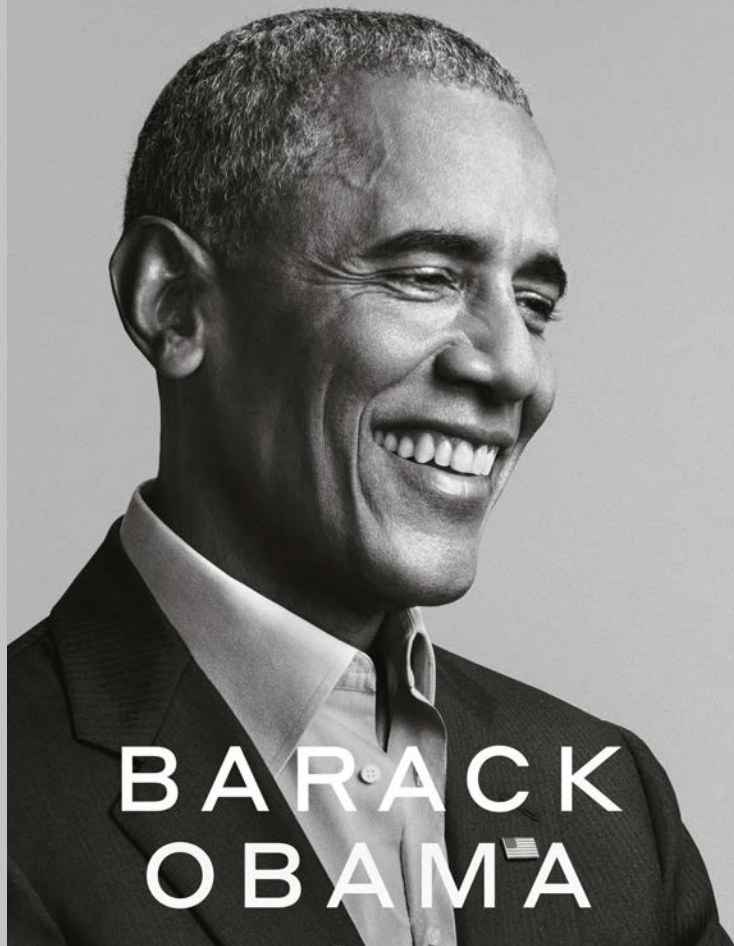
Inscrivez-vous pour recevoir ce flash Hebdo tous les Lundi à 9H GMT

Inscrivez-vous

entrepreneur.africa.com
Entrepreneur in Africa
terranoamundi@gmail.com



UNE TERRE PROMISE



Rubrique sponsorisée par

DATA ► L'ANGOLA



Deuxième producteur de pétrole en Afrique, l'Angola est le troisième PIB le plus important d'Afrique subsaharienne, après le Nigeria et l'Afrique du Sud. En 2020, le pays entre dans sa sixième année de récession, frappé par la pandémie COVID-19, l'effondrement des prix du pétrole et les restrictions dans le cadre de l'accord de production OPEP+. Selon les estimations du FMI, l'économie s'est contractée de -4% du PIB en 2020, mais devrait remonter à 0,4% en 2021 et 2,4% en 2022, soutenue par la reprise économique mondiale attendue après la pandémie.

INNOVATION ► KWARA

Rubrique sponsorisée par



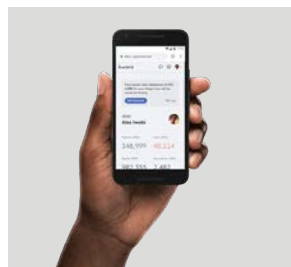
Lauréat de l'accélérateur d'impact basé en Suède : Norrskan VC, KWARA est un service bancaire numérique kényan qui se définit comme étant la plateforme de banque numérique pour les SACCO. Leur Slogan : adoptez la transformation numérique et prenez le contrôle des opérations quotidiennes, attirez plus de membres et augmentez vos revenus. Pour être plus précis, KWARA est la première plateforme de banque digitale partagée avec un esprit coopératif.
Lien: <https://kwara.com/>

LE SAV ► INSPIRE AU RABAIS

A l'occasion de sa tournée, BPI, banque d'investissement pour PME en France et à l'Export, l'écart culturel prédominait. Sans vision ni relais crédibles, sur fond de buzz jeune et de chiffres timides, l'incarnation d'une absence de culture entrepreneuriale et africaine. Personne n'attend plus rien de Paris. La croissance inversée s'en réjouit.

FEEL GOOD ► LES VERTUS DU PETIT COLA

Le Garcinia cola, ou « petit cola » est une petite noix qu'on ne présente plus sur le continent africain. Ses bienfaits sont nombreux et il intervient dans la fabrication de nombreux médicaments. En voici quelques-uns : Il rafraîchit l'haleine mieux qu'un chewing-gum mentholé, il soulage nombre de maux féminins, c'est un coupe-faim qui participe à la perte de poids, il régule le système digestif et soulage efficacement la diarrhée et les indigestions, comme le café il agit comme un tonifiant, il évite et soulage les douleurs lombaires et il se raconte même qu'en plus de booster l'appétit sexuel, il tonifie la virilité et redonne de la vigueur. Seul bémol, son petit goût amer... alors on se laisse tenter ?



MIAM

► VELOUTÉ DE POMME DE TERRE



Cette semaine, Chef Allison propose une délicate recette prompte à réchauffer le cœur et le corps :

Un velouté de pommes de terre.
Pour deux personnes, Il vous faut :
5 pommes de terre
1 oignon
2 gousses d'ail
30 cl de crème
10cl de lait



Oignon vert et persil haché (à convenance)

Faites cuire les pommes de terre avec l'oignon et l'ail dans la moitié de crème et le lait. Une fois cuit, mixez le mélange puis rajoutez le reste de crème. Assaisonnez à votre convenance : sel, poivre, muscade et herbes hachées.

Pour plus de gourmandise, rajoutez des croutons et une pièce de viande ou poulet grillée et vous en ferez un repas complet ! Bon appétit !!!!

Retrouvez le chef : https://instagram.com/chefallison_cooking?igshid=v2r18gwihmne

IMMOBILIER

#1 / Vente 2 Plateaux - 7ème Tranche Terrain nu 1200 m² à proximité cité universitaire d'Abidjan IUA avec titre foncier définitif. 350.000.000 FCFA. <https://kalimbaimmobilier.com>

#2 / Vente Villa 2 Plateaux - Vallon sur 980 m², piscine, 05 chambres, garage 04 vhc. 600.000.000 FCFA. <https://joelka-property.com/fr/>

#3 / Location villa duplex moderne vridi coco beach, 04 chbres autonomes, dépendance avec salle d'eau, garage. 900 000F CFA/Mois. <http://www.yapgi-immobilier.com/>

BUSINESS & DEALS

Rubrique sponsorisée par



#1 / Vente Riviera Mbadon résidence de 2 appartements, chacun 03 chbres autonomes, piscinable, vue dégagée sur lagune. 150.000.000 FCFA chacun à débattre. <http://www.yapgi-immobilier.com/>

#2 / Location Cocody Canebière appart rénové 3 chbres autonomes, principale avec dressing et balcon. Vue sur baie lagunaire de Cocody. Résidence avec ascenseur et piscine. <https://kalimbaimmobilier.com>

#3 / Vente Terrain Grand - Bassam (Bassam Autoroute) 500 m² 45.000 FCFA /m². 12.500.000 FCFA. <https://joelka-property.com/fr/>

JOBS

Rubrique sponsorisée par



#1 / CARE International Côte d'Ivoire recrute :

- Un Assistant Regional Security Manager H/F
 - Un Conseiller Technique Genre, Leadership et Plaidoyer H/F
 - Un Conseiller Technique en Renforcement des Capacités Organisationnelles et Institutionnelles
 - Un Assistant Administratif Intérimaire H/F
- CV à hrcare746@yahoo.fr

AGENDA

Rubrique sponsorisée par



18 Juin : Live Graffiti à la Fabrique Culturelle

Jusqu'au 20 juin : Pop up store au Sofitel Hotel Ivoire

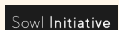
25 Juin : 12e édition de l'Ivoire Jazz Night au Dycoco

25 juin : Lili Women Festival à l'Institut Français

26 et 27 juin : Exposition vente au Bushman Café

MAKERS

Rubrique sponsorisée par



#1 / Le Directeur Général de la Société Ivoirienne de Banque (SIB), Daouda Coulibaly quitte son poste pour une nouvelle promotion au sein du groupe marocain Attijariwafa Bank dont la SIB est une filiale.

#2 / Halime Cissé, citoyenne malienne, donne naissance à neuf bébés dont cinq filles et quatre garçons, un nouveau record mondial.

ENTREPRENEUR IN AFRICA

Secrétariat de Rédaction :
Dr Yves YOUANT.

Ont collaboré à ce numéro :
Reine DAGBO, Patricia CRESSOT,
Niamkey KABLAN, Franck BERTHOD,
William KABLAN, Marc MONTEIL,
Stéphane SOUMAHORO.

Relations abonnés et partenaires :
Fleur SCHAUB.

Maquette : Studio Factory
Digital : IDM Consultants

Une idée originale de:

Rejoignez FOCUS NEWS,
Votre revue de presse quotidienne

Recevez votre flash gratuitement
tous les lundis en vous inscrivant

Pour plus de renseignements, contactez
Dr Yves YOUANT : +225 07 07 41 97 28
Fleur SCHAUB : +225 07 57 03 36 41
terravanamundi@gmail.com