ÉDITION 58

JANVIER - 2026

CAMEROONCEO



Wesleg NANSE

La rigueur comme héritage

Entre média, digitalisation et immobilier, le parcours d'un leader qui a choisi de structurer là où d'autres se contentent d'opportunités.


TERANGA CEO
ILS ONT CHOISI DE
BÂTIR L'AVENIR !
www.terangaceo.com | info@terangaceo.com

EDITORIAL



2026 : L'ANNÉE DE LA PREUVE

Chaque début d'année invite aux projections. Mais 2026 ne se prête plus aux discours incantatoires ni aux visions sans fondations. Elle s'impose comme une année de vérité. Une année où l'économie camerounaise, les entreprises et leurs dirigeants sont appelés à faire une chose simple, mais exigeante : prouver.

Prouver la solidité des modèles.
Prouver la crédibilité des stratégies.

Prouver la capacité à exécuter dans un environnement plus contraint, plus surveillé, plus exposé.
Le Cameroun n'entre pas dans une phase de crise ouverte. Il entre dans une phase de maturité forcée. Pression sur les marges, attentes accrues des partenaires financiers, exigences de conformité, transformation numérique accélérée, vigilance sociale permanente : l'époque récompense moins l'audace solitaire que la rigueur collective.

En 2026, le leadership change de nature. Il ne se limite plus à inspirer ; il doit structurer. Le dirigeant n'est plus seulement celui qui fixe une vision, mais celui qui installe des mécanismes durables : gouvernance claire, pilotage financier précis, culture du risque maîtrisée, systèmes de contrôle opérationnels. La performance devient une discipline, pas un coup d'éclat.

Cette exigence traverse aussi les nouvelles frontières de l'économie. Le numérique, l'intelligence artificielle, la cybersécurité, la transition écologique ne sont plus des options stratégiques. Ce sont des terrains de crédibilité. On n'y est plus jugé sur l'intention, mais sur la capacité à sécuriser, à expliquer, à gouverner, à mesurer l'impact réel. L'innovation sans méthode n'impressionne plus ; elle inquiète.
Même la créativité, longtemps perçue comme un espace de liberté pure, se heurte désormais à une réalité économique implacable : transformer le talent en valeur durable exige des structures, des règles, des modèles économiques assumés. L'ère de l'improvisation touche à sa fin.

Ce numéro de janvier ouvre donc l'année avec une conviction forte : la prochaine phase de croissance du Cameroun sera une croissance d'ingénierie, de méthode et de confiance. Une croissance moins bruyante, mais plus profonde. Moins spectaculaire, mais plus résiliente.

CAMEROON CEO fait le choix d'accompagner cette transformation en donnant la parole aux idées qui construisent, aux analyses qui éclairent, aux trajectoires qui démontrent que l'excellence n'est pas un slogan, mais un travail quotidien.

2026 ne sera pas l'année de ceux qui promettent.
Elle sera l'année de ceux qui tiennent.
Bonne lecture, et surtout, bonne année de décisions structurantes.

Mérimé Wilson NGOUDJOU
Directeur de publication



DIRECTEUR DE PUBLICATION
MÉRIMÉ WILSON NGOUDJOU
RÉDACTEUR EN CHEF
CHRISTIAM MVOM
DEISGN & MISE EN PAGE
NKUNDA AFRICA
PHOTOGRAPHIE
MAX MBAKOP
RÉDACTION
MÉRIMÉ WILSON, PATRICK TCHOUNDJO, CHRISTIAN MVOM, OSWALD FOTSO
CONSEILLÈRE JURIDIQUE
KIMBENG SCHNEIDER
DIRECTRICE DU DÉVELOPPEMENT
GAELLE RODRIGUE
SERVICE COMMERCIAL
(+237) 695869141
INFO@CAMEROONCEO.COM
WWW.CAMEROONCEO.COM

SOMMAIRE

05 *FLASH*

Nelly Chatué Diop, la rigueur comme vision : itinéraire d'une bâtisseuse de la finance africaine

08 *MANAGEMENT*

Diriger dans l'incertitude : le leadership camerounais face aux nouvelles réalités économiques de 2026

12 *INTERVIEW*

Wesleg NANSE
Serial entreprenur

18 *CYBERSÉCURITÉ*

2026 : l'entreprise camerounaise entre dans l'ère du « Zero Trust »

23 *DIASPORA*

Fred Fabo Onanina, l'architecte d'une intelligence artificielle responsable au cœur des industries régulées

24 *ECOGREEN*

L'économie verte, nouvelle grammaire de la croissance : comment le Cameroun peut convertir l'urgence écologique en avantage compétitif

27 *PERFORMANCE*

Achille Wafeu, la rigueur comme levier de confiance : itinéraire d'un associé Deloitte au cœur des économies d'Afrique centrale

29 *LIFESTYLE*

La nouvelle vague créative : quand la Gen Z réinvente les codes (et les marchés)

Nelly Chatué Diop, la rigueur comme vision : itinéraire d'une bâtisseuse de la finance africaine

par la rédaction



Il y a des trajectoires qui ne font pas de bruit, mais qui déplacent durablement les lignes. Celle de Nelly Chatué Diop appartient à cette catégorie rare. Décédée en ce mois de janvier, l'entrepreneure camerounaise laisse derrière elle bien plus que des startups : elle laisse une méthode, une exigence intellectuelle, et une lecture claire de ce que devait devenir la finance africaine à l'ère du numérique.

Son parcours n'était ni accidentel ni opportuniste. Il était construit, structuré, assumé. Et surtout cohérent, du premier choix académique aux dernières orientations stratégiques de ses entreprises.

Une trajectoire forgée dans l'exigence

Née au Cameroun, Nelly Chatué Diop s'inscrit très tôt dans une logique d'excellence. Elle poursuit sa formation en France, dans un environnement académique exigeant, avant d'intégrer HEC Paris, où elle complète un profil déjà solidement ancré dans l'ingénierie et les technologies de l'information. Ce socle scientifique, combiné à une formation business de haut niveau, devient sa signature.

Chez elle, la technologie n'est jamais décorative. Elle est analytique, structurante, presque austère. Et c'est précisément ce qui fera sa force.

Avant l'entrepreneuriat, elle évolue dans de grands groupes, au cœur de fonctions stratégiques liées à la data, à la tarification, à la gestion du risque et à la prise de décision algorithmique. Elle y apprend une chose essentielle : les systèmes performants ne reposent pas sur des intuitions, mais sur des architectures solides, des règles claires et une discipline constante.

Cette phase n'est pas une simple préparation. Elle est déterminante. Elle forge une conviction durable : sans structuration, l'innovation ne tient pas.

Le point de bascule : penser la finance autrement

Lorsqu'elle se lance dans l'entrepreneuriat, Nelly Chatué Diop ne cherche pas à « disrupter » pour disrupter. Elle observe un paradoxe africain : des populations ultra-connectées par le mobile, mais largement exclues des mécanismes d'investissement, de création de patrimoine et d'accès aux marchés financiers.

En 2020, elle cofonde Ejara. Le projet est clair, presque frontal : rendre l'investissement accessible là où il est historiquement réservé à une minorité. Blockchain, actifs numériques, mobile money : les outils sont modernes, mais l'ambition est classique et profondément économique — permettre l'épargne, l'investissement et la projection dans le temps.

Ejara ne se positionne pas comme une plateforme de spéculation. Elle se construit comme un outil pédagogique, structuré, pensé pour des utilisateurs réels, avec des contraintes réelles. Cette approche tranche avec une partie de l'écosystème fintech, souvent attirée par la vitesse plutôt que par la solidité.

Makeda Asset Management : la colonne vertébrale

Mais Nelly Chatué Diop ne s'arrête pas au produit. Elle sait que sans cadre institutionnel, la finance digitale reste fragile. Avec Makeda Asset Management, elle s'attaque à la couche la plus complexe : celle de la structuration financière, de la gouvernance, de la conformité et de la crédibilité institutionnelle.

Makeda n'est pas un projet parallèle. C'est le prolongement logique d'Ejara. Là où l'une travaille l'adoption, l'autre construit la confiance systémique. Ensemble, les deux entités traduisent une vision rare dans la fintech africaine : concilier accessibilité et rigueur, innovation et responsabilité.

Une reconnaissance construite, non recherchée

Les distinctions reçues par Nelly Chatué Diop au fil des années (notamment le trophée Stand Up for African Women Entrepreneurs (SUFAWE) en 2024) viennent consacrer un parcours fondé sur le fond plutôt que sur l'exposition médiatique.

Elle s'impose comme une référence dans les cercles fintech, data et Web3 africains, non par des déclarations spectaculaires, mais par une constance stratégique, une parole mesurée et une capacité rare à expliquer des sujets complexes sans les dénaturer.

Une disparition brutale, un vide structurel

La disparition de Nelly Chatué Diop, début janvier, a provoqué une onde de choc dans l'écosystème tech et financier africain. Parce qu'elle intervenait à un moment où ses projets entraient dans une phase de maturité. Et surtout parce qu'elle incarnait une voie exigeante, souvent plus lente, mais infiniment plus durable.

Elle faisait partie de ces leaders qui ne cherchent pas à suivre les tendances, mais à construire des infrastructures invisibles, celles sans lesquelles aucune innovation ne survit.

Ce qu'elle laisse : une méthode, pas un slogan

L'héritage de Nelly Chatué Diop dépasse largement les entreprises qu'elle a fondées. Elle laisse une leçon claire à l'écosystème africain : la finance digitale ne peut être crédible que si elle est pensée avec la même rigueur que les systèmes qu'elle ambitionne de remplacer.

Elle aura montré qu'il est possible de bâtir en Afrique des solutions financières modernes, exigeantes, alignées sur les standards internationaux, sans renoncer à l'inclusion ni à l'impact réel.

Sa trajectoire s'est interrompue trop tôt. Mais sa vision, elle, continue de structurer le débat. Et dans un écosystème parfois trop pressé, cela compte plus que tout.





Le média **expert de la banque**
et de la finance en Afrique francophone

---

www.onlybenki.com info@onlybenki.com

Diriger dans l'incertitude : le leadership camerounais face aux nouvelles réalités économiques de 2026

par la rédaction



Pression sur les marges, exigences accrues de conformité, financement plus sélectif, arbitrages sociaux plus sensibles, et une économie qui avance, mais sous contraintes. En 2026, le CEO camerounais n'est plus seulement un "capitaine" : il devient architecte de robustesse. Celui qui sait protéger le cash, sécuriser l'exécution, maintenir la confiance interne tout en gardant une trajectoire stratégique lisible.

Une scène ordinaire, un enjeu extraordinaire

Douala, début janvier. Il est 7h12. Les boîtes mail s'ouvrent avant même le café. Un fournisseur annonce une révision de tarifs. Un client clé exige une remise "immédiate". La banque demande des états financiers "plus détaillés" avant de renouveler une ligne. Et au bureau d'à côté, la RH remonte une tension : "les équipes comparent, le marché bouge".
Rien de spectaculaire et pourtant, tout est là. Car 2026 s'ouvre comme une année d'arbitrages permanents : décider vite, juste, et sans casser ce qui fait tenir l'entreprise.

Le contexte macroéconomique impose son tempo.

En zone CEMAC, la BEAC a, le 15 décembre 2025 à Yaoundé, relevé ses principaux taux directeurs, tout en documentant une toile de fond faite de désinflation, de réserves sous pression et d'équilibres externes à surveiller. Cette décision n'est pas un détail technique : elle se répercute sur le coût de l'argent, sur l'appétit des banques pour le risque et sur la discipline de trésorerie des entreprises.

Du côté de l'État, la Loi de finances 2026 s'inscrit clairement dans une logique de consolidation et de modernisation, avec des mesures fiscales et douanières qui touchent directement les chaînes de valeur (intrants, importations ciblées, fiscalité du numérique, etc.).

Et au-dessus de tout cela, l'économie mondiale reste sous le signe de l'incertitude, ce qui pèse sur la demande, les prix et les arbitrages d'investissement, y compris pour les économies africaines.

Conclusion pratique : en 2026, la performance n'est plus un "résultat" : c'est une organisation.

1) Le nouveau décor du management en 2026 : quatre forces qui changent la décision

1. La conformité devient une variable stratégique

La Loi de finances 2026 annonce un paquet cohérent de mesures nouvelles : recettes fiscales, douanières et non fiscales, avec un objectif assumé de mobilisation des ressources, d'équité et d'orientation vers la transformation structurelle (SND30).

Pour les entreprises, cela signifie une chose simple : la conformité n'est plus un sujet "de fin d'année" qu'on gère dans l'urgence. Elle devient une discipline de management, au même titre que les ventes ou la production.

Ce qui change pour le CEO :

- La fiscalité et les douanes ne sont plus uniquement des rubriques comptables : elles deviennent un risque d'exploitation (retards, pénalités, blocages logistiques, réputation).
- Les secteurs les plus exposés (importation, distribution, industrie, digital, services) doivent intégrer le sujet dans leurs routines.

2. Le coût de l'argent et la sélectivité des financements

Au 15 décembre 2025, la BEAC a relevé le taux d'intérêt des appels d'offres et la facilité de prêt marginal, en maintenant la facilité de dépôt et les coefficients de réserves obligatoires, dans un contexte où la banque centrale souligne notamment la baisse du taux de couverture extérieure et l'évolution des réserves.

Traduction business : la liquidité se paie, et l'improvisation financière devient plus coûteuse.

Ce que cela impose :

- un reporting plus propre,
- une gestion stricte du cash,
- un recouvrement discipliné,
- une gouvernance de décision plus traçable.

3. Une trajectoire de croissance "possible", mais conditionnelle

La Banque mondiale projette une croissance qui s'améliore modérément sur 2025–2028 (moyenne autour de 3,9% selon ses projections), portée notamment par l'amélioration de l'offre d'électricité pour l'industrie et l'investissement public, avec une inflation attendue en baisse vers le critère de convergence de la CEMAC à l'horizon 2027.

Le FMI, de son côté, décrit une croissance "modeste" mais une inflation qui a "modéré" par rapport aux pics récents, tout en signalant des risques orientés à la baisse.

Le message combiné est clair : l'économie avance, mais l'entreprise doit être mieux gérée pour capter cette croissance.

4. Le social : nouvelle ligne de front du management

L'inflation se calme, mais les attentes restent fortes. Dans les entreprises, la tension n'est pas seulement salariale : elle est aussi symbolique. En 2026, un collaborateur ne compare pas uniquement son bulletin de paie : il compare la promesse, la reconnaissance, la progression et la qualité du management.

2) Les 5 tensions qui vont trier les leaders en 2026

Tension #1 - Croissance vs marge

Beaucoup d'entreprises entrent en 2026 avec une tentation : "faire du volume". Mais le volume sans marge crée des géants fragiles.

Les CEO robustes font trois choses :

- Ils segmentent leur clientèle (tout client ne mérite pas la même politique commerciale).
- Ils pilotent par contribution (marge par segment + coût de service).
- Ils réconcilient "prix" et "valeur" (packaging, services, contrats, délais).

Tension #2 - Discipline de coûts vs motivation

La réduction des coûts mal menée casse la machine. Bien menée, elle libère de la capacité d'investissement.

Le bon réflexe : passer d'une logique "coupe partout" à une logique "coupe intelligente" : pertes, fuites, inefficacités, doublons, achats non stratégiques tout en protégeant les rôles qui créent du chiffre et de la qualité.

Tension #3 - Conformité vs vitesse

Plus de règles, plus de contrôles, plus d'exigences : oui. Mais ralentir l'entreprise peut être fatal.
Solution 2026 : la "voie rapide conforme"

- checklists simples,
- pièces digitalisées,
- validation courte et traçable,
- responsabilités claires (qui signe quoi, sur quel seuil).

Tension #4 — Centralisation vs autonomie

Dans l'incertitude, le CEO veut contrôler. Mais l'entreprise a besoin de vitesse.

Règle d'or :

- centraliser les standards (qualité, conformité, trésorerie, achats stratégiques),
- décentraliser l'exécution (terrain, client, opération), avec KPI et redevabilité.

Tension #5 — Court terme vs investissement

Le réflexe "on attend" est le plus dangereux : attendre abîme la productivité.
Investir en 2026, ce n'est pas "dépenser".

C'est sécuriser :

- l'énergie (continuité, efficacité),
- les outils de pilotage,
- la formation du middle management,
- la traçabilité (stocks, ventes, recouvrement),
- l'expérience client.

3) Le playbook du CEO camerounais en 2026 : 7 décisions structurantes

1. Passer du budget figé au pilotage par scénarios

Le budget unique est une illusion. Les leaders construisent 3 scénarios : base, stress, accélération et les révisent à intervalles fixes.

KPI de survie : semaines de cash sécurisé (encaissements "probables", pas "espérés").

2. Transformer le recouvrement en système

En 2026, le recouvrement n'est pas une activité administrative : c'est une fonction de création de valeur.

Trois règles :

- facturation zéro retard,
- politique de crédit segmentée,
- incentives liés à l'encaissement (pas seulement à la vente).

3. Refonder les achats : moins "prix", plus "sécurité"

La rupture d'intrant détruit plus de valeur qu'une hausse de prix.

Checklist :

- top 20 intrants critiques,
- 2 fournisseurs minimum quand possible,
- contrats-cadres,
- réduction des pertes (casse, obsolescence, surstock).

4. Faire de la conformité un rituel de management

La Loi de finances 2026 introduit des mesures structurantes ; l'entreprise doit répondre par une structure interne plus mature.

Action "Janvier" recommandée : un mois conformité (audit express, corrections rapides, procédures, digitalisation des pièces).

5. Renforcer le leadership de terrain

La BEAC parle de réserves, de couverture extérieure, de stabilité : sur le terrain, cela se traduit par une exigence d'exécution plus rigoureuse.

Rituels simples :

- 1 journée terrain/semaine pour le top management,
- 15 minutes/jour de revue d'exécution (blocages → décisions).

6. Construire un middle management "propriétaire"

Les entreprises fragiles sont celles où tout remonte au CEO.

Objectif 2026 :

- chaque manager possède 3 à 5 KPI,
- délégation + autonomie + redevabilité,
- culture de l'escalade rapide (problème → décision).

7. Digitaliser pour réduire les fuites, pas pour faire moderne

La digitalisation utile, c'est celle qui réduit les erreurs, les pertes et les délais :

- facturation/recouvrement,
- stock/traçabilité,
- paie/RH,
- reporting de pilotage.

4) Le cœur du leadership en 2026 : bâtir une entreprise qui "tient"

La Banque mondiale projette une amélioration modérée de la croissance et une désinflation progressive ; le FMI insiste sur une trajectoire “positive” mais risquée ; la BEAC ajuste sa politique dans une logique de stabilité et de couverture extérieure.

Tout cela raconte la même chose : la période n’est pas “catastrophe”, elle est “exigeante”. Et l’exigence, en management, favorise toujours les organisations les mieux construites.

En 2026, le leadership camerounais ne se mesure plus à la capacité d’annoncer une ambition. Il se mesure à la capacité de :

- protéger le cash sans asphyxier l’activité,
- tenir la conformité sans ralentir l’entreprise,
- maintenir la confiance interne sous pression,
- livrer, encaisser, décider.

C’est là que se joue la différence entre une entreprise qui traverse 2026… et une entreprise qui en sort plus forte.



INTERVIEW

Wesleg NANSE

Serial entreprenur



Entre la diaspora et le Cameroun, entre vision stratégique et engagement de terrain, Wesleg Nanse incarne une génération de dirigeants qui refusent la distance confortable. Entrepreneur, investisseur et acteur engagé de la transformation digitale, il a fait le choix d'inscrire son action dans la durée, là où les contraintes du contexte local exigent rigueur, méthode et résilience.

À travers MAPIOLE, sa proptech dédiée à la structuration et à la sécurisation du marché immobilier camerounais, il s'attaque à l'un des verrous majeurs de l'investissement : la confiance. Dans cet entretien exclusif, Wesleg Nanse revient sans détour sur son parcours entre l'Europe et l'Afrique, sa vision du leadership, les leçons de l'échec, et sa conviction profonde que la transformation économique du Cameroun passera par des solutions concrètes, utiles et ancrées dans les réalités locales.

Vous investissez au Cameroun depuis plusieurs décennies tout en évoluant au sein de la diaspora. Qu'est-ce qui a déclenché cet engagement durable et qu'est-ce qui, aujourd'hui encore, le justifie à vos yeux malgré les contraintes du contexte local ?

Mon engagement n'est pas né d'une opportunité, mais d'une responsabilité. Très tôt, en vivant entre l'Europe et l'Afrique, j'ai compris que la diaspora ne pouvait pas se contenter d'observer ou de commenter. Nous avons une obligation morale : transformer ce que nous apprenons ailleurs en valeur concrète chez nous.

Le Cameroun reste un pays au potentiel immense. Les contraintes existent, bien sûr, mais elles ne sont pas une excuse. Elles sont un appel à structurer, à innover, à faire mieux. Ce qui me motive encore aujourd'hui, c'est la conviction profonde que le changement durable ne viendra pas de nos belles théories académiques ou intellectuelles, mais de ceux qui choisissent de mettre la main dans le cambouis et surtout de rester engagés, même quand c'est difficile.

Votre parcours professionnel s'est construit entre l'Europe et l'Afrique, entre grands groupes, entrepreneuriat et gouvernance stratégique. Comment ces environnements ont-ils façonné votre manière de penser le leadership et la création de valeur ?

Ils m'ont appris l'humilité et la rigueur.

Les grands groupes m'ont donné le sens du processus, de la conformité et de la vision à long terme. L'entrepreneuriat m'a confronté à la réalité du terrain, à la délicatesse des décisions, à la responsabilité directe et au pragmatisme.

Entre l'Europe et l'Afrique, j'ai appris une chose essentielle : le leadership ne consiste pas à imposer un modèle, mais à inspirer une vision claire de solutions adaptées à des contextes divers et variés. La création de valeur n'est durable que lorsqu'elle est utile, mesurable et partagée par la première ressource : l'être humain.

En regardant votre trajectoire avec recul, quels ont été les défis les plus structurants que vous avez affrontés comme entrepreneur ?

Le plus grand défi a été d'apprendre à dire NON.

Non aux raccourcis.

Non à la prostitution de ses propres valeurs.

Non à la force motrice de ce monde qui cherche à nous imposer une perception biaisant notre sens du discernement.

Non aux compromis qui fragilisent la crédibilité.

Non aux projets séduisants mais mal alignés avec une vision claire.

Mais aussi,
J'ai appris à perdre. Je suis convaincu que seuls ceux qui savent perdre peuvent gagner. Pour moi, l'échec n'est même pas un sujet : cela fait partie intégrante du processus. Tout comme un boxeur qui monte sur un ring de boxe, encaisser des coups ou perdre des rounds fait partie du jeu. Il faut simplement savoir les gérer et les optimiser de la meilleure des façons.

Et contrairement à la boxe ou au sport en général, l'avantage avec l'entrepreneuriat, c'est que le match n'est jamais terminé tant que vous n'avez pas gagné ou décidé de ne pas gagner en abandonnant. Vous aurez toujours droit à un round, à une mi-temps supplémentaire. Tout ce que vous avez à faire, c'est de rester concentré sur votre objectif.

Aujourd'hui, je prends des risques avec plus de liberté et de confiance, mais des risques mesurés, fondés sur des données factuelles, des équipes solides, une stratégie et une vision claire.

Vous êtes souvent présenté comme un acteur de la digitalisation. Comment définissez-vous cette transformation dans le contexte africain ?



La digitalisation en Afrique, comme partout ailleurs, n'est plus une question de technologie avant tout. C'est une transformation culturelle et structurelle. Il y a quelques années encore, nous vivions à l'ère de l'homo sapiens sapiens ; aujourd'hui, nous vivons à l'ère de l'homo numericus, l'ère de l'homme numérique. Tout comme un enfant qui grandit devant nos yeux sans que l'on s'en rende compte, nous avons changé de civilisation.

La technologie n'est plus un simple outil. Elle fait partie intégrante de notre quotidien. Elle brise les barrières fixées par les hommes et réinvente le monde, donnant ainsi un avantage considérable aux continents comme le nôtre pour rattraper les autres en un temps record. Nous voyons tous les jours certains pays du monde arabe se transformer sous nos yeux. L'Afrique doit tirer son épingle du jeu en faisant de même. Cela passe par l'intégration de la transformation digitale dans tous les secteurs d'activité et par une plus grande confiance accordée aux nombreux entrepreneurs africains. Il faut investir dans les Africains. Ils ont simplement besoin de soutien financier et d'un cadre juridique pour créer de la valeur et surprendre le monde.

Mon approche restera toujours pragmatique : partir des problèmes concrets et construire des solutions utiles sur le long terme.

Avec MAPIOLE, vous vous attaquez à un secteur stratégique. Quel dysfonctionnement majeur du marché immobilier camerounais avez-vous voulu résoudre en priorité ?

La crise de confiance.

L'immobilier est un pilier économique, mais il est fragilisé par l'informalité, les litiges fonciers et l'asymétrie d'information. Beaucoup de Camerounais, notamment de la diaspora, investissent dans la peur.

MAPIOLE est née d'une idée simple : structurer, sécuriser et rendre lisible un marché opaque. Nous ne sommes pas des commerçants de biens immobiliers ; nous proposons des solutions complètes à 360° dans le secteur immobilier. Nous travaillons à reconstruire la confiance autour de l'investissement immobilier en Afrique, et au Cameroun en particulier.

Comment MAPIOLE réinstalle-t-elle la transparence et la sécurité juridique ?

Par la méthode et la technologie.

Chaque projet est vérifié juridiquement, chaque étape est documentée, chaque transaction est traçable. Nous travaillons avec des partenaires légaux, institutionnels, techniques et financiers clairement identifiables.

Mais surtout, nous assumons une posture de tiers de confiance. Nous préférons refuser un projet plutôt que d'exposer un client à un risque mal maîtrisé. La crédibilité se construit dans la durée, pas dans le volume.

Quelles technologies ou pratiques transforment réellement votre modèle aujourd'hui ?

En tant que société proptech, nous avons passé quatre années à développer notre propre solution technologique capable de répondre aux problématiques immobilières locales. Notre système comprend une plateforme web, www.mapiole.com, ainsi que des applications Android et iOS. Ces outils intègrent la gestion de données, la gestion client, le suivi de projets, la communication, la transparence documentaire, ainsi que Mapiole AI, notre propre intelligence artificielle.

Sur Mapiole, il est par exemple possible d'écrire simplement dans notre moteur de recherche intelligent : « Je cherche le terrain le moins cher de Douala », puis de cliquer sur Entrée pour obtenir une liste de propositions correspondant à la demande. Il en est de même pour l'accompagnement juridique grâce à notre chatbot intégré. Nous proposons une solution technologique sur mesure, pensée pour répondre aux réalités de notre écosystème.

À l'inverse, certaines solutions technologiques très médiatisées restent superficielles lorsqu'elles ne sont pas intégrées à un modèle économique local et cohérent. L'innovation utile est celle qui résout un problème précis, pas celle qui impressionne.

Quels indicateurs vous permettent de mesurer la solidité de MAPIOLE ?

Je regarde avant tout la qualité et la robustesse des solutions que nous apportons aux problématiques immobilières de nos clients. Cela passe par :
le taux de satisfaction client, la récurrence, la recommandation, la solidité juridique des projets, les solutions de financement mises en place avec nos partenaires, ainsi que la capacité à traverser les cycles sans compromettre nos standards.
Un projet immobilier a vocation à perdurer. Cela exige de la constance et un sens aigu du détail. C'est bien plus précieux qu'une croissance rapide et mal maîtrisée.

Quelle est votre approche du leadership dans des environnements multiculturels ?

Le respect et la clarté.

Une vision claire, des responsabilités bien définies et une écoute constante. Les équipes performantes ne naissent pas de la pression, mais de la confiance et d'une exigence juste.

Mon rôle est de créer un cadre dans lequel chacun peut donner le meilleur de lui-même, tout en comprenant le sens de ce que nous construisons.

À l'horizon 2030, quel impact souhaitez-vous laisser ?

Si, en 2030, investir dans l'immobilier au Cameroun est devenu plus simple, plus sûr et plus transparent, alors j'aurai accompli l'essentiel. Nous voulons démocratiser le secteur et permettre à chacun, peu importe sa couche sociale ou sa localisation, qu'il soit issu de la diaspora ou non, indépendamment de son carnet d'adresses, d'avoir accès à l'immobilier. Pour nous, cela devrait être l'un des droits les plus essentiels.

Et pour ce faire de manière très concrète, l'achat, la vente, la location d'un bien immobilier ou encore l'obtention d'un financement immobilier sur www.mapiole.com devraient être aussi simples que la commande d'un colis en ligne.

La décision la plus importante aujourd'hui est de privilégier la structuration plutôt que la précipitation. Construire des fondations solides prend du temps, mais c'est le seul chemin vers un héritage durable.

D'où notre slogan : Mapiole, l'immobilier en un clic.



www.eco-pledgeafrica.com

ECOPLEDGE AFRICA

AGISSONS POUR L'AVENIR DE L'AFRIQUE!



PROTÉGEONS L'ENVIRONNEMENT, PRENONS L'ÉCO-PLEDGE!

info@eco-pledgeafrica.com

2026 : l'entreprise camerounaise entre dans l'ère du « Zero Trust »



par la rédaction

La scène est banale, presque familière.

Un mardi matin, un comptable ouvre sa messagerie. Un message court, propre, sans faute, signé d'un fournisseur habituel. Une facture "mise à jour", un nouveau RIB, un ton urgent mais poli : « merci de prendre en compte ce changement pour éviter tout retard de livraison ». Le logo est correct, la signature aussi. En bas, un détail anodin : l'expéditeur ressemble au vrai, mais ce n'est pas exactement le vrai.

Quelques minutes plus tard, un virement part.

Ce n'est pas un piratage spectaculaire, pas une attaque "de film". C'est une intrusion silencieuse, construite comme une transaction normale. Et quand l'entreprise comprend, il n'y a plus de sirène : seulement un constat brutal : la confiance a été retournée contre elle.

En 2026, la cybersécurité au Cameroun n'est plus un sujet technique. C'est un sujet économique, managérial, réputationnel. Elle pèse sur la continuité de service, sur la solidité financière, sur la relation client, sur les partenariats, sur la capacité à signer avec des acteurs exigeants. Les attaques ne cherchent plus seulement à "entrer" : elles cherchent à monétiser, à déstabiliser, à dégrader — et souvent, à faire tout cela sans bruit.

C'est dans ce contexte qu'une approche s'impose comme le nouveau langage de la résilience : Zero Trust.

Le basculement : pourquoi la "sécurité par habitude" ne suffit plus

Pendant longtemps, beaucoup d'organisations ont fonctionné avec une logique implicite : si tu es dedans, tu es digne de confiance. Une fois connecté au réseau interne, une fois "reconnu" comme employé, une fois identifié comme prestataire, la machine vous ouvre des portes.

Cette logique a un défaut majeur : elle repose sur un monde qui n'existe plus.

En 2026, l'entreprise camerounaise ressemble davantage à un carrefour qu'à une forteresse :

- des équipes sur le terrain, des commerciaux mobiles, des agents en déplacement ;
- des outils cloud, des partages de fichiers, des suites collaboratives ;
- des prestataires qui interviennent à distance, parfois en continu ;
- des applications empilées au fil du temps, des solutions métiers, des accès "temporaires" devenus permanents.

Dans cette architecture-là, il n'y a plus de frontière claire. Et quand il n'y a plus de frontière, la sécurité ne peut plus être une barrière : elle doit devenir une discipline d'accès.

Zero Trust : la doctrine de la confiance contrôlée

Le nom choque parfois. "Zéro confiance", cela sonne comme une accusation. En réalité, c'est un principe de lucidité :

On ne fait confiance à rien par défaut. On vérifie tout, tout le temps, et on limite toujours.

Zero Trust ne dit pas "vos collaborateurs sont un risque". Il dit : un compte peut être usurpé, un appareil peut être compromis, une identité peut être imitée, un prestataire peut être la porte d'entrée d'un autre.

Dans un modèle Zero Trust, chaque accès devient une question posée à la réalité :

- Qui demande l'accès ? (identité)
- Depuis quel contexte ? (appareil, réseau, localisation, comportement)
- À quoi exactement ? (ressource)
- Pour combien de temps ? (durée)
- Avec quel niveau de permission ? (minimum nécessaire)
- Et avec quelle trace ? (journalisation)

Autrement dit : l'entreprise cesse d'être une maison où l'on donne une clé unique. Elle devient un bâtiment où chaque porte a sa serrure, chaque serrure a ses règles, et chaque passage laisse une empreinte.

Ce que 2026 change : l'attaque ne "casse" plus, elle "imite"

Le risque majeur de l'année n'est pas seulement la sophistication technique. C'est la capacité des attaques à se déguiser en action normale.

La fraude moderne n'a pas toujours besoin de forcer une porte : elle se contente d'obtenir un badge. Et le badge, elle le récupère :

- par un mot de passe volé ou deviné ;
- par une messagerie compromise ;
- par un smartphone mal protégé ;
- par une session laissée ouverte ;
- par un faux message qui ressemble au vrai ;
- par un prestataire "légitime" dont l'accès est trop large.



Les intrusions les plus coûteuses sont souvent celles qui ressemblent à de la routine :

- un changement de RIB ;
- une demande d'accès "urgente" ;
- une validation d'opération "exceptionnelle" ;
- une facture "corrigée" ;
- un document partagé au "bon format".

Et c'est précisément là que Zero Trust devient stratégique : il ne cherche pas seulement à arrêter l'attaque, il cherche à empêcher l'imitation de passer pour une vérité.

Le coût réel d'un incident : la facture invisible

Quand une cyberattaque survient, l'entreprise compte d'abord les pertes directes : argent détourné, machines immobilisées, prestations d'urgence.

Mais la partie la plus lourde est souvent invisible, parce qu'elle s'étale :

- **la confiance client,** qui s'érode en silence ;
- **les partenaires**, qui imposent des contraintes supplémentaires ;
- **les équipes**, qui perdent du temps, de l'élan, parfois de la sérénité ;
- **la réputation,** qui devient fragile, sujette aux rumeurs ;
- **la gouvernance,** mise sous pression : "qui a autorisé ? qui n'a pas contrôlé ?"

En 2026, la cybersécurité ne se mesure pas uniquement en "incidents". Elle se mesure en capacité à continuer, capacité à prouver, capacité à réagir, capacité à restaurer. C'est une compétence d'entreprise. Comme la qualité. Comme le contrôle interne. Comme la conformité.

Zero Trust en cinq chantiers : la version "entreprise camerounaise"

Un bon article de cybersécurité ne doit pas noyer dans la technique. Le sujet, au fond, est simple : maîtriser l'accès.

1) Identités : savoir qui est qui, et stopper la faiblesse n°1

Le premier effondrement de beaucoup d'organisations tient à une question basique : combien de comptes existent réellement ?
Comptes d'employés, de stagiaires, de prestataires, comptes techniques, comptes "temporaires"…

Zero Trust commence par une discipline :

- chaque personne a une identité unique ;
- aucun compte partagé ;
- tout accès sensible est protégé par une authentification forte (double facteur).

La messagerie, ici, est la couronne. Parce que beaucoup d'attaques commencent par là : si l'attaquant possède votre mail, il possède votre capacité à demander, à valider, à convaincre.

2) Autorisations minimales : réduire le "rayon de destruction"

Dans beaucoup d'entreprises, un utilisateur normal peut accéder à trop de dossiers. Un prestataire a des droits trop larges. Un compte admin sert à tout.

Zero Trust impose une règle presque philosophique :

On ne donne que ce qui est nécessaire, pour le temps nécessaire.

Cela transforme l'entreprise :

- les droits deviennent des rôles ;
- les actions sensibles demandent des validations ;
- les accès "exceptionnels" sont temporaires et surveillés.
-

Le résultat n'est pas un ralentissement : c'est une réduction du risque systémique. Car lorsque l'attaque touche une identité, elle ne doit pas toucher toute l'entreprise.

3) Appareils : une identité sans appareil sûr est une promesse fragile

En 2026, l'identité ne se suffit plus à elle-même. Un employé peut être légitime, mais son téléphone peut être compromis. Son ordinateur peut être obsolète. Son mot de passe peut être sauvegardé au mauvais endroit.

Zero Trust s'appuie sur une logique : l'accès aux systèmes critiques ne doit être possible que depuis :

- des appareils mis à jour ;
- protégés ;
- verrouillés ;
- conformes à une politique interne.

Ce n'est pas une obsession "IT". C'est le même principe que dans la finance : on ne valide pas un paiement depuis n'importe quel canal, n'importe comment.

4) Segmentation : empêcher une chute totale

Beaucoup d'organisations sont vulnérables parce que leur système est "plat" : si quelqu'un entre, il peut circuler.

La segmentation, c'est l'art d'empêcher la contagion :

- la finance n'est pas sur le même segment que le reste ;
- les serveurs critiques ne sont pas accessibles comme un dossier partagé banal ;
- les comptes administrateurs sont isolés et protégés.

C'est une logique de compartiments : même si une zone est touchée, l'entreprise ne doit pas tomber entièrement.

5) Visibilité : ce qui n'est pas vu ne peut pas être défendu

La plupart des entreprises découvrent leurs failles après l'incident. Parce qu'elles n'avaient pas de traces. Pas de journaux. Pas d'alertes. Pas de surveillance.

Zero Trust impose la traçabilité :

- qui s'est connecté ?
- à quoi ?
- quand ?
- depuis où ?
- a fait quoi ?

Cela ne sert pas seulement à "attraper" : cela sert à comprendre, corriger, prouver et améliorer.

La feuille de route des 90 jours : une transformation réaliste, sans fantasme

Janvier est le mois des décisions structurantes. Pour beaucoup d'organisations, la meilleure stratégie n'est pas de tout refaire, mais de lancer une trajectoire maîtrisée.

Phase 1 : 15 jours – mettre de l'ordre et décider

- inventorier les applications et données critiques (finance, RH, ERP, CRM, messagerie)
- cartographier les accès : qui a quoi, qui administre quoi, quels prestataires ont quelles portes
- établir une politique simple : fin des comptes partagés, fin des accès permanents sans justification

Phase 2 : 30 jours – verrouiller les portes évidentes

- activer l'authentification forte sur messagerie et accès distants
- renforcer les postes sensibles (direction, finance, RH)
- sécuriser la procédure de paiement : double validation, vérification externe pour changement de RIB
- mettre en place des sauvegardes solides et testées (pas seulement "existantes", mais restaurables)

Phase 3 : 45 jours – construire la résilience

- segmenter au minimum les zones critiques
- mettre une journalisation centralisée sur les ressources clés
- faire un exercice "crise" : que fait-on si messagerie indisponible ? si données chiffrées ? si virement frauduleux ?
- formaliser un plan de communication interne et externe : éviter le chaos informationnel et les improvisations

Ce que cette approche change, au fond : une culture de la preuve

Zero Trust ne transforme pas seulement les systèmes. Il transforme la culture. Il remplace la confiance implicite par la preuve opérationnelle.

Et c'est là que l'enjeu devient "haut niveau" : une organisation Zero Trust est une organisation qui :

- sait qui accède à ses actifs ;
- peut limiter une erreur avant qu'elle ne devienne une crise ;
- peut reprendre après un incident ;
- peut rassurer ses partenaires ;
- peut croître sans multiplier les vulnérabilités.

l'entreprise qui sécurise ses accès sécurise son avenir

En 2026, le Cameroun accélère sa transformation numérique. Cela crée des opportunités — mais cela expose aussi la valeur.

La question n'est plus : "sommes-nous attaqués ?"

La question est : "sommes-nous prêts quand l'attaque ressemble à une action normale ?"

Zero Trust apporte une réponse simple et exigeante : ne rien laisser passer par habitude. Vérifier. Limiter. Tracer. Segmenter. Restaurer.

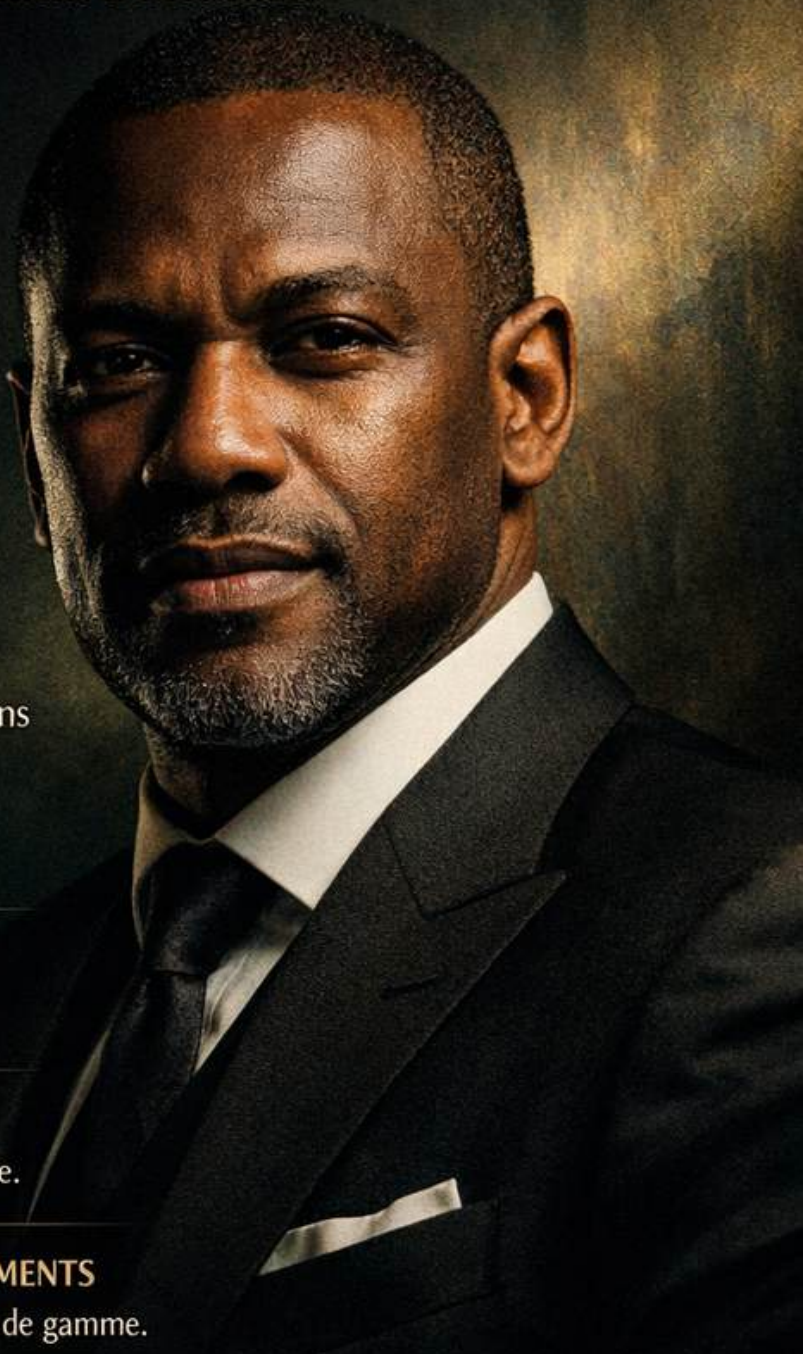
La cybersécurité, dans sa version moderne, n'est pas une armure. C'est une discipline.

Et dans l'économie qui vient, la discipline est souvent ce qui sépare les entreprises qui subissent… de celles qui tiennent.



UMOJA Influence

Votre image, notre engagement d'excellence



Quand votre réputation devient votre actif stratégique.

Quand votre message résonne avant d'être entendu.

Umoja Influence est l'agence panafricaine qui transforme la vision des leaders, institutions et grandes marques en un impact visible, crédible et durable.

BRANDING & STRATÉCIE D'IMAGE
Identité, storytelling, plateformes de marque.

INFLUENCE & RELATIONS PUBLIQUES
Relations médias, campagnes ciblées, gestion de crise.

ACCOMPAGNEMENT DE DIRIGEANTS & ÉVÉNEMENTS
Personal branding, media training, evénements haut de gamme.

« Nos clients ne veulent pas être vus.
Ils veulent être retenus. Et compris. »

Prét à faire rayonner votre influence ? Contactez-nous dès aujourd'hui.

info@umoja-influence.com

+237 695 88 91 41

umoja-influence.com

Fred Fabo Onanina, l'architecte d'une intelligence artificielle responsable au cœur des industries régulées



A Paris, là où l'intelligence artificielle promet beaucoup mais rassure encore peu, Fred Fabo Onanina avance avec méthode. Son ambition n'est pas de faire « plus d'IA », mais de faire mieux : une IA explicable, gouvernable et crédible pour les secteurs où la moindre erreur peut coûter des années de recherche, des millions d'euros, ou des vies humaines.

Fondateur de POLYPE AI depuis octobre 2025, il développe une plateforme de clinical intelligence pensée pour transformer en profondeur la production et la gouvernance des protocoles cliniques, documents de R&D et savoirs réglementés. Sa conviction est claire : dans la pharmacie, la biotech ou l'agroalimentaire, l'IA ne peut pas être un simple outil SaaS. Elle doit devenir un moteur structurel de productivité, de conformité et de croissance, capable de s'inscrire durablement dans les processus qualité et décisionnels.

Cette vision s'enracine dans un parcours d'une rare densité. Pendant près de dix ans, Fred Fabo Onanina a évolué au cœur des opérations de data clinique et de la R&D internationale, notamment chez Boehringer Ingelheim, où il a piloté des essais complexes en oncologie et en respiratoire, conduit des équipes multiculturelles, structuré des bases de données critiques et participé à la définition de standards globaux de gestion de la donnée. Là, il apprend une discipline clé : produire de la connaissance traçable, auditable et irréprochable.

Cette expertise se prolonge aujourd'hui à travers OFTY, son activité de conseil indépendant, au service de grands groupes pharmaceutiques confrontés à des transformations majeures de gouvernance des données et d'exécution réglementaire. En parallèle, son parcours entrepreneurial l'a aussi conduit à cofondre et piloter CHREALIST Afrique, entre Douala et Paris, où il a mené des missions de structuration stratégique, financière et opérationnelle. Une expérience qui révèle un dirigeant à l'aise aussi bien dans la rigueur corporate que dans le terrain.

Ce double ADN (scientifique et entrepreneurial) éclaire le positionnement de POLYPE AI. Fred Fabo Onanina y défend une idée exigeante : dans les industries régulées, l'enjeu n'est pas seulement d'automatiser, mais de rendre l'intelligence artificielle responsable. Une IA qui explique ses raisonnements, documente ses choix et s'intègre naturellement aux exigences d'audit et de conformité.

Formé au management stratégique à l'ESSEC, renforcé par des programmes internationaux et une formation au leadership en situation de crise, il incarne une génération de leaders afro-diasporiques qui ne cherchent plus à opposer innovation et régulation, mais à les réconcilier.

Avec POLYPE AI, Fred Fabo Onanina s'attaque à un sujet discret mais décisif : la fabrique de la preuve. Dans un monde où l'innovation scientifique va toujours plus vite, celui qui maîtrise la preuve — mieux, plus vite et de façon gouvernable — détient un avantage stratégique majeur. Et c'est précisément là que son ambition prend tout son sens.



L'économie verte, nouvelle grammaire de la croissance : comment le Cameroun peut convertir l'urgence écologique en avantage compétitif

par la rédaction



Il y a des sujets qui cessent d'être des débats pour devenir des réalités de gestion. Au Cameroun, la transition écologique est en train de basculer dans cette catégorie : elle n'est plus une "option morale", ni un supplément de communication. Elle devient, progressivement mais sûrement, une question de compétitivité, de coûts, d'accès au financement, d'emploi, de souveraineté énergétique et de stabilité urbaine.

Le signal le plus fort, paradoxalement, vient du terrain. Quand les déchets s'accumulent, ce n'est pas seulement un problème d'hygiène : c'est une crise de productivité, d'attractivité et de gouvernance. Quand l'électricité manque ou coûte trop cher, ce n'est pas seulement une gêne : c'est un frein direct à l'industrialisation. Quand les écosystèmes se fragilisent, ce n'est pas un sujet lointain : c'est la base même de plusieurs chaînes de valeur (agriculture, bois, eau, tourisme, santé, logistique).

En 2026, l'enjeu n'est donc plus de savoir si le Cameroun "doit" entrer dans l'économie verte. Il y est déjà, de facto. La vraie question est : va-t-il la subir, ou la structurer comme un moteur de croissance ?

1) Du "développement durable" à la performance : la transition verte devient un sujet de direction générale

Dans les organisations qui gagnent, l'écologie n'est pas un département isolé, c'est une ligne stratégique. Pourquoi ? Parce que les marchés et les bailleurs imposent une nouvelle lecture des risques : risque climatique, risque réglementaire, risque réputationnel, risque opérationnel… et désormais risque de financement.
Le Cameroun a un atout rare : une richesse naturelle qui peut devenir un levier économique majeur—à condition de passer d'une exploitation extensive à une valorisation intelligente du capital naturel. Cette idée, de plus en plus assumée dans les analyses internationales sur le pays, change la perspective : la forêt, la biodiversité, l'eau, les sols ne sont pas seulement des "ressources" ; ce sont des actifs qui peuvent produire des revenus, attirer des financements, créer des services, générer des emplois et renforcer la résilience.
En clair : l'économie verte n'est pas une contrainte. C'est une nouvelle grammaire de la croissance.

2) Déchets : le révélateur brutal d'une économie urbaine sous tension

Douala et Yaoundé ont un point commun : la question des déchets y est devenue un sujet de société… et un sujet économique. Une ville où la salubrité se dégrade devient une ville où la chaîne de valeur se grippe : coûts de santé, baisse de productivité, tensions sociales, dévalorisation immobilière, chute de l'attractivité touristique et même complexification logistique.

Ces derniers mois, les discussions autour de la collecte, des décharges, des retards de financement et des capacités opérationnelles ont mis en lumière une vérité simple : le modèle actuel atteint ses limites dès lors qu'il s'agit de suivre la croissance urbaine et démographique. Des analyses rappellent notamment l'écart entre besoins et ressources disponibles, qui fragilise la continuité et la qualité du service.

Mais voici le tournant : la gestion des déchets n'est plus seulement une facture municipale. C'est un gisement de valeur à condition de changer d'approche.

Le "business model" qui manque encore

- Pré-collecte structurée (quartiers, associations, micro-opérateurs contractualisés)
- Tri à la source (progressif mais réel, avec incitations)
- Centres de transfert et de tri
- Valorisation : recyclage (plastiques, métaux), compost (organique), briquettes/CSR là où pertinent
- Traçabilité : données, pesée, indicateurs de performance, contractualisation

Ce schéma n'a rien d'utopique. Il est déjà appliqué, sous différentes formes, dans plusieurs villes africaines. Au Cameroun, ce qui manque le plus n'est pas l'énergie entrepreneuriale : c'est la structuration (cadre, contrats, données, incitations, paiement).

Opportunité 2026 : faire du déchet une filière, pas une urgence.

3) Électricité et énergie : la transition verte, d'abord une transition de productivité

On ne fera pas d'économie verte sans énergie fiable. Et on ne fera pas d'industrialisation sans énergie abordable. La bonne nouvelle : le Cameroun dispose d'un potentiel important, avec un socle hydroélectrique et des options de diversification (solaire, mini-réseaux, efficacité énergétique).

Des trajectoires récentes mettent l'accent sur l'accès universel, l'extension des réseaux et la mobilisation autour d'objectifs continentaux, tout en valorisant le rôle de projets structurants.

Mais l'économie verte ne se résume pas à "produire plus". Elle impose de produire mieux, et surtout de consommer intelligemment.

L'angle souvent oublié : l'efficacité énergétique

Dans l'industrie, l'hôtellerie, les services, les télécoms, la distribution, les économies d'énergie sont souvent le "premier gisement" : climatisation, froid, moteurs, éclairage, pertes réseau, groupes électrogènes, maintenance… La transition verte, ici, c'est du cash : réduction de facture, optimisation CAPEX/OPEX, meilleure continuité d'activité.

Les travaux académiques récents sur la trajectoire des renouvelables et des politiques énergétiques au Cameroun rappellent que l'enjeu est autant institutionnel que technique : gouvernance, politiques publiques, incitations, intégration des technologies off-grid, cohérence du cadre.

Opportunité 2026 : faire de l'énergie verte un outil de compétitivité des PME et des industriels (contrats d'efficacité, solaire hybride, mini-réseaux, solutions pour zones rurales productives).

4) Forêts et capital naturel : "l'or vert" comme stratégie de souveraineté économique

Le Cameroun est l'un des pays où la forêt n'est pas une marge : c'est une colonne vertébrale. Or, le monde est en train de revaloriser, économiquement, ce que la planète protège écologiquement : les écosystèmes à forte valeur.

L'idée d'une transition vers une économie de services basée sur les forêts—écotourisme, services médicinaux liés à la biodiversité, savoirs forestiers, comptabilité du capital naturel—gagne du terrain dans les recommandations stratégiques pour le pays.

Traduction en langage business :

- mieux gérer et tracer,
- mieux transformer localement,
- mieux monétiser la conservation via des mécanismes crédibles,

- mieux attirer des financements qui valorisent les actifs naturels au-delà du PIB classique.

Là où le privé peut accélérer

- Certification et traçabilité (bois, cacao, café, produits forestiers non ligneux)
- Transformation locale (plus de valeur ajoutée, moins d'export brut)
- Solutions numériques : géolocalisation, suivi des parcelles, compliance ESG
- Écotourisme premium (petit volume, forte valeur, haute qualité)

L'économie verte, ici, se joue autant sur la préservation que sur la création de chaînes de valeur haut de gamme.

5) Finance verte : l'argent existe, mais il exige des projets "bankables"

Le mot "finance verte" est souvent brandi comme une promesse vague. Or c'est un marché en structuration, avec ses règles, ses standards, ses cadres, ses exigences de transparence.

Un jalon important : le Cameroun a formalisé un Sustainable Financing Framework (cadre de financement durable), qui s'inscrit dans une logique de mobilisation de financements, de catégorisation des projets éligibles, et d'alignement sur des priorités de développement durable.

Mais les acteurs privés ont une réalité plus directe : accéder à l'argent vert suppose d'avoir des projets :

- techniquement solides,
- économiquement rentables,
- mesurables (indicateurs),
- conformes (sauvegardes environnementales et sociales),
- correctement structurés (gouvernance, contrats, données).

Des travaux de réflexion locaux sur le financement climatique au Cameroun soulignent d'ailleurs le besoin de mieux connecter le secteur privé aux opportunités, tout en renforçant la capacité de structuration de projets et l'accès effectif aux guichets.

Opportunité 2026 : créer une "génération de projets verts camerounais" prêts à être financés (déchets, énergie, agriculture résiliente, eau, mobilité, bâtiments).

6) Les green jobs : la transition verte comme agenda social et économique

Quand on parle d'économie verte, on pense souvent à des technologies. On devrait penser aussi à des métiers.

La transition verte est un immense chantier d'emplois :

- collecteurs et opérateurs de tri,
- techniciens du solaire et de l'hybride,
- spécialistes froid/climatisation efficiente,
- agronomes "climat-intelligent",
- artisans du bâtiment durable,
- data analysts ESG,
- logisticiens circulaires,
- experts en conformité et traçabilité.

Autrement dit, l'économie verte peut devenir un levier d'insertion pour les jeunes, si l'on organise la chaîne formation → certification → marché.

2026, l'année du choix: subir ou piloter

Le Cameroun n'a pas besoin d'attendre un "grand soir vert". La transition écologique est déjà là, sous forme de tensions urbaines, de pressions énergétiques, d'exigences financières, de vulnérabilités climatiques… et d'opportunités.

Ce qui peut changer en 2026, c'est la posture : passer d'une économie verte subie à une économie verte pilotée. Une économie où l'État joue son rôle de cadre, où les villes deviennent des plateformes de solutions, où les entreprises investissent dans la performance, où les entrepreneurs industrialisent les filières, où la finance récompense la crédibilité.

La transition verte n'est pas un supplément d'âme. C'est peut-être, pour le Cameroun, la prochaine frontière de la croissance.



Achille Wafeu, la rigueur comme levier de confiance : itinéraire d'un associé Deloitte au cœur des économies d'Afrique centrale

par la rédaction



L'économie se construit autant dans les usines, les champs et les chantiers que dans les chiffres, les procédures et les contrôles qui rendent la croissance crédible. Dans cet espace discret mais décisif, Achille Wafeu s'est imposé comme l'un de ces professionnels dont la valeur se mesure à leur capacité à sécuriser, clarifier et structurer. Associé Audit & Advisory chez Deloitte & Touche Afrique Centrale, basé à Douala depuis octobre 2016, il incarne une trajectoire de long terme : celle d'un expert-comptable diplômé, formé aux standards exigeants du modèle français et aguerri, sur le terrain, à la complexité des secteurs stratégiques d'Afrique centrale. Son parcours raconte aussi une réalité contemporaine : dans un environnement où la transparence est devenue un actif économique, la compétence comptable et l'audit ne sont plus des fonctions support, mais des instruments de souveraineté et d'attractivité.

Le fil conducteur d'Achille Wafeu, c'est la discipline. Une discipline académique d'abord, construite très tôt sur une base solide à l'Université Catholique d'Afrique Centrale, où il obtient un DUT en gestion des entreprises (1997-1999), puis une maîtrise en sciences et techniques comptables et financières (1999-2001). Une discipline professionnelle ensuite, forgée dans l'apprentissage progressif du métier au sein d'Ernst & Young Cameroun, où il évolue de juillet 2001 à décembre 2006, du statut de junior auditor à celui d'assistant manager audit. Ces années sont souvent celles où se fabriquent les réflexes : comprendre une organisation au-delà de ses bilans, lire les risques derrière les flux, poser les bonnes questions, documenter, vérifier, recouper, et surtout apprendre à tenir la ligne d'indépendance qui fait l'essence du métier.

Puis vient une montée en puissance qui épouse l'ambition régionale. Achille Wafeu rejoint Deloitte Touche Tohmatsu au Gabon et y passe plus de six ans (environ 2010 à 2016), occupant successivement les fonctions de Senior Manager Audit & Advisory (juillet 2010 – juin 2013) puis de Director Audit & Advisory (juillet 2013 – octobre 2016). C'est une période charnière : le périmètre s'élargit, la pression augmente, les dossiers deviennent plus transversaux,

et l'on n'est plus seulement exécutant d'une mission, mais chef d'orchestre de la qualité, du calendrier, des équipes et de la relation client. Il le dit d'ailleurs clairement dans la description de ses responsabilités : en tant que Senior Manager, il pilote un portefeuille diversifié, au contact de l'Oil & Gas, des mines, des télécommunications, du transport, du retail et de la distribution, sans oublier des organisations internationales et des projets de développement. Cette diversité n'est pas un détail : elle traduit une capacité à entrer dans des écosystèmes très différents, à comprendre des modèles économiques variés, des risques spécifiques, des normes parfois multiples, et des attentes de gouvernance qui peuvent aller du strict cadre réglementaire au reporting de bailleurs internationaux.

Dans ces missions, l'enjeu n'est jamais uniquement "faire un audit". Il s'agit de planifier et conduire des audits financiers, des audits statutaires, des audits opérationnels, et des interventions de conseil ; de coordonner, suivre et exécuter le travail terrain ; de superviser et encadrer des chefs de mission et managers sur plusieurs engagements. Autrement dit : porter la responsabilité de la méthode, mais aussi celle des hommes et de l'alignement. Dans un marché où les entreprises attendent à la fois rapidité, robustesse et valeur ajoutée, la capacité à structurer des équipes et à garantir un niveau homogène d'exigence devient une compétence stratégique. Et c'est là que se situe l'une des signatures d'Achille Wafeu : une culture de la qualité, pensée comme un investissement et non comme une contrainte.

Cette expertise prend une dimension encore plus affirmée à partir d'octobre 2016, lorsqu'il devient Associé Audit & Advisory chez Deloitte & Touche Afrique Centrale, à Douala. Neuf ans plus tard, la durée elle-même envoie un signal : celui de la consolidation et de l'ancrage. L'associé n'est pas seulement un expert technique ; il est aussi un garant de confiance pour les clients, un responsable de la délivrance, un acteur de développement, un porteur de standards. Dans une place comme le Cameroun — économie pivot, carrefour CEMAC, pays d'industries, de télécoms, de finance et de grands projets — la demande de crédibilité financière est croissante. Les actionnaires veulent voir clair, les régulateurs veulent des preuves, les partenaires exigent des comptes, les investisseurs scrutent la fiabilité. L'audit devient alors un langage commun entre des intérêts parfois divergents. Et l'advisory, lorsqu'il est bien conduit, devient une boussole : aider les organisations à améliorer leurs processus, à rendre leur gouvernance plus efficace, à piloter les risques, à sécuriser leur croissance.

Ce qui renforce la cohérence de son parcours, c'est le socle de formation supérieur qu'il a bâti en parallèle, avec une orientation nette vers le référentiel français de l'expertise comptable. Après un Diplôme d'Études Financières et Comptables (2007), il suit le cycle du Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion (DSCG), avec une focalisation sur la finance d'entreprise, la comptabilité, le droit des affaires, le droit social, l'audit, l'économie, et les normes IFRS (2010-2012 puis 2012). Et surtout, il obtient le Diplôme d'Expertise Comptable (DEC) en 2016, au sein de l'Institut National des Techniques Économiques et Comptables en France. Dans les métiers de l'audit, cette certification n'est pas une ligne sur un profil : c'est un signal de maîtrise, de méthode, de déontologie, et d'aptitude à se tenir au plus haut niveau de responsabilité.

À travers cette trajectoire, une idée s'impose : Achille Wafeu représente cette génération de leaders techniques qui influencent l'économie sans nécessairement être sur le devant de la scène. Leur impact se lit ailleurs : dans la qualité des états financiers qui permettent de décider, dans les recommandations qui évitent des dérives, dans les systèmes de contrôle qui réduisent les pertes, dans la discipline de gouvernance qui attire des partenaires, dans la capacité à faire converger des équipes autour d'un standard non négociable. C'est un leadership d'exactitude, un leadership de structure, un leadership de confiance.

Au fond, le parcours d'Achille Wafeu rappelle une vérité essentielle pour les économies africaines en transformation : la croissance n'est durable que si elle est lisible. Et la lisibilité économique passe par des professionnels capables de traduire la complexité en information fiable, de transformer le risque en pilotage, et de faire de la conformité non pas une punition, mais un avantage compétitif. Dans un Cameroun qui aspire à accélérer son industrialisation, à renforcer sa gouvernance d'entreprise et à mobiliser plus de capitaux, ces profils deviennent des pièces maîtresses. Achille Wafeu, par son itinéraire et ses responsabilités, s'inscrit clairement dans cette catégorie : celle des bâtisseurs de crédibilité.

La nouvelle vague créative : quand la Gen Z réinvente les codes (et les marchés)



Un samedi soir à Douala, la foule n'attend plus seulement "l'artiste". Elle attend le moment : la chorégraphie qui va tourner sur TikTok, le "drop" calibré pour Reels, la punchline faite pour être reprise en story, la tenue pensée comme un manifeste streetwear. À Yaoundé, un vidéaste de vingt ans transforme un simple plan-séquence en vitrine premium pour une marque, tandis qu'une illustratrice vend ses visuels en ligne à des clients qu'elle n'a jamais rencontrés. La Gen Z camerounaise ne "consomme" plus la culture : elle la produit, la formate, la distribue… et commence, surtout, à la monétiser.

Cette vague n'est pas un effet de mode. Elle s'ancre dans un fait brut : la culture est devenue une industrie d'attention. Or, l'attention a migré vers le mobile, les plateformes, les communautés. En janvier 2025, le Cameroun comptait environ 12,4 millions d'internautes et 5,45 millions d'identités actives sur les réseaux sociaux, soit 18,5% de la population selon DataReportal. Dans cet espace, une génération née avec les codes du numérique invente une économie parallèle : économie du contenu, économie du style, économie des micro-communautés. Et elle impose une vérité nouvelle aux marques comme aux institutions : la création n'est plus un "supplément d'âme", c'est un marché.

1) La Gen Z ne cherche pas la scène : elle fabrique le "flux"

L'ancien monde culturel reposait sur des portes : radios, télévisions, grandes salles, circuits officiels. Le nouveau repose sur un flux : publications quotidiennes, tests, itérations, collaborations, remix. Sur TikTok, Instagram, YouTube, Facebook, la diffusion n'est plus linéaire ; elle est algorithmique. Ce basculement a deux conséquences majeures.

D'abord, il démocratise la visibilité : un danseur, un humoriste, un photographe ou une styliste peuvent émerger sans attendre une validation institutionnelle. Ensuite, il professionnalise la créativité : publier n'est plus "partager", c'est produire (écriture, tournage, montage, design, rythme, narration, analyse d'audience). RFI décrivait récemment l'essor de ces "entrepreneurs créateurs de contenus" au Cameroun, dont l'activité devient un vrai levier social et économique.

Autrement dit, la Gen Z ne se demande pas seulement quoi créer, mais comment le packaging culturel devient un produit.

2) Les nouveaux marchés de la création : six modèles de revenus qui montent

Au Cameroun, la monétisation ne prend pas toujours la forme “occidentale” (abonnements massifs, plateformes parfaitement intégrées, paiements fluides). Mais elle existe déjà, souvent de manière hybride et très entrepreneuriale.

a) L’argent des marques : l’influence devient une ligne budgétaire

Le premier marché, c’est celui des marques. La Gen Z est devenue l’interface entre entreprises et publics jeunes : lancement de produits, campagnes de notoriété, contenus “lifestyle”, activations terrain relayées en ligne. Les entreprises ne paient pas seulement une audience : elles paient une capacité narrative.
La différence avec l’ancienne publicité est fondamentale : ici, le créateur ne récite pas un slogan, il met en scène un usage. Et cette mise en scène peut valoir plus que l’affiche, parce qu’elle génère confiance et imitation.

b) L’économie du service : photo/vidéo comme industrie de production

Deuxième marché : la production audiovisuelle. Une partie de la Gen Z a transformé la caméra, le smartphone, les logiciels de montage et la maîtrise de la lumière en métier. Elle vend des clips, des reels, des shootings, des aftermovies d’événements, du contenu corporate. C’est le retour du “studio”, mais en version mobile : agile, rapide, orienté résultats.

c) La musique : streaming, distribution et nouveaux relais

La musique, elle aussi, s’est reconfigurée : moins dépendante de la radio, plus dépendante de la circulation sociale et des plateformes. Au Cameroun, des services comme Boomplay (proposé notamment via MTN) participent à installer le réflexe streaming et à élargir les points d’accès. Et plus largement, l’expansion des usages YouTube/Spotify/Boomplay/Audiomack bouscule les habitudes culturelles.

Ce que la Gen Z comprend très bien, c’est que le morceau n’est plus une fin : c’est un actif. Il peut vivre en challenge, en extrait, en trend, en bande-son d’une chorégraphie, en matière première pour des créateurs de contenu. La valeur se déplace vers l’écosystème : fanbase, booking, brand content, merchandising, partenariats.
d) La danse : de l’art à la “performance marketing”

La danse est peut-être l’exemple le plus spectaculaire de cette économie : une chorégraphie devenue virale peut booster une musique, un événement, une marque, un lieu. Les danseurs ne vendent pas seulement un show ; ils vendent un format. Et ce format devient un outil marketing, une identité, parfois une signature.

e) Art digital : vendre des visuels, des identités, des univers

L’art digital, le motion design, l’illustration, la 3D, l’animation… deviennent des métiers de commande : identités visuelles, pochettes, affiches, contenus réseaux, habillage d’événements, filtres, univers graphiques. Le client n’est plus seulement local : la diaspora, les freelances internationaux, les plateformes de missions étendent le marché (même si les paiements restent un frein structurel).

f) Streetwear : le style comme produit, la communauté comme boutique

Le streetwear n’est pas qu’un vêtement : c’est un langage. La Gen Z camerounaise l’a compris et le transforme en micro-marques, capsules, drops, collaborations. La logique est claire : petite série, identité forte, storytelling, présence digitale, distribution directe, et parfois précommandes. Le vêtement devient un média ; la communauté devient un canal de vente.

3) Ce que la Gen Z change vraiment : la grammaire culturelle

Au-delà des revenus, c’est la grammaire qui change.

- Du prestige à la proximité : l’artiste “intouchable” cède la place au créateur accessible, quotidien, conversationnel.
- Du produit fini à l’itération : on teste, on ajuste, on versionne.
- Du star-system à la micro-communauté : mieux vaut 20 000 fans engagés que 200 000 spectateurs distraits.
- De la diffusion à la co-création : challenges, remixes, duos, reprises.
- Du “talent” seul à l’équipe : manager, monteur, photographe, community manager, styliste… la création devient une petite entreprise.

En clair : la culture se “startupise”. Et les profils Gen Z qui réussissent ne sont pas seulement créatifs : ce sont des opérateurs.

4) Les contraintes camerounaises : les trois murs à franchir

Cette économie est réelle, mais elle se heurte à des murs très concrets.

1) Le cadre et la structuration

Le Cameroun affiche une volonté de développer les industries culturelles et créatives (ICC) et de les intégrer dans la dynamique nationale, notamment via les orientations publiques et la mission du ministère de tutelle. Mais sur le terrain, beaucoup de créateurs avancent sans statut clair, sans contrats solides, sans mécanismes simples de protection et de financement.

2) Le nerf de la guerre : droits, copie, rémunération

La valeur culturelle se perd vite quand la propriété intellectuelle est fragile. La Gen Z vit dans un monde de remix… mais elle a besoin d'un monde de rémunération. Sans cela, la créativité reste une énergie gratuite.

3) La dépendance aux plateformes

La Gen Z construit sur des plateformes qu'elle ne contrôle pas. Une modification d'algorithme, une restriction de compte, une crise géopolitique, et le business peut trembler. Les débats sur l'incertitude autour de TikTok, par exemple, rappellent à quel point une économie entière peut dépendre d'un acteur global.

5) Ce que doivent comprendre les marques : on ne "prend" plus la jeunesse, on collabore avec elle

Pour les entreprises, le message est simple : la Gen Z n'est pas un "ciblage", c'est une culture. Et la culture se respecte. Les marques qui gagneront en 2026 ne seront pas celles qui "achètent" des influenceurs à la chaîne, mais celles qui :

- investissent dans des campagnes co-créées (brief clair + liberté créative),
- soutiennent des formats (séries, concepts, événements) plutôt que des posts isolés,
- sécurisent les créateurs par des contrats propres (droits d'usage, durée, exclusivité, paiement),
- construisent des programmes (résidences créatives, incubateurs ICC, labs de contenus),
- intègrent la création au cœur du branding, pas en périphérie.

La Gen Z sait repérer la récupération. Elle valorise l'authenticité, la cohérence et la qualité.

6) Le vrai tournant 2026 : passer du talent à l'industrie

La grande question n'est donc pas "y a-t-il des talents ?" le Cameroun en déborde. La question est : comment transformer des trajectoires individuelles en filière ?

À l'échelle mondiale, l'UNESCO rappelle l'ampleur économique des secteurs culturels et créatifs et insiste sur la nécessité de systèmes qui permettent de créer, produire, diffuser et accéder à des expressions culturelles diversifiées. Le Cameroun peut capter une part plus visible de cette valeur s'il consolide trois leviers :

1. Infrastructure de marché : lieux de création, studios, salles, circuits de diffusion, festivals mieux structurés.
2. Infrastructure financière : microfinancement, sponsoring encadré, fonds ICC, mécanismes de garantie pour les entrepreneurs culturels.
3. Infrastructure juridique : contrats-type, accompagnement, protection, arbitrage rapide, lutte contre la copie abusive.

la "nouvelle vague" n'est pas une tendance, c'est une économie

La Gen Z camerounaise a compris quelque chose avant tout le monde : dans un pays où les opportunités formelles peuvent être lentes, la créativité est un raccourci — mais un raccourci exigeant. Elle impose discipline, constance, stratégie, qualité. Elle impose aussi une vision : faire de la culture un secteur productif, pas seulement un spectacle.

En 2026, le Cameroun a une fenêtre rare : transformer son bouillonnement créatif en puissance culturelle et en valeur économique. À condition de ne plus regarder ces créateurs comme des "jeunes sur Internet", mais comme ce qu'ils sont déjà en train de devenir : des entrepreneurs de la perception, des architectes de tendances, des PME de contenu, et parfois… les premiers bâtisseurs d'une industrie qui, demain, pèsera autant que les secteurs qu'on juge aujourd'hui "sérieux".



10 YEARS OF LEADERSHIP & INNOVATION

CAMEROON CEO
www.cameroonceo.com

Email : info@cameroonceo.com | Phone +237 695869141