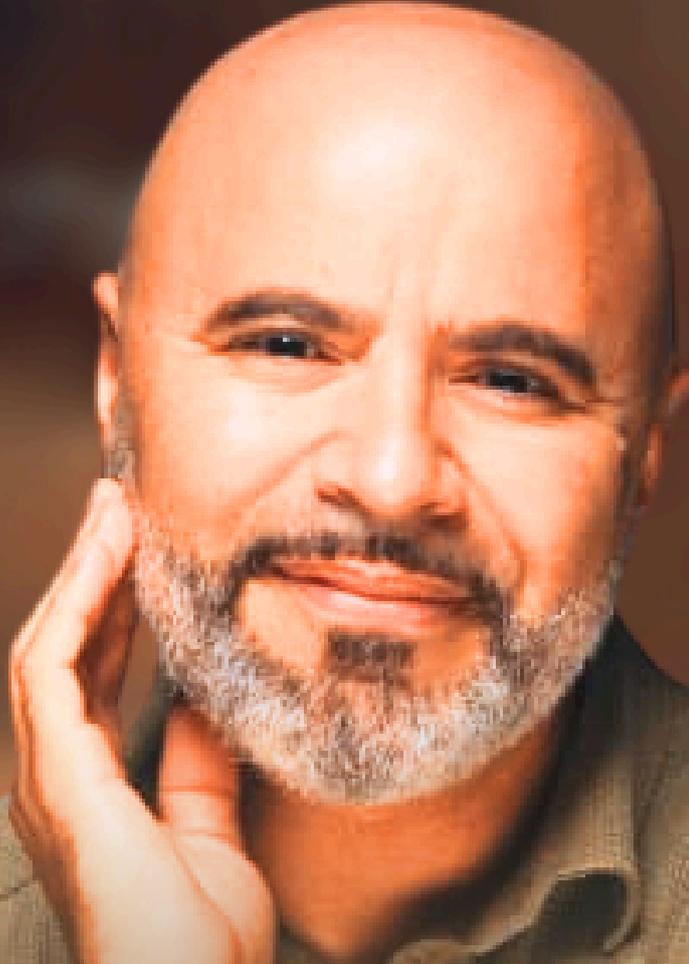




# FRANCHISE FORUM MAGAZINE

Septembre 2025

AU COEUR DE L'INDUSTRIE DE  
LA FRANCHISE ET DU COMMERCE  
ORGANISÉ INDÉPENDANT EN AFRIQUE



**DIASPORA AFRICAINE**

**MOKTAR  
FARHAT**

*cofondateurs de l'association My  
Creo Academy - initiateurs du  
projet Come-Back Franchise.*

**MARIE-YVONNE  
D'ALMEIDA**

*Fondatrice de l'incubateur Autour de  
Mary - Initiatrice de l'événement Teranga  
Meet*

***La diaspora au cœur du mouvement  
franchisé africain.***

**SENEGAL - FATIMATA NIANG : FONDATRICE DE BLACK SPOON**

**DE DAKAR À PARIS ET AU-DELÀ : L'AMBITION FRANCHISÉE DE FATIMATA NIANG.**



A **FRANEXPOS** EVENT

# AFRICA FRANCHISE EXPO CAIRO

22-23 SEP 2025  
HELIOPOLIS, CAIRO

Meet Our Exhibitors

## Africa Franchise Expo 2025

**“Discover the F&B concepts expanding across Africa & MENA”**

## **UNE DIASPORA AFRICAINE DYNAMIQUE AU SERVICE DU DEVELOPPEMENT LA FRANCHISE SUR LE CONTINENT.**

Chers lecteurs, chères lectrices,

Dans ce numéro de Franchise Forum Magazine, nous mettons à l'honneur une force motrice souvent sous-estimée, mais pourtant essentielle au développement économique du continent : la diaspora africaine.

Aujourd'hui, plus que jamais, les Africains vivant à l'étranger ne sont plus seulement des acteurs de l'émigration, mais des pionniers d'un nouveau modèle entrepreneurial. Ils apportent avec eux non seulement des compétences, des réseaux internationaux et une vision globale, mais aussi un profond attachement à leur terre natale — un mélange unique d'expérience mondiale et d'ancrage local.

C'est dans cette optique que nous avons choisi de célébrer Moktar Farhat et Marie-Yvonne D'Almeida, deux figures inspirantes qui incarnent parfaitement cette double identité. Co-fondateurs de My Creo Academy et artisans du projet Come-Back Franchise, Moktar et Marie-Yvonne ont lancé une initiative audacieuse : accompagner les membres de la diaspora dans leur retour entrepreneurial en Afrique. Leur mission ? Transformer le rêve de revenir chez soi en réalité économique durable, à travers le modèle de la franchise.

Leur engagement est un puissant symbole de l'avenir de l'entrepreneuriat africain : inclusif, innovant, et ancré dans la culture locale tout en s'inspirant des meilleures pratiques mondiales.

Par ailleurs, nous rendons hommage à Fatimata Niang, fondatrice de Black Spoon, dont l'histoire est celle d'une ambition sans frontières. De Dakar à Paris, puis au-delà, elle incarne la franchise comme levier d'expansion, d'emploi et de rayonnement culturel. Son parcours illustre comment une marque authentiquement africaine peut conquérir le monde, tout en restant fidèle à ses racines.

Ce numéro est donc bien plus qu'un simple magazine. C'est un appel à l'action, un regard porté sur les forces vives de notre continent. Car si l'Afrique veut devenir un acteur majeur de l'économie mondiale, elle doit tirer parti de tous ses talents — y compris ceux qui ont émigré, mais qui, aujourd'hui, rêvent de revenir, d'investir, de créer.

La diaspora n'est plus un exil. Elle est un pont. Un pont entre les savoirs, les marchés et les cultures. Et c'est précisément ce pont que Franchise Forum Magazine souhaite construire, article après article, témoignage après témoignage.



**Naki Bernard  
ZOBO**

*Rédacteur en chef  
consultant en franchise  
juriste*

*Membre du collège des experts de la Fédération  
Ivoirienne de la franchise (FIFRANCHISE)  
Manager général du service FRANCHISES  
AGREGATOR*

Chaque mois, dans l'Africa Franchise Forum Magazine édition classique et spéciale, il vous sera proposé :

- Des analyses approfondies des tendances du marché et des méthodologies de création, de gestion et de développement des franchises, sur les réglementations et structurations régionales de la franchise et du commerce organisé indépendant.
- Des articles de recherche universitaire et d'expert sur la franchise et le commerce organisé indépendant en Afrique et dans le monde.
- Des portraits d'entrepreneurs et de franchises qui réussissent.
- Des conseils pratiques pour se lancer ou se développer en franchise en tant que franchiseur ou franchisé.
- Des focus sur les régions africaines aux écosystèmes prometteurs.
- Des interviews d'experts et des retours d'expérience.
- Des promotions et des comptes rendus de tous les évènements sur la franchise et le commerce organisé en Afrique en priorité et dans le monde en général.

AFRICA FRANCHISE FORUM MAGAZINE est destinée à plusieurs cibles clés, subdivisées en plusieurs catégories en fonction de leurs besoins et de leur degré d'implication dans l'écosystème de la franchise et du commerce organisé en Afrique.

### **Franchiseurs (Marques et Enseignes)**

- Entreprises locales et internationales cherchant à développer leur réseau en Afrique via la franchise.
- Start-ups et PME souhaitant structurer leur modèle en franchise.
- Grandes enseignes déjà implantées, à la recherche de visibilité et de partenariats.

### **Franchisés (Investisseurs et Entrepreneurs)**

- Porteurs de projets désireux d'investir dans une franchise.
- Petits et moyens entrepreneurs à la recherche d'opportunités rentables.
- Jeunes diplômés et femmes entrepreneures intéressés par des modèles éprouvés.

### **Professionnels et Experts du Secteur**

- Consultants en franchise et experts en développement commercial.
- Avocats et spécialistes juridiques en contrats de franchise et en contentieux y relatif.
- Experts en marketing et financement de projets franchisés ou d'acquisition de tout type d'entreprise dans le commerce organisé indépendant.

### **Institutions et Organisations**

- Gouvernements et agences de promotion des investissements.
- Chambres de commerce et associations professionnelles.
- Organismes de financement

### **Secteur Académique et Formation**

- Écoles de commerce et universités proposant des formations en entrepreneuriat, droit...
- Centres de formation professionnelle spécialisés en gestion d'entreprise.

### **Médias et Influenceurs Économiques**

- Journalistes spécialisés en économie et affaires.
- Blogueurs et influenceurs dans l'entrepreneuriat et le business en Afrique.

Cibles Indirectes ou les Bénéficiaires Finaux.

- Consommateurs sensibilisés aux avantages des franchises (qualité, standardisation, emploi local).
- Grand public intéressé par les opportunités d'affaires en Afrique.

Ce magazine est bien plus qu'un simple périodique : c'est une plateforme engagée pour la croissance inclusive. Nous croyons fermement que la franchise peut être un levier de transformation économique, en permettant aux PME locales de se structurer et aux investisseurs de saisir des opportunités durables.

## SOMMAIRE

### L'EDITO

3-4

une diaspora africaine dynamique au service du développement la franchise sur le continent.

### SOMMAIRE

5

### LUCARNE

8-18

#### DIASPORA AFRICAINE

##### MARIE-YVONNE D'ALMEIDA

Fondatrice de l'incubateur Autour de Mary - Initiatrice de l'événement Teranga Meet



##### MOKTAR FARHAT

18-27

cofondateurs de l'association My Creo Academy - initiateurs du projet Come-Back Franchise.



## SÉNÉGAL - FATIMATA NIANG : FONDATRICE DE BLACK SPOON 28-35

De Dakar à Paris et au-delà : L'ambition franchisée de Fatimata Niang.



### PARLONS - EN BERNARD ZOBO

44-49

*Les franchises cotées en bourse : une opportunité pour les franchiseurs africains et un appel aux pouvoirs publics*



### AGENDA

50-70

#### FRANCHISE EXPO DAKAR 2025



REPRÉSENTANTE LÉGALE :  
LAWSON BANKU L. A. PATRICIA  
DIRECTEUR DE PUBLICATION :  
GNAPRÉ FRANÇOIS SIMON / 07 47 77 34 34  
RÉDACTEUR EN CHEF :  
BERNARD ZOBO / 07 58 72 58 21

SIÈGE SOCIAL :  
MARCORY, BLD LORRAINE  
26 BP 265 ABIDJAN 26  
TEL / FAX : 27 21 26 01 86  
DÉPÔT LÉGAL : N° 4036 DU 26 JUIN 2013  
RÉCÉPICÉ DU PR : N° 34/D DU 17 JUILLET 2013  
CNP : N° 119 DU 20 AOÛT 2013

MENSUEL ÉDITÉ PAR LES  
EDITIONS PRESCICOM SARL  
AU CAPITAL DE  
5.000.000 F CFA

REDACTION: BERNARD ZOBO (REDACTEUR EN CHEF STAGIAIRE, ANTEAMBOULO ANGE  
(LUCARNE) DEREKSON GABRIEL (PARLONS-EN ET AGENDA)

**"REJOIGNEZ-NOUS COMME PARTENAIRE  
SUR CET ÉVÉNEMENT HISTORIQUE!"**

**FIF** FRANCHISE  
FÉDÉRATION IVOIRIENNE DE LA FRANCHISE  
Institution de Promotion et de Développement de la Franchise  
partenaire  
institutionnel

**1ère EDITION**

**AFRICA FRANCHISE**

**FORUM**

**ABIDJAN 2026**

**THÈME:**

**"STRUCTURATION EFFICIENTE, HARMONISÉE,  
RÉSILIENTE ET PÉRENNE DE LA FRANCHISE EN  
AFRIQUE, COMME VÉRITABLE CATALYSEUR DES  
ÉCONOMIES AFRICAINES".**



**Abidjan-Côte d'Ivoire**



**22 - 23 - 24 Arvil 2026**



**info@afranchiseforum.com**



**Africa Franchise Forum**

**THÉMATIQUE:**  
**LA FRANCHISE, ACCÉLÉRATEUR**  
**DE CROISSANCE ET**  
**D'ENTREPREUNARIAT EN**  
**AFRIQUE**



**DU 26 AU 29**  
**NOVEMBRE 2025**

 **PLACE DU**

 **SOUVENIR**  
**AFRICAIN DAKAR**



## Marie-Yvonne D'Almeida

Fondatrice de l'incubateur Autour de Mary - Initiatrice de l'événement Teranga Meet

### **AUTOUR DE MARY : BÂTIR DES PONTS POUR L'ENTREPRENEURIAT AFRICAIN**

Dans un continent en pleine mutation économique, où innovation, entrepreneuriat et retour des talents redessinent les dynamiques du marché, l'Afrique de l'Ouest s'impose comme un terrain fertile pour la franchise et le commerce organisé. Au cœur de cette transformation, des femmes et des hommes bâtissent des ponts entre diaspora et talents locaux, entre ambitions internationales et réalités du terrain. C'est le cas de Mary, fondatrice d'Autour de Mary, une initiative bien plus qu'un incubateur : un véritable mouvement d'accompagnement entrepreneurial qui prépare les champions africains de demain.

À l'approche de la Dakar Franchise Expo 2025, dont elle est partenaire stratégique, Mary livre dans cet entretien inspirant le récit de son parcours, sa vision afro-optimiste et sa méthode unique pour transformer des idées en modèles économiques solides, voire franchisables. Une interview qui parle d'audace, de réalisme et d'impact — pour tous ceux qui cherchent à investir, créer ou franchiser en Afrique avec les pieds sur terre... et le cœur en avant.

## **Parcours personnel et engagement – L'origine d'un pont entre deux mondes**

**Vous êtes née en France, fille d'un père cap-verdien et d'une mère sénégalaise. À 21 ans, vous décidez de quitter la France pour vous installer au Sénégal. Quel a été le déclic de ce retour ? Et comment vos racines ont-elles influencé votre vision entrepreneuriale ?**

Le retour au Sénégal a été pour moi une évidence. Depuis mes années étudiantes, j'avais préparé cette étape : j'ai effectué tous mes stages à Dakar, ce qui m'a permis de me familiariser avec l'écosystème local, mais aussi de confirmer que je m'y sentais bien. En réalité, ce n'était pas un saut dans l'inconnu. J'avais eu la chance de passer une année au Sénégal étant très jeune, et mes parents nous ramenaient presque chaque été à Dakar. Quand on grandit avec ce lien constant, ce retour prend davantage la forme d'un prolongement naturel que d'une rupture. À 21 ans, j'ai donc simplement suivi cette intuition : revenir vers mes racines et construire quelque chose là où je me sentais à ma place.

Mes racines ont fortement façonné ma vision entrepreneuriale. J'ai grandi en observant ma mère, qui en plus de son emploi en France, faisait du commerce entre Paris et Dakar. Elle incarnait cette agilité entre deux mondes : la capacité à identifier des besoins d'un côté, et à y répondre avec des ressources de l'autre. Cette logique de pont, je l'ai intégrée très tôt. Elle m'a montré que l'entrepreneuriat ne se résumait pas à créer une entreprise, mais aussi à créer du lien, à circuler entre les cultures et les marchés. C'est ce qui m'anime encore aujourd'hui avec Autour de Mary : être ce trait d'union entre la diaspora, ses talents, et les opportunités sur le continent africain.

**Dans votre dossier de presse, vous dites : « On ne revient pas en Afrique par hasard ». Pour beaucoup de membres de la diaspora, ce retour est pourtant entouré de doutes, d'incertitudes administratives, culturelles, économiques.**



**Quels ont été vos propres écueils au début ? Avez-vous eu des moments où vous avez douté de votre choix ?**

À 21 ans, j'ai eu la chance d'arriver préparée : j'avais déjà fait mes stages à Dakar et trouvé rapidement un poste en CDI dans le tourisme d'affaires, dans la continuité de mes études. Mais la vraie difficulté a été de passer du statut d'étudiante en France à celui de professionnelle au Sénégal, avec des codes et des façons de travailler très différents.

Quand je me suis lancée dans l'entrepreneuriat, le choc a été encore plus grand : il fallait apprendre à naviguer dans les réalités du terrain, trouver des stratégies pour être rentable et évoluer dans un environnement souvent très masculin. Ce n'était pas toujours simple, mais je n'ai jamais douté de mon choix. J'ai préféré rester ouverte, apprendre vite et transformer chaque obstacle en expérience.

**Vous avez lancé une entreprise de nettoyage à Dakar, puis évolué vers le tourisme d'affaires et l'événementiel.**

**Pouvez-vous nous raconter une anecdote marquante – un échec, une victoire, ou une leçon terrain – qui a profondément changé votre regard sur l’entrepreneuriat en Afrique de l’Ouest ?**

Mon premier vrai défi entrepreneurial a été la reprise d’une entreprise de nettoyage à Dakar. J’étais pleine d’idées, persuadée que j’allais tout transformer, mais la réalité du terrain m’a vite rappelée à l’ordre. Je me suis retrouvée à gérer une équipe de jeunes hommes dans un secteur très masculin, avec des habitudes bien différentes de celles que j’avais connues en France : retards, paiements en liquide non tracés, manque de rigueur dans le service client...

Ces difficultés m’ont obligée à m’adapter, à mettre en place des process clairs, à instaurer la facturation, à valoriser les équipes et à apprendre à composer avec les mentalités locales. Cette expérience m’a appris que l’entrepreneuriat en Afrique, au-delà du business, c’est avant tout une aventure humaine, où l’essentiel est de comprendre les réalités du terrain et d’embarquer les hommes et les femmes avec soi.

**En tant que femme entrepreneure, membre de la diaspora et mère peut-être aussi, comment parvenez-vous à concilier vie familiale, vie professionnelle et engagement dans un projet aussi exigeant qu’Autour de Mary ? Quel message souhaitez-vous transmettre aux femmes africaines et de la diaspora qui hésitent à franchir le pas ?**

Je crois profondément que c’est la mission qui m’a choisie. Revenir au Sénégal, créer Autour de Mary et accompagner des femmes et des hommes dans leur projet, c’est devenu bien plus qu’un travail : c’est une vocation.



Mais je ne vais pas le cacher : concilier vie familiale, vie professionnelle et un engagement aussi exigeant demande des choix quotidiens, beaucoup d’organisation et une capacité constante d’adaptation.

Ce qui m’aide, c’est d’avoir une vision claire et des objectifs précis pour mon incubateur. Quand on sait pourquoi on se lève chaque matin, on trouve l’énergie et les solutions pour équilibrer ses différents rôles. J’ai appris à accepter que tout ne soit pas parfait, à déléguer quand il le faut, et à transformer les contraintes en leviers.

Aux femmes africaines et aux femmes de la diaspora qui hésitent encore, je veux adresser un message fort : n’attendez pas d’avoir tout sous contrôle pour vous lancer. La perfection n’existe pas, et l’équilibre se construit en avançant. En Afrique comme ailleurs, l’entrepreneuriat est une aventure exigeante, mais il peut aussi être un formidable espace d’émancipation et d’impact.

Mon parcours est la preuve qu'on peut être à la fois femme, mère, membre de la diaspora et entrepreneure, sans renoncer à l'un ou l'autre de ses rôles. Ce que j'ai compris, c'est que l'on ne choisit pas seulement de créer une entreprise : on choisit de créer sa place et d'ouvrir la voie à d'autres femmes.

## **Autour de Mary – Une méthodologie innovante pour bâtir des champions africains**

**Vous avez fondé Autour de Mary en 2021, non pas comme un incubateur classique, mais comme un « mouvement ». Quelle est la différence selon vous ? En quoi votre modèle dépasse-t-il les approches traditionnelles d'accompagnement entrepreneurial ?**

Quand j'ai lancé Autour de Mary, je ne voulais pas créer un incubateur qui se limite à transmettre des outils. Mon ambition était de bâtir un mouvement capable de générer de l'impact à long terme. Nous travaillons avec les porteurs de projet non seulement pour qu'ils construisent une entreprise rentable, mais aussi pour qu'ils créent de la valeur dans leur communauté, qu'ils participent à transformer leur écosystème et qu'ils deviennent eux-mêmes des relais d'inspiration.

Notre rôle est d'être de véritables guides, artisans et tisserands de l'accompagnement. Nous aidons à tracer des projets de vie, pas seulement des business plans. Nous ne vendons pas du rêve : nous aidons à structurer des réalités concrètes. C'est cette approche immersive, collective et stratégique, enracinée dans la synergie entre diasporas et talents locaux, qui fait notre singularité. Et c'est de cette synergie que naîtront les champions africains de demain, capables d'avoir un impact économique mais aussi social et culturel



**Votre méthode repose sur l'immersion, la transmission et le réalisme terrain. Pouvez-vous nous décrire concrètement le parcours d'un incubé ? De l'idée à la mise en œuvre, quelles étapes clés traverse-t-il ? Et comment intégrez-vous la réalité du secteur informel, souvent ignorée dans les business plans « à la française » ?**

Le parcours d'un incubé chez Autour de Mary commence par un diagnostic complet : nous analysons son idée, ses motivations et ses ressources pour vérifier la solidité du projet. Vient ensuite la structuration, où nous travaillons sur son offre, son modèle économique et sa stratégie de marché. Mais l'étape la plus décisive reste le terrain : grâce à nos business trips, les incubés partent en immersion au Sénégal, rencontrent des entrepreneurs, des coachs sectoriels, des experts locaux et même leurs premiers clients potentiels. C'est à ce moment qu'ils confrontent leur projet à la réalité et l'adaptent.

Un autre aspect clé est l'intégration du secteur informel, qui constitue une part importante de l'économie en Afrique de l'Ouest. Plutôt que de l'ignorer, nous l'expliquons, nous l'analysons et nous aidons les incubés à développer des stratégies qui prennent en compte cette dimension incontournable. Au final, chaque incubé repart avec un projet à la fois viable, réaliste et profondément ancré dans son environnement.

**Vous avez accompagné plus de 150 entrepreneurs, mené 5 immersions au Sénégal, et créé des centaines de connexions business. Quel projet parmi ceux que vous avez accompagnés vous a le plus marquée ? Un exemple de franchiseur émergent, peut-être, qui illustre bien ce que vous appelez les « champions africains de demain » ?**

Parmi les projets que nous avons accompagnés, celui de Fatoumata Sylla est un bel exemple du type de champion africain que nous voulons faire émerger. Fatoumata ne s'est pas contentée d'imaginer un outil digital pour les hôtels africains : elle a posé les bases d'un nouveau standard de gestion hôtelière, pensé localement mais avec une ambition continentale.

Avec notre programme African Bridge, elle a structuré son projet, validé son modèle économique et développé un MVP en partenariat avec l'entreprise tech Volkeno. Résultat : son premier pilote a été lancé à l'Azalaï Hôtel Dakar, et les discussions sont déjà en cours pour un déploiement dans d'autres établissements.



Ce qui est intéressant, c'est que son innovation n'est pas seulement un produit, mais un concept duplicable : une solution clé-en-main qui peut être déployée d'hôtel en hôtel, dans toute l'Afrique de l'Ouest. En d'autres termes, un projet avec un potentiel de franchise technologique et opérationnelle. Chaque hôtel qui adopte la solution bénéficie d'un cadre, de process standardisés et d'un accompagnement pour optimiser sa relation client.

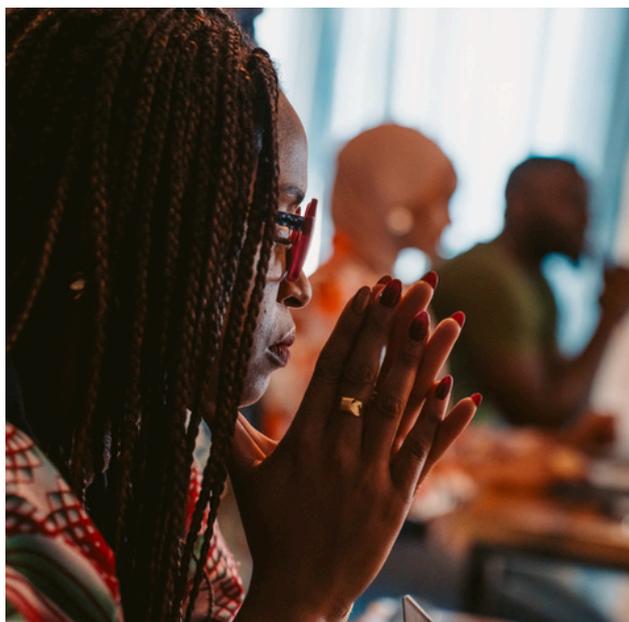
Aujourd'hui, Fatoumata cherche à lever 230 000 € pour industrialiser son produit et accélérer ce déploiement. Mais au fond, son projet illustre une chose : l'Afrique a besoin de créer non seulement des entreprises, mais aussi des modèles répliquables capables de s'imposer comme références dans leur secteur. Et c'est exactement ce qu'Autour de Mary encourage à travers ses incubés : transformer des idées en concepts duplicables, parfois même franchisables, qui construisent les standards africains de demain.

**Vous insistez sur la synergie entre diaspora et talents locaux. Dans la construction de franchises solides, comment cette complémentarité peut-elle être un levier de croissance ? Et comment évitez-vous les pièges du « parachute entrepreneur » qui arrive avec des idées déconnectées du terrain ?**

La diaspora et les talents locaux ne s'opposent pas : ils se complètent. La diaspora apporte souvent une vision stratégique, une capacité d'investissement et des standards internationaux, tandis que les talents locaux apportent la connaissance fine du marché, des mentalités et des dynamiques du terrain. Dans la construction de franchises, cette complémentarité est un levier puissant : elle permet d'avoir des modèles qui sont à la fois ambitieux et réalistes, innovants mais ancrés dans les réalités africaines.

Le danger, c'est le « parachute entrepreneur » : celui qui arrive avec une idée conçue en Europe, sans avoir pris le temps de comprendre le terrain. C'est exactement ce que nous évitons chez Autour de Mary. Nous plaçons l'immersion au cœur du parcours : chaque incubé part en business trip, rencontre des acteurs locaux, observe le secteur informel et teste ses hypothèses avant de se lancer.

**Une franchise africaine solide n'est jamais parachutée** : elle naît de la rencontre entre la vision de la diaspora et l'expertise des talents locaux. C'est cette méthode qui transforme une bonne idée en un projet viable, et un projet en un concept franchisable. Parce qu'une franchise ne peut pas être une copie-collée importée :



elle doit être une construction hybride, qui allie le meilleur des standards internationaux et la richesse des savoir-faire locaux. C'est ainsi que nous faisons émerger des champions capables de croître durablement sur le continent.

**Teranga Meet – Un sas de passage pour les investisseurs de la diaspora.**

**En mai 2025, vous avez lancé Teranga Meet, un événement à Paris qui a réuni 130 participants, 11 experts venus du Sénégal, et généré plus de 50 collaborations en une seule journée. Quelle était l'idée derrière ce format ? Pourquoi une journée suffit-elle parfois à transformer un rêve en projet concret ?**

L'idée derrière Teranga Meet était simple : offrir à la diaspora un condensé de terrain en une seule journée. Beaucoup rêvent de revenir entreprendre, mais peinent à savoir par où commencer.

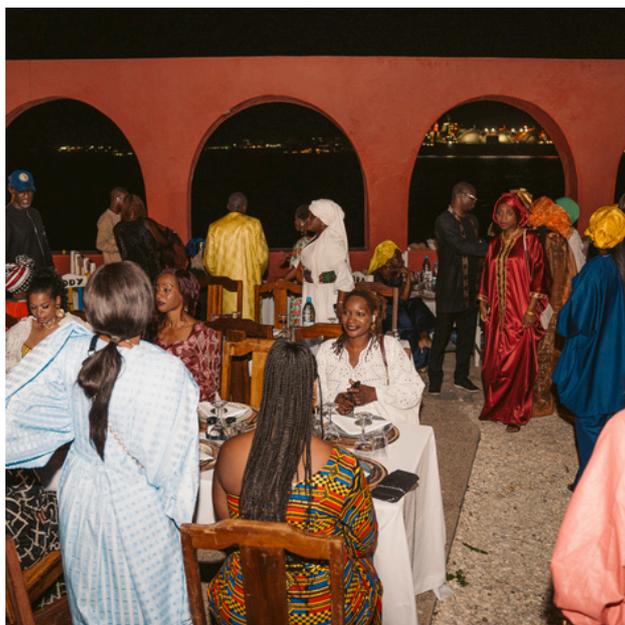
En réunissant à Paris des experts venus directement du Sénégal entrepreneurs, institutionnels, coachs, nous avons recréé une mini-immersion. Les participants ont pu poser toutes leurs questions, obtenir des réponses concrètes et surtout identifier des partenaires fiables.

Une journée peut suffire à déclencher un projet parce que, parfois, il ne manque qu'un déclic : une information clé, une rencontre stratégique ou la certitude de ne plus être seul. En sortant de Teranga Meet, plusieurs participants avaient déjà une feuille de route, des contacts qualifiés et la conviction que leur rêve pouvait devenir un projet viable.

**Beaucoup de diasporas rêvent de revenir, mais manquent d'informations fiables, de réseaux, ou de repères. Teranga Meet semble combler ce manque. Comment sélectionnez-vous les experts et partenaires qui interviennent ? Et comment garantissez-vous que les conseils donnés soient à la fois inspirants... et réalistes ?**

Notre critère numéro un, c'est la légitimité terrain. Les experts et partenaires de notre réseau que nous invitons ne sont pas uniquement des « grands discours » : ce sont des entrepreneurs qui ont déjà créé, échoué parfois, rebondi, et qui connaissent intimement les réalités sénégalaises. Nous sélectionnons aussi des acteurs institutionnels et techniques capables d'apporter des informations fiables sur l'administration, la fiscalité, ou l'accès au financement.

L'autre clé, c'est l'équilibre entre inspiration et réalisme. Nous voulons que chaque intervention donne envie, mais sans masquer les obstacles.



Par exemple, un expert va expliquer comment il a lancé son entreprise, mais aussi partager les difficultés rencontrées avec l'informel, le financement ou la gestion des équipes. C'est cette transparence qui fait la force de Teranga Meet : les participants repartent motivés, mais avec une vision lucide.

**Parmi les participants, combien ont effectivement lancé un projet au Sénégal ou en Afrique de l'Ouest après Teranga Meet ? Avez-vous des retours concrets, des chiffres ou des témoignages que vous pourriez partager sur des projets de franchise ou d'entreprises durables ?**

Notre ambition avec Teranga Meet n'est pas que les participants signent un contrat le soir même, mais qu'ils repartent avec des réponses claires et un cap défini. C'est exactement ce qui s'est passé : beaucoup sont venus avec des doutes et sont repartis confortés dans leur idée ou, au contraire, mieux outillés pour l'affiner.

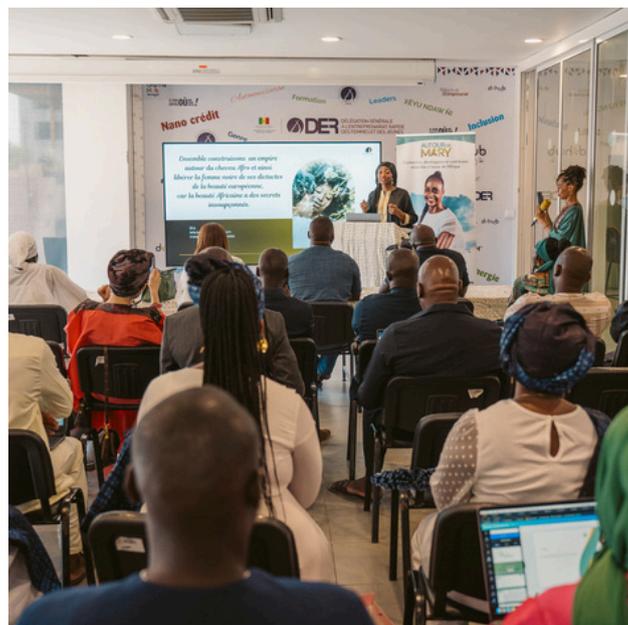
À l'issue de cette première édition, quinze participants ont choisi de poursuivre l'aventure en intégrant nos programmes de formation et d'accompagnement. L'événement joue aussi un rôle de vitrine pour nos incubés, qui disposent de stands pour présenter leurs solutions directement aux décideurs et investisseurs présents. Je pense notamment à Nebbam, une entrepreneure qui valorise le beurre de vache en l'intégrant dans une gamme de produits capillaires. Sa participation à Teranga Meet lui a permis de gagner en visibilité et de signer ses premiers partenariats de distribution.

C'est toute la force du format : en une journée, nous créons un espace d'échanges qui permet à la diaspora de se projeter, de trouver ses repères, et parfois même de poser les premières pierres d'un projet entrepreneurial ou d'une future franchise en Afrique.

## **Partenariats stratégiques – L'alliance avec la Dakar Franchise Expo 2025 et l'Association Sénégalaise de Franchise**

**Vous êtes partenaire de la Dakar Franchise Expo 2025, en collaboration avec l'Association Sénégalaise de Franchise dirigée par Monsieur Sibouké Dième Georges. Qu'est-ce qui vous a convaincue de s'associer à cet événement ? En quoi ce partenariat renforce-t-il votre mission ?**

Dakar Franchise Expo est une plateforme unique qui place la franchise au cœur de la transformation économique du Sénégal et de l'Afrique de l'Ouest. Pour Autour de Mary, s'associer à cet événement était une évidence. Notre mission est de créer des ponts entre la diaspora et les opportunités locales. Or, la franchise est précisément un levier qui permet à la fois de sécuriser les porteurs de projets et de structurer des modèles économiques durables.



Ce partenariat renforce notre mission car il nous donne l'occasion de mettre en avant nos incubés et nos talents, de montrer qu'il existe un vivier d'entrepreneurs capables de développer des franchises africaines solides, et de connecter ces initiatives avec des investisseurs et des franchiseurs internationaux.

**Quelle synergie voyez-vous entre Autour de Mary et l'Association Sénégalaise de Franchise ? Comment comptez-vous, ensemble, accompagner la création de franchises locales solides, mais aussi attirer des franchiseurs de la diaspora prêts à s'installer avec un modèle adapté au marché sénégalais ?**

La synergie entre Autour de Mary et l'Association Sénégalaise de Franchise est évidente. L'Association, dirigée par Monsieur Sibouké Dième Georges, apporte non seulement son expertise institutionnelle et réglementaire, mais aussi ses retours terrain, grâce à sa proximité directe avec les réseaux de franchise déjà implantés et les réalités locales. De notre côté, Autour de Mary apporte le terrain, l'accompagnement et la connexion avec la diaspora.

Ensemble, nous voulons bâtir un écosystème solide, où les franchises locales peuvent se structurer et se développer, tout en ouvrant la voie à des franchiseurs de la diaspora désireux de s'installer avec un modèle réellement adapté au marché sénégalais.

Concrètement, cela passe par trois grands axes :

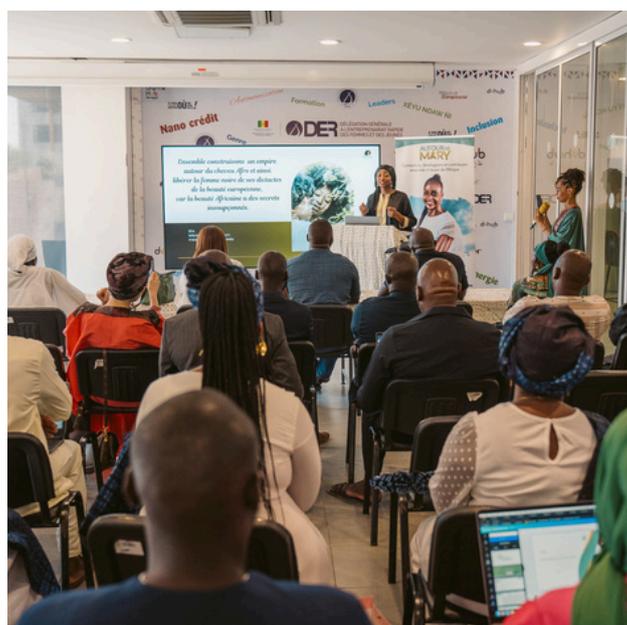
- Former et accompagner les entrepreneurs locaux pour transformer leurs concepts en franchises solides et duplicables.
- Faciliter l'installation des franchiseurs de la diaspora en leur offrant une immersion, un réseau fiable et des conseils stratégiques adaptés aux réalités du terrain.
- Créer des passerelles entre diaspora et acteurs locaux pour générer des partenariats hybrides, qui combinent innovation, standards internationaux et savoir-faire africain.

C'est en travaillant main dans la main, avec cette complémentarité unique, que nous pourrons faire émerger des franchises africaines fortes, durables et compétitives à l'échelle régionale et internationale.

**La franchise est un levier puissant de création d'emplois, de structuration des PME et d'innovation. Selon vous, quels secteurs au Sénégal et en Afrique de l'Ouest sont aujourd'hui mûrs pour l'expansion en franchise ? Et quels sont les pièges à éviter pour un porteur de projet de la diaspora ?**

Aujourd'hui, plusieurs secteurs sont particulièrement mûrs pour la franchise en Afrique de l'Ouest. Je pense à :

- La restauration et la food tech, portée par la croissance de la classe moyenne et l'évolution des modes de consommation.
- Le retail alimentaire et non-alimentaire, car les consommateurs recherchent des standards de qualité et de service.



- La beauté et le bien-être, avec une forte demande pour des produits et services adaptés aux besoins locaux.
- L'éducation et la formation professionnelle, dans un contexte où la jeunesse représente plus de 60 % de la population.
- Les services à la personne et au foyer (crèches, loisirs, entretien), qui répondent à des besoins de plus en plus pressants dans les grandes villes.

Il existe néanmoins des pièges récurrents pour les porteurs de projets de la diaspora. Le premier, c'est de vouloir transposer un concept « copié-collé » d'Europe sans prendre le temps de l'adapter aux réalités locales. Le second, c'est de sous-estimer le poids du secteur informel et des habitudes de consommation, qui influencent profondément la manière dont les clients achètent et consomment en Afrique. Enfin, beaucoup pensent que leur notoriété ou leur expérience en Europe suffiront à garantir leur succès, alors que sur le terrain, ce qui fait vraiment la différence, c'est la proximité avec le client, la rigueur dans l'exécution et la capacité à construire une relation de confiance durable.

La franchise en Afrique n'est pas qu'un transfert de modèle, c'est une construction hybride, où la rigueur du standard international rencontre la créativité et la résilience locales. C'est à cette condition qu'elle devient un levier durable de croissance et de création d'emplois.

## **Vision d'avenir – L'Afrique que vous voulez bâtir**

**Vous parlez souvent d'« afro-optimisme ». Est-ce une posture ou une stratégie ? Comment cultiver cet optimisme face aux défis réels – bureaucratie, financement, infrastructure – sans tomber dans la naïveté ?**

Pour moi, l'afro-optimisme n'est pas seulement une posture, c'est une véritable stratégie. J'ai conscience des défis réels : une bureaucratie parfois lourde, des infrastructures qui ne sont pas toujours à la hauteur, ou encore le poids du secteur informel. J'y ai été confrontée dès mon installation au Sénégal. Mais j'ai choisi de ne pas les subir : je les considère comme des réalités avec lesquelles il faut composer, innover et trouver des solutions adaptées.

Être afro-optimiste, ce n'est pas être naïve. Au contraire, c'est être lucide sur les difficultés, mais convaincue que notre continent regorge de talents, d'opportunités et de ressources inexploitées. La clé, c'est d'avoir une vision claire, une stratégie solide et la capacité de s'adapter. Cet état d'esprit me permet de transformer chaque obstacle en apprentissage, et c'est exactement ce que je transmets aux femmes et aux hommes que nous accompagnons.

**Quel est votre rêve pour Autour de Mary dans les 5 prochaines années ? Envisagez-vous d'étendre le modèle à d'autres pays africains ? Et comment imaginez-vous le rôle de la diaspora dans la transformation économique du continent d'ici 2030 ?**



Mon rêve, c'est qu'Autour de Mary devienne la référence panafricaine de l'accompagnement des talents de la diaspora et des entrepreneurs locaux. D'ici cinq ans, nous voulons non seulement consolider notre ancrage au Sénégal, mais aussi déployer le modèle dans d'autres pays d'Afrique de l'Ouest comme la Côte d'Ivoire, le Bénin ou le Togo. Car les besoins de structuration et d'accompagnement sont immenses sur tout le continent.

La diaspora a un rôle déterminant à jouer. Elle n'est pas là pour « sauver » l'Afrique, mais pour coopérer, investir, transmettre son expertise et co-construire avec les talents locaux. D'ici 2030, je rêve de voir naître une nouvelle génération de champions africains des franchises, des PME et des entreprises innovantes portées à la fois par des entrepreneurs ancrés sur le terrain et par des repats qui apportent des standards et des réseaux internationaux. C'est cette alliance qui peut transformer durablement nos économies.

**Enfin, un mot pour les lecteurs d’Africa Franchise Forum Magazine : à ceux qui hésitent, à ceux qui rêvent, à ceux qui cherchent un point d’entrée... Pourquoi devraient-ils venir à la Dakar Franchise Expo 2025 ? Et comment Autour de Mary peut-il être leur tremplin ?**

Je leur dirais simplement : ne restez pas spectateurs, venez vous connecter. La Dakar Franchise Expo 2025 n’est pas seulement un salon, c’est une porte d’entrée vers un marché africain en pleine mutation, avec des secteurs comme la restauration, l’agroalimentaire, l’éducation, la santé ou encore le digital qui sont prêts à accueillir des modèles de franchise solides.

C’est aussi une opportunité unique de rencontrer des experts de l’Association Sénégalaise de Franchise, des entrepreneurs locaux, des investisseurs et des acteurs de la diaspora. Avec Autour de Mary, nous serons là pour jouer notre rôle de tremplin : vous mettre en relation avec les bonnes personnes, vous aider à tester vos idées, et vous donner les clés pour bâtir un projet adapté au terrain.

En 2026, Dakar accueillera les Jeux Olympiques de la Jeunesse, un événement qui va accélérer l’attractivité de la destination. C’est le moment ou jamais de vous projeter et de venir découvrir ce que l’Afrique a à offrir. Si vous rêvez de créer, d’investir ou de franchiser en Afrique, la Dakar Franchise Expo est le rendez-vous à ne pas manquer.



**FRANCHISE EXPO/DAKAR 2025**

Sous le Haut Patronage de Son Excellence M. Bassirou Diomaye Diakharr FAYE Président de la République du Sénégal

THÉMATIQUE: LA FRANCHISE, ACCÉLÉRATEUR DE CROISSANCE ET D'ENTREPREUNARIAT EN AFRIQUE

DOSSIER COMMERCIAL

DU 26 AU 29 NOVEMBRE 2025

PLACE DU SOUVENIR AFRICAIN DAKAR



## Moktar Farhat

cofondateurs de l'association My Creo Academy - initiateurs du projet Come-Back Franchise.

## "COME-BACK FRANCHISE : QUAND LA DIASPORA CONSTRUIT L'AFRIQUE"

À l'heure où l'entrepreneuriat africain prend son envol, deux visionnaires, Farhat et Haddou, cofondateurs de My Creo Academy, lancent Come-Back Franchise — une initiative audacieuse qui transforme le retour des Africains de la diaspora en un levier de structuration et de croissance pour les entreprises locales. Ce projet innovant, présenté en avant-première lors de la Dakar Franchise Expo 2025, ne se contente pas de réunir deux mondes : il crée un écosystème vertueux où savoir-faire local, capital diasporique et accompagnement stratégique s'unissent pour bâtir des champions africains de la franchise. Décryptage d'un modèle qui pourrait bien redéfinir l'avenir de la duplication endogène sur le continent.

## Le parcours des initiateurs – De l’engagement à l’innovation

**Monsieur Farhat, vous êtes reconnu comme expert en duplication de concepts et accompagnement de réseaux de franchise depuis plus de 20 ans, tant en France qu’en Afrique. Quel a été le déclic qui vous a conduit à vous investir dans un projet comme Come-Back Franchise, spécifiquement centré sur le continent ?**

Je parlerais moins d’un déclic que d’une compréhension, construite au fil du temps. Depuis plus de quinze ans, je fais la navette entre la France et l’Afrique pour accompagner des projets entrepreneuriaux. J’ai rencontré des centaines d’entrepreneurs—de la diaspora comme des écosystèmes locaux—et j’ai vu revenir, avec régularité, les mêmes blocages.

Du côté de la diaspora, cinq facteurs ressortent :

1. Idéalisations du marché cible : une vision parfois déconnectée des réalités opérationnelles du terrain.
2. Confusion entre l’élan du cœur et l’exigence économique : vouloir aider le pays sans cadrer un projet réellement viable et rentable.
3. Transposition directe de schémas français/européens : mentalités, méthodes et standards importés sans adaptation locale.
4. Méconnaissance de l’exploitation dans un écosystème différent : RH, relation aux partenaires/fournisseurs, supply chain et services ne fonctionnent pas comme en Europe.
5. Sous-estimation des règles locales et des codes de management : normes (formelles et informelles), droit social/fiscal, temporalités de décision, styles de leadership et de gouvernance spécifiques.



En parallèle, beaucoup de PME locales peinent à se financer, à se structurer et à se dupliquer sur des marchés souvent restreints ; l’arrivée désordonnée d’acteurs de la diaspora peut parfois fragiliser un équilibre déjà précaire.

C’est en croisant ces deux réalités que Come-Back Franchise s’est imposé : transformer la confrontation en synergie. Mettre l’énergie, le capital et l’expérience de la diaspora au service d’entreprises locales ancrées et porteuses de savoir-faire, pour accélérer leur structuration et leur croissance. Au lieu de “prendre la place”, la diaspora devient levier. Au lieu d’opposer, nous relierions. C’est la philosophie qui guide tout le projet.

**Monsieur Haddou, votre engagement en faveur d'un entrepreneuriat inclusif et ancré dans les territoires est bien connu. Comment votre parcours dans le conseil stratégique (via Ifeo Consulting) a-t-il nourri cette ambition de créer un pont entre la diaspora et les entrepreneurs locaux ?**

Mon engagement est d'abord personnel. Je suis moi-même issu d'un quartier populaire en France, et j'ai vu de près comment l'entrepreneuriat pouvait devenir à la fois un vecteur de croissance et un véritable ascenseur social. Dans ces territoires, beaucoup étaient enfermés dans un modèle salarial, avec des horizons limités. L'entrepreneuriat a ouvert une liberté d'expression, une capacité de créer sa propre trajectoire et de gravir les échelons sociaux.

En accompagnant des entrepreneurs en France, j'ai constaté que ces enjeux étaient finalement très proches de ceux que l'on retrouve en Afrique : des classes sociales peu intégrées à la dynamique économique, des talents bridés par le manque de moyens et d'opportunités. C'est ce parallèle qui a forgé ma conviction : les mêmes leviers qui ont permis à des entrepreneurs de banlieue de s'émanciper peuvent aussi transformer des territoires africains.

Avec Ifeo Consulting et désormais My Creo Academy, aux côtés de Moktar, j'ai voulu créer un écosystème où l'entrepreneuriat n'est pas seulement un outil de business, mais un outil d'impact et d'émancipation économique. C'est ce savoir-faire, déjà éprouvé en France, que nous voulons mettre au service du continent africain.



**Tous deux cofondateurs de My Creo Academy, pouvez-vous nous raconter l'origine de votre collaboration ? Quelles valeurs communes ont posé les fondations de cette association, et pourquoi avoir choisi de lancer un projet aussi structurant que Come-Back Franchise sous son égide ?**

Notre collaboration est née d'une vision commune : l'entrepreneuriat ne doit pas être un privilège réservé à quelques-uns, mais un levier de dignité, d'indépendance et de création collective. Avec My Creo Academy, nous avons voulu bâtir un espace où les entrepreneurs, qu'ils soient en France, en Afrique ou issus de la diaspora, trouvent un accompagnement qui va au-delà du conseil classique. Les valeurs qui nous unissent sont claires : transparence, transmission et impact. Lancer Come-Back Franchise sous l'égide de My Creo Academy est donc naturel, car c'est la continuité de notre ADN : transformer l'énergie entrepreneuriale dispersée en une force structurée et durable.

## **My Creo Academy – Une plateforme d'impact pour l'entrepreneuriat africain**

**My Creo Academy est décrite comme une association, mais aussi comme un véritable incubateur nouvelle génération. Pouvez-vous nous en dire plus sur sa mission, ses membres, et surtout sur ses projets concrets menés jusqu'ici en Afrique ?**

My Creo Academy est à la fois une association et un incubateur nouvelle génération. Sa mission est simple : détecter, former et structurer des entrepreneurs porteurs de savoir-faire, puis les accompagner dans leur duplication en réseaux solides. Nos membres sont des entrepreneurs, des experts, mais aussi des partenaires institutionnels et privés qui croient à l'impact de la franchise comme levier de développement.

Concrètement, nous avons déjà accompagné en Afrique plusieurs enseignes locales pour les aider à formaliser leurs manuels opératoires, mettre en place des standards de gestion, et se préparer à accueillir des franchisés.



**Quel type d'entrepreneurs accompagnez-vous aujourd'hui ? Comment sélectionnez-vous les entreprises locales porteuses d'un savoir-faire exploitable en franchise ? Et quel est le taux de transformation de ces entreprises en réseaux viables ?**

Nous accompagnons des entrepreneurs qui ont déjà prouvé la solidité de leur concept à petite échelle : généralement entre un et cinq points de vente. Nous les sélectionnons selon trois critères :

1. Un savoir-faire distinctif et reproductible,
2. Une identité de marque claire et différenciante,
3. Une capacité humaine à transmettre et à s'organiser.

Le taux de transformation dépend bien sûr des secteurs, mais nous observons qu'en moyenne, 60 à 70 % des entreprises accompagnées arrivent à poser les bases d'un réseau viable, dès lors qu'elles respectent les étapes de structuration.

**L'Academy forme, accompagne, mais semble aussi co-construire des modèles. Est-ce que My Creo Academy devient un véritable « start-up studio de la franchise » en Afrique ? Si oui, en quoi cela change-t-il la donne pour le développement des enseignes locales ?**

Oui, je revendique cette approche. Nous ne faisons pas que conseiller, nous co-construisons. Cela veut dire que nous mettons la main à la pâte : rédaction des manuels, structuration des DIP, construction des prévisionnels financiers, création des process de formation. De fait, My Creo Academy agit comme un start-up studio de la franchise en Afrique. Et cela change tout : au lieu de copier des modèles importés, nous fabriquons des standards africains, adaptés au terrain, capables de rivaliser avec les grandes marques internationales, mais avec une âme et une identité locale.

## **Come-Back Franchise – Un modèle innovant au croisement de deux mondes**

**Le constat est frappant : d'un côté, la diaspora africaine dispose de ressources et d'une forte envie de contribuer au développement du continent ; de l'autre, des entrepreneurs locaux ont un savoir-faire solide mais peinent à passer à l'échelle. Comment Come-Back Franchise transforme-t-il ce constat en solution concrète ?**

Come-Back Franchise est justement né pour répondre à ce constat. Nous créons une plateforme où la rencontre ne se limite pas à l'envie : elle s'appuie sur une méthodologie et des outils. Concrètement, nous structurons les concepts locaux en véritables modèles de franchise, puis nous les présentons à la diaspora comme des opportunités d'investissement sécurisées et accompagnées. La diaspora n'investit pas dans le flou, elle intègre un projet où tout est cadré : modèle économique, process, accompagnement.



**Vous parlez d'un « écosystème vertueux ». En quoi ce modèle va-t-il au-delà d'une simple mise en relation ou d'un salon de franchise ? Quels sont les leviers concrets que vous mettez en place pour sécuriser l'investissement de la diaspora et assurer la pérennité des réseaux ?**

Un écosystème vertueux, c'est plus qu'une rencontre ponctuelle. Nous intégrons trois leviers :

1. Structuration : diagnostic, roadmap, manuels opératoires, formation.
2. Accompagnement : coaching terrain, mentorat, suivi post-installation.
3. Sécurisation : assistance juridique, montage financier, suivi des indicateurs de performance.

Grâce à cela, nous allons bien au-delà d'un simple salon ou d'un matchmaking. Nous garantissons que chaque projet sélectionné soit robuste et qu'il maximise ses chances de réussite.

**Le processus d'accompagnement inclut la structuration du modèle économique, la rédaction de manuels opératoires, la montée en compétences des franchisés... Pouvez-vous nous décrire une trajectoire type d'une entreprise locale intégrée à Come-Back Franchise, de son intégration à son premier développement en réseau ?**

Le projet Come-Back Franchise se construit en deux temps.

- Première étape : la sélection des concepts locaux. En 2026, nous organiserons au Sénégal le concours Les Pépites de la Franchise. Ce concours permettra de détecter une vingtaine d'enseignes locales à fort potentiel. Ces entreprises bénéficieront d'un accompagnement structuré : audits, formations, coaching stratégique et opérationnel, structuration de leurs manuels opératoires. À l'issue de ce processus, un jury composé d'acteurs locaux et internationaux retiendra cinq enseignes capables d'être déployées en réseau.

- Deuxième étape : la sélection des franchisés de la diaspora. En parallèle, nous mènerons en France un programme de sélection des candidats issus de la diaspora. À travers des séminaires et un processus de validation rigoureux, nous évaluerons leur motivation, leurs moyens financiers et leur capacité à s'adapter aux réalités du marché africain.

L'accompagnement consiste donc à créer un véritable double mouvement : d'un côté, des enseignes locales solides et structurées ; de l'autre, des franchisés issus de la diaspora prêts à investir et à s'implanter. Notre rôle est ensuite de faire le "matching" entre ces deux dynamiques, afin de permettre aux entrepreneurs de la diaspora d'intégrer des réseaux viables au Sénégal et d'assurer leur croissance avec un accompagnement continu.



**Comment sélectionnez-vous les membres de la diaspora intéressés par le franchisage ? Quel accompagnement leur est proposé pour s'adapter aux réalités du marché africain, notamment en termes de gestion, de logistique ou de culture d'entreprise ?**

Nous sélectionnons les candidats selon leur motivation, leur solidité financière, mais surtout leur alignement avec les valeurs de l'enseigne qu'ils rejoignent. Ensuite, nous leur proposons un parcours en deux étapes :

- 3 mois de formation en France : immersion dans la franchise, gestion, P&L, culture entrepreneuriale.
- 6 mois d'intégration en Afrique : accompagnement terrain, compréhension de la logistique locale, formation interculturelle.

Cela permet à la diaspora de réussir son implantation sans tomber dans les erreurs classiques du décalage culturel ou de gestion.

## Créer des champions africains de la franchise – Une ambition stratégique

**Vous parlez de « champions franchiseurs » africains. Pourquoi est-il crucial, à l'heure actuelle, de structurer des enseignes locales capables de rivaliser avec les marques internationales ? Quel rôle peuvent jouer ces champions dans la souveraineté économique du continent ?**

Créer des champions africains de la franchise, c'est une nécessité stratégique. Si nous ne le faisons pas, nos marchés seront dominés par des marques internationales qui capteront la valeur, les emplois et l'identité culinaire ou commerciale. Structurer des enseignes locales permet de garder la richesse sur le continent, de créer de l'emploi qualifié, et surtout de proposer aux consommateurs africains une offre qui leur ressemble. C'est une question de souveraineté économique et culturelle.

**Beaucoup d'enseignes africaines restent familiales ou artisanales. Quels sont les principaux freins à la franchise que vous rencontrez, et comment Come-Back Franchise les surmonte-t-il ?**

Les freins principaux sont :

- Le manque de formalisation des process,
- La gestion encore intuitive et non chiffrée,
- La peur de "perdre son savoir-faire" en le partageant.

Nous les surmontons par la pédagogie, la co-construction, et des outils adaptés. Nous montrons que transmettre n'est pas perdre, mais multiplier. Et que la rigueur dans la gestion n'enlève pas l'authenticité, elle la protège.



**Pensez-vous qu'un écosystème africain de la franchise peut émerger, avec ses propres standards, son propre rythme, et pas seulement en imitant les modèles occidentaux ? Qu'est-ce qui rendrait une franchise « typiquement africaine » ?**

Oui, un écosystème africain de la franchise peut et doit émerger. Ce qui le rendra unique, c'est son ancrage dans nos réalités : une franchise africaine typique saura conjuguer modernité et proximité, rigueur de gestion et chaleur humaine, standardisation et adaptation aux spécificités locales. Elle sera reconnaissable par son identité forte, son lien au territoire et sa capacité à s'adapter aux contextes parfois informels de nos économies.

**Partenariats stratégiques et rendez-vous concret – La Dakar Franchise Expo 2025**

**L'annonce officielle de Come-Back Franchise se fera lors de la Dakar Franchise Expo 2025, dont My Creo Academy est partenaire. Pourquoi avoir choisi cet événement comme tremplin ? Quelle est la vision derrière ce partenariat avec l'Association Sénégalaise de Franchise, dirigée par Monsieur Sibouké Dième Georges ?**

La Dakar Franchise Expo est le lieu idéal pour lancer Come-Back Franchise, car elle marque une étape historique : c'est la première grande vitrine de la franchise endogène en Afrique de l'Ouest, placée sous le haut patronage du Président du Sénégal. En nous associant à l'Association Sénégalaise de Franchise, dirigée par Georges Sibouké Dième, nous affirmons notre volonté de construire un écosystème africain, pensé par et pour les Africains, avec des partenaires institutionnels solides.

**Qu'attendez-vous de cette exposition ? Quels seront les temps forts dédiés à Come-Back Franchise ? Y aura-t-il des annonces concrètes (lancement de réseaux pilotes, appels à candidatures, signature de partenariats) ?**

Nous attendons deux choses :

1. Faire connaître la vision de Come-Back Franchise auprès de la diaspora et des entrepreneurs locaux.
2. Ouvrir officiellement l'appel à candidatures pour les prochaines enseignes et franchisés de la diaspora.

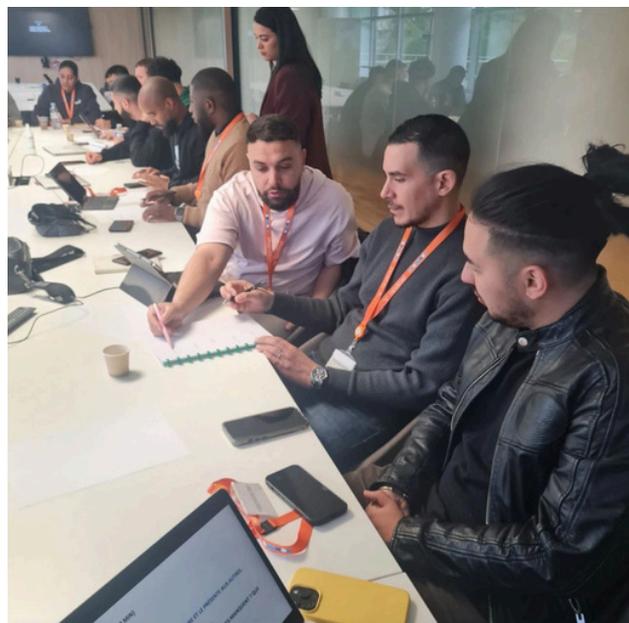
Oui, il y aura des annonces concrètes : signature de partenariats et ouverture du calendrier d'accompagnement pour 2026.

**Pour un membre de la diaspora intéressé, ou un entrepreneur local porteur d'un concept, quelle est la marche à suivre pour intégrer l'écosystème Come-Back Franchise ? Et comment peut-on participer activement à la Dakar Franchise Expo 2025 ?**

La marche à suivre est simple :

- Pour la diaspora : se rapprocher de My Creo Academy via notre site ou nos réseaux, déposer sa candidature, et intégrer le parcours de formation.
- Pour les entrepreneurs locaux : candidater avec un dossier de présentation de leur enseigne, qui sera analysé selon nos critères de duplicabilité.

Pour participer activement à la Dakar Franchise Expo, il suffit de s'inscrire via l'Association Sénégalaise de Franchise et de rejoindre nos ateliers et panels dédiés.



**Enfin, si vous deviez adresser un message direct à un Africain vivant à l'étranger, hésitant à investir sur le continent, qu'est-ce que vous lui diriez pour qu'il rejoigne le mouvement Come-Back Franchise ?**

Je lui dirais que le moment est venu. L'Afrique n'attend pas un retour "symbolique", elle attend des bâtisseurs prêts à transformer leur nostalgie en projets concrets. Investir via Come-Back Franchise, c'est sécuriser son investissement tout en ayant un impact direct sur son pays d'origine. C'est aussi retrouver un sens, une appartenance, en participant à l'émergence d'enseignes locales solides.

**Et pour les entrepreneurs locaux qui doutent de pouvoir « franchiser » leur modèle : quel est votre message d'encouragement ? Quelle est la première étape à franchir pour commencer ce chemin ?**

Je leur dirais que franchiser n'est pas réservé aux grandes marques internationales. Chaque modèle, même artisanal, peut devenir une enseigne forte s'il est structuré avec méthode. La première étape est simple : accepter d'ouvrir son savoir-faire, de le formaliser et de le partager. Le reste, nous le faisons ensemble.





**Fatimata Niang**  
Fondatrice de Black Spoon

## DE DAKAR À PARIS ET AU-DELÀ : L'AMBITION FRANCHISÉE DE FATIMATA NIANG.

Fatimata Niang, fondatrice et visionnaire derrière Black Spoon, incarne la rencontre entre héritage culinaire et ambition entrepreneuriale. Née d'une double culture sénégalaise et française et forte d'une solide expérience en commerce B to B, elle a su transformer sa passion pour la gastronomie africaine en un concept de restauration rapide moderne et innovant. Depuis sa création en 2013, Black Spoon s'est imposé comme un acteur clé dans la revalorisation de la cuisine africaine à l'échelle internationale, alliant authenticité, modernité et accessibilité.

Dans cette interview, Fatimata Niang revient sur son parcours, les fondements de son concept, les défis rencontrés et les stratégies déployées pour faire de Black Spoon une marque franchisable et résolument tournée vers l'avenir. Elle partage également sa vision pour la gastronomie africaine, son engagement en faveur des producteurs locaux et ses ambitions pour les années à venir. Un témoignage inspirant qui ouvre une fenêtre sur l'avenir prometteur de la restauration africaine moderne.

## **Parcours personnel et création de black spoon.**

### **Pouvez-vous nous raconter votre parcours professionnel avant la création de Black Spoon ?**

Avant de créer Black Spoon en 2013, j'ai travaillé pendant une dizaine d'années dans une société d'aménagement B to B, en tant que chargée d'affaires grands comptes. Cette expérience m'a permis de développer des compétences solides en gestion de projet, en négociation et en relation client, qui me servent encore aujourd'hui dans la gestion et le développement d'une entreprise.

Parallèlement, ma passion pour la gastronomie africaine s'est construite depuis mon enfance. Issue d'une famille sénégalaise, j'ai grandi au cœur de cette culture culinaire. En tant qu'aînée, ma mère m'a très tôt transmis le savoir-faire et l'amour de la cuisine africaine, notamment la préparation des plats traditionnels sénégalais. Ce double parcours — professionnel dans le commerce et personnel dans la gastronomie — m'a naturellement conduit à créer Black Spoon, un projet à la croisée de mes compétences et de mes racines.

### **Qu'est-ce qui vous a inspirée à créer un concept de restauration africaine moderne ?**

Ce qui m'a inspirée, c'est un constat simple : l'Afrique regorge de produits incroyables et d'un patrimoine culinaire d'une richesse inestimable, mais cette gastronomie est encore trop peu représentée dans les concepts internationaux de restauration rapide et moderne. Je voulais créer un pont entre authenticité et modernité, montrer que la cuisine africaine pouvait être accessible, innovante et séduire un public au-delà de ses frontières traditionnelles. C'est cette vision qui a donné naissance à Black Spoon.



### **Comment votre background vous a-t-il préparée à relever les défis de l'entrepreneuriat dans le secteur de la restauration ?**

Mon parcours dans le commerce m'a apporté une capacité à comprendre les besoins du consommateur, à construire une offre adaptée et à structurer une stratégie de développement. Mon expérience sur le terrain, notamment à travers le lancement du premier food truck africain en France, m'a permis d'apprendre à innover, à m'adapter et à trouver des solutions face aux imprévus. Cette combinaison de compétences commerciales, de passion culinaire et de résilience entrepreneuriale m'a donné les outils nécessaires pour bâtir Black Spoon et le développer dans un secteur aussi compétitif que la restauration.

### **Quelle était votre vision initiale lors de la création de Black Spoon en 2013 ?**

Dès le départ, ma vision était claire : créer un concept de restauration africaine moderne, pensé pour être décliné en franchise. Je voulais bâtir une marque forte, avec une identité culinaire unique, capable de séduire aussi bien en Afrique qu'à l'international.

Mon ambition était de faire de Black Spoon un acteur de référence, une chaîne structurée autour de la qualité, de la rapidité de service et de l'expérience client, tout en valorisant les produits et savoir-faire africains.

### **Comment avez-vous identifié le marché et validé le concept ?**

L'identification du marché s'est faite en deux étapes. En France, j'ai testé le concept à travers le food truck, qui a rencontré un fort succès auprès d'un public varié, ce qui a confirmé l'appétence pour une offre africaine moderne et accessible. Puis au Sénégal, nous avons validé le modèle en nous implantant dans des zones stratégiques et en travaillant avec des partenaires comme TotalEnergies et Auchan. L'accueil positif des consommateurs et la croissance de la demande ont validé que le concept répondait à un réel besoin, à la fois localement et sur un marché global.

### **Quels ont été les principaux défis lors du lancement et comment les avez-vous surmontés ?**

Comme tout entrepreneur, j'ai dû faire face à plusieurs défis : le financement, la structuration d'un modèle opérationnel fiable et surtout le défi de changer les perceptions autour de la cuisine africaine. Au départ, il fallait convaincre que la gastronomie africaine pouvait s'inscrire dans un modèle de restauration rapide moderne et de qualité. J'ai surmonté ces obstacles grâce à ma persévérance, au soutien de partenaires stratégiques, et surtout grâce à la confiance des clients, qui ont adhéré au concept. Chaque difficulté a été une opportunité d'apprendre et de consolider les bases de Black Spoon.

### **Concept et positionnement.**

#### **Comment définiriez-vous l'ADN de Black Spoon en trois mots ?**

Authenticité – Modernité – Accessibilité.



### **Quelle est la spécificité de votre approche de la cuisine africaine moderne ?**

La spécificité de Black Spoon réside dans sa capacité à proposer une cuisine africaine qui respecte les recettes et les saveurs authentiques tout en les adaptant aux codes de la restauration moderne. Nous avons repensé la cuisine africaine pour la rendre accessible à un large public, avec des formats pratiques, une rapidité de service et une constance dans la qualité.

### **Comment conciliez-vous authenticité et modernité dans vos recettes ?**

Nous avons choisi de garder l'authenticité dans les bases : les épices, les modes de cuisson et les produits phares de la cuisine africaine. La modernité se retrouve dans la présentation, le format et l'expérience client. Nous transformons des plats traditionnels en recettes adaptées à un service rapide, sans perdre l'âme des saveurs africaines.

### **Comment intégrez-vous les tendances culinaires contemporaines dans votre offre ?**

Nous restons attentifs aux nouvelles attentes des consommateurs, qu'il s'agisse de menus équilibrés, de diversité des régimes alimentaires ou de la recherche de produits sains. Nous intégrons ces tendances dans notre offre en proposant des recettes qui allient plaisir et équilibre.

### **Quelle place accordez-vous aux superfoods et smartfoods dans votre carte ?**

Une place importante. L'Afrique regorge de produits considérés aujourd'hui comme des superfoods : le fonio, le moringa, le bissap, le gingembre ou le niébé. Nous les intégrons dans nos recettes pour leurs bienfaits nutritionnels et pour valoriser des produits africains uniques.

### **Comment travaillez-vous avec les producteurs locaux pour développer vos ingrédients premium ?**

Nous collaborons directement avec des producteurs et coopératives locales pour sélectionner les meilleurs produits. Cela garantit la qualité, la fraîcheur et soutient l'économie locale. En intégrant les producteurs dans notre chaîne de valeur, nous contribuons à un modèle durable et équitable.

### **Comment avez-vous conçu l'expérience client pour répondre aux attentes des consommateurs modernes ?**

Nous collaborons directement avec des producteurs et coopératives locales pour sélectionner les meilleurs produits. Cela garantit la qualité, la fraîcheur et soutient l'économie locale. En intégrant les producteurs dans notre chaîne de valeur, nous contribuons à un modèle durable et équitable.

### **Quel rôle joue l'ambiance et le design dans la valorisation de votre concept ?**



L'ambiance et le design occupent une place centrale dans notre concept. Nous avons choisi un code couleur en black and white, qui représente ma double culture africaine et française. Ces couleurs incarnent l'élégance et la modernité, en rupture avec les codes habituels de la restauration africaine. Nous y ajoutons une touche de rose, symbole du côté féminin que j'incarne en tant que fondatrice.

### **Comment mesurez-vous la satisfaction client et adaptez-vous aux retours ?**

Nous utilisons plusieurs canaux : retours en restaurant, enquêtes, avis en ligne et réseaux sociaux. Nous sommes très attentifs et nous intégrons les retours clients dans l'amélioration continue de notre offre.

### **Innovation technologique**

## **Quelles solutions technologiques avez-vous mises en place pour optimiser le service ?**

Nous proposons notamment le paiement via Mobile Money, ce qui permet d'accélérer et de simplifier les transactions. Nous avons aussi un service de commande par téléphone avec retrait rapide. Par ailleurs, nous travaillons avec des plateformes de livraison comme Yassir, permettant aux clients de commander en ligne. Nous n'avons pas encore de bornes de commande, mais c'est un projet futur, car notre vision est de faire de Black Spoon un concept complètement digitalisé.

## **Comment la technologie améliore-t-elle l'expérience de vos clients ?**

La technologie simplifie le quotidien : commandes rapides, personnalisation des plats, transparence sur l'offre. Elle améliore aussi l'interaction via des programmes de fidélité, des canaux digitaux et la livraison.

## **Avez-vous prévu des innovations technologiques pour le futur ?**

Oui, notamment une application Black Spoon, des commandes en ligne intuitives et des solutions de traçabilité numérique pour valoriser la provenance des produits et renforcer la transparence.

## **Comment la technologie vous permet-elle de maintenir la qualité dans un modèle de restauration rapide ?**

La technologie passe par l'utilisation de matériels adaptés et industriels, garantissant cuisson homogène, conservation optimale et constance des recettes. Nous assurons également une standardisation des recettes grâce à des fiches techniques précises. Cette combinaison — matériel adapté, process industriels et outils digitaux — permet de maintenir une qualité constante et de répondre à la demande en volume.



## **Quels outils utilisez-vous pour la gestion et le suivi de vos points de vente ?**

Nous utilisons des logiciels de gestion intégrée (ERP et POS) pour centraliser ventes, stocks et approvisionnements. Ces outils permettent un suivi précis et garantissent la cohérence dans tout le réseau.

## **développement et expansion**

### **Pourquoi avoir opté pour un modèle franchisable dès le départ ?**

La franchise s'est imposée comme modèle idéal : elle permet de préserver l'ADN de la marque tout en s'appuyant sur des partenaires locaux investis. C'est un modèle gagnant-gagnant, où l'enseigne se développe et où les franchisés deviennent des ambassadeurs de la marque.

### **Quels sont les critères de sélection des futurs franchisés ?**

Nous recherchons des partenaires qui partagent nos valeurs. L'expérience en restauration est un plus, mais la passion, le sérieux et la connaissance du marché local sont essentiels.

### **Quel accompagnement proposez-vous aux nouveaux franchisés ?**

Nous proposons un accompagnement complet : formation initiale, manuels opératoires, suivi régulier, soutien marketing et aide à l'implantation. Nous donnons toutes les clés pour réussir et assurer la rentabilité du point de vente.

### **Quelle est votre stratégie d'expansion au Sénégal et à l'international ?**

Au Sénégal, nous nous implantons dans des zones stratégiques avec TotalEnergies et Auchan. À l'international, l'ambition est d'ouvrir dans les grandes capitales africaines, puis en Europe et aux États-Unis, là où la diaspora est importante.

### **Comment adaptez-vous votre concept aux différents marchés internationaux ?**

L'ADN reste le même partout, mais nous adaptons la taille des restaurants, le design et certaines recettes selon les marchés locaux.

### **Quels sont vos objectifs de développement à 5 ans ?**

À cinq ans, nous visons une vingtaine de points de vente, principalement en Afrique de l'Ouest et quelques implantations internationales. Notre ambition est de devenir la première chaîne africaine moderne de restauration rapide.

### **Quels sont les principaux défis dans le développement d'une chaîne africaine à l'international ?**



Les défis principaux sont la perception de la cuisine africaine, la logistique et l'approvisionnement, ainsi que le financement nécessaire.

### **Comment Black Spoon contribue-t-elle au développement économique local ?**

Black Spoon collabore avec les producteurs locaux, créant de l'emploi direct et indirect. Nous voulons être un acteur économique et social majeur.

### **Quelles opportunités voyez-vous pour la gastronomie africaine dans le secteur de la restauration rapide ?**

Les opportunités sont immenses. La gastronomie africaine a un potentiel considérable. Au-delà de la restauration rapide, tout un écosystème existe : jus africains, surgelés, traiteur, événementiel. Avec Black Spoon, nous avons déjà commencé à développer ces axes complémentaires.

## **Vision et perspectives**

### **Comment Black Spoon soutient-elle les producteurs locaux ?**

Nous travaillons avec des producteurs et coopératives locales pour garantir la qualité et soutenir l'économie. Au-delà des producteurs, nous collaborons aussi avec des entrepreneurs qui innovent dans la gastronomie africaine. Cela crée un réseau dynamique valorisant la cuisine africaine.

### **Quel impact souhaitez-vous avoir sur la valorisation de la gastronomie africaine ?**

Mon ambition est que la gastronomie africaine soit reconnue au même titre que les grandes cuisines internationales. Avec Black Spoon, je veux donner une fierté aux Africains et faire découvrir au monde cette richesse.

### **Comment intégrez-vous la durabilité dans votre modèle économique ?**

La durabilité est intégrée par le choix de fournisseurs locaux, la réduction du gaspillage, des emballages écoresponsables et un modèle rentable et responsable.

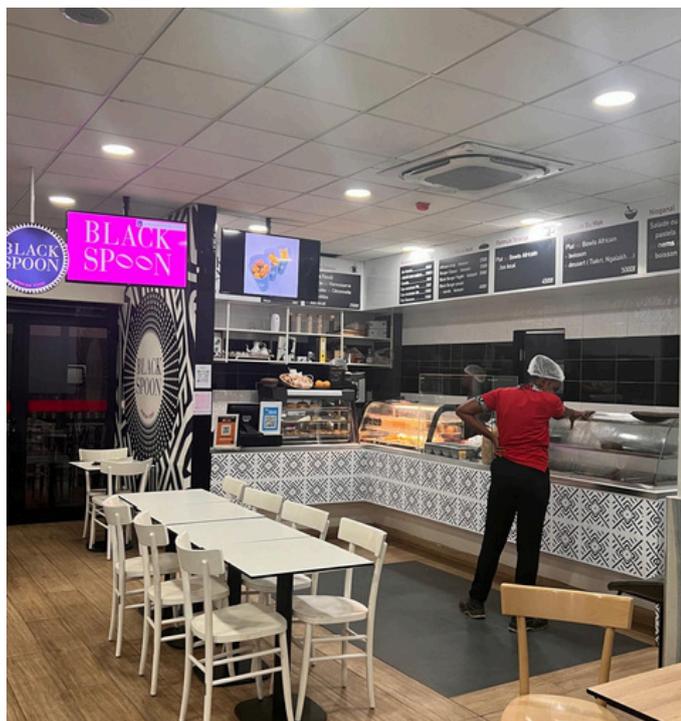
### **Où voyez-vous Black Spoon dans 10 ans ?**

Dans 10 ans, je vois Black Spoon comme une chaîne africaine internationale présente sur plusieurs continents, impliquée aussi dans les surgelés, les jus, l'événementiel et le traiteur. Un écosystème complet valorisant la gastronomie africaine.

### **Quel message souhaitez-vous faire passer sur la cuisine africaine au monde ?**

La cuisine africaine est riche, saine et moderne. Elle a toute sa place sur la scène mondiale.

### **Quels conseils donneriez-vous aux jeunes entrepreneurs dans le secteur de la restauration ?**



Croyez en votre idée, osez innover, entourez-vous bien et soyez persévérants. La restauration est exigeante mais passionnante.

### **Quelles sont vos attentes par rapports à l'Association Sénégalaise de la Franchise ?**

Qu'elle accompagne les entrepreneurs, facilite l'accès à l'information et valorise les enseignes africaines auprès des investisseurs et institutions.

### **Comment Black Spoon prépare le salon Franchise Expo Dakar 2025 ?**

Nous préparons ce salon comme une vitrine pour présenter notre concept, notre vision et notre structuration, afin de convaincre les futurs franchisés.

### **Votre avis sur le nouveau leadership de la franchise africaine porté par M. Georges Sibouke DIEME ?**

Ce leadership est une excellente opportunité pour renforcer la crédibilité de la franchise africaine et donner un élan au secteur.

### **Comment la crise sanitaire a-t-elle impacté votre activité et vos stratégies ?**

La crise sanitaire a bouleversé nos habitudes, mais elle nous a poussés à nous réinventer. Nous avons renforcé l'offre à emporter et accéléré la digitalisation. Cela nous a appris l'agilité et l'adaptation.

### **Quelles adaptations avez-vous dû mettre en place concernant vos services (livraison, click & collect) ?**

Nous avons mis en place les commandes par téléphone avec retrait rapide, un partenariat avec Jumia Food pour la livraison à domicile, et les paiements digitalisés via Mobile Money.

### **Quelle est votre plus grande fierté concernant Black Spoon ?**

Ma plus grande fierté est d'avoir transformé une idée en une marque reconnue, qui inspire et valorise la cuisine africaine, créant de l'intérêt et de la fierté aussi bien en Afrique qu'à l'international.



### **Si vous deviez recommencer, changeriez-vous quelque chose dans votre approche ?**

Je garderais la même vision mais je m'entourerais peut-être plus tôt de partenaires stratégiques pour accélérer la structuration. Chaque défi m'a cependant permis de consolider le projet.

### **Y a-t-il un projet ou une ambition que vous souhaitez particulièrement partager ?**

Au-delà de la franchise, je développe un écosystème complet autour de la gastronomie africaine : produits surgelés, superfoods, jus, événementiel et traiteur. L'ambition est de faire de Black Spoon une plateforme globale de valorisation de la gastronomie africaine.

**THÉMATIQUE:  
LA FRANCHISE, ACCÉLÉRATEUR  
DE CROISSANCE ET  
D'ENTREPREUNARIAT EN  
AFRIQUE**



**DU 26 AU 29  
NOVEMBRE 2025**

**PLACE DU**

**SOUVENIR  
AFRICAIN DAKAR**





# Franchise Data Analytics & Report





# EMPOWERING AFRICAN SMEs FOR PROSPERITY THROUGH FRANCHISING



Franchise Capacity  
Development



Franchise Strategy  
& Modeling



International  
Expansion

Africa Franchise Center (AFC) empowers SMEs through franchising as a catalyst for growth, job creation, and sustainable development. We help entrepreneurs thrive and build a prosperous future, one franchise at a time.

Contact for more info via ;  
+2348122244752  
+2347012228222

[WWW.Africafranchise.org](http://WWW.Africafranchise.org)





**WORLD FRANCHISE ASSOCIATES**  
BUILDING FRANCHISE BUSINESS WORLDWIDE®

**WORLD FRANCHISE ASSOCIATES (WFA)  
IS A LEADING INTERNATIONAL FRANCHISE  
SALES, MARKETING, DEVELOPMENT  
AND ADVISORY COMPANY.**

Headquartered in London, with international offices in strategic markets, it is owned and managed by a team of global franchise experts.



## OUR VISION

**To be the leading  
global franchise  
marketing and  
development  
company.**

## OUR MISSION

**To help franchise  
businesses increase  
brand equity &  
profitable growth  
through  
international  
franchise  
development.**

## SERVICES INCLUDE:

- > International Franchise Marketing & Sales Programs:**  
A comprehensive, customizable program that focuses on assisting franchisors from all sectors of the franchise industry with international expansion by identifying qualified and capable country developers and master franchisees in targeted countries and regions. Grow US brands through single and multi-unit franchise sales.
- > Franchise Development Programs:**  
WFA offers a variety of Franchise Development Programs that deliver all the key elements required to successfully franchise your business domestically and/or internationally with different programs based on your current needs and development objectives.
- > Franchise Investor Advisory Program:**  
A program that assists qualified companies and individuals with the acquisition of master franchise or area development rights for targeted brands in their country or region.
- > Governmental and Institutional Programs:**  
Include comprehensive advisory services relating to franchise ecosystem development and SME growth.
- > Market Research:**  
Effectively evaluate demand and competition by assessing various market aspects, including analyzing market size, growth patterns, ongoing trends, and seasonal fluctuations.

# Some of Our Past & Present Clients





**C'est le moment de saisir  
l'opportunité**

**BOOSTER L'ENTREPRISE**

**LIBÉRER L'ENTREPRENEUR**

**actionCOACH**<sup>®</sup>

BUSINESS COACHING

Middle East, North & Central Africa

[infos@franchisesagregator.com](mailto:infos@franchisesagregator.com)  
+225 0758725821

# Découvrez comment devenir un Franchiseur à succès

**PAR LES PIONNIERS DU FRANCHISING EN EUROPE**

- Découvrez pourquoi nos clients développent 3 à 6 fois plus vite que la moyenne nationale
- Découvrez les secrets des plus grands succès pérennes accompagnés par l'INSF (plus de 250 enseignes leaders)

Jardiland



carius



Carrefour

EatSalad



McDonald's

xerox™

ACADOMIA

## MASTERCLASS EXCLUSIVE 100% OFFERTE

**AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DES MEILLEURS PRATICIENS DU FRANCHISING EN EUROPE**

- Places limitées
- 3 dates seulement en 2025
- Repartez avec une stratégie claire et actionnable en une demi-journée

Scannez le QR code pour découvrir les dates, les intervenants et le programme complet



## INSF : L'accompagnement révolutionnaire des Franchiseurs et futurs Franchiseurs



L'accompagnement personnalisé des plus grands praticiens du Franchising Européen



50 ans d'expérience digitalisée et immédiatement actionnable



120 outils commerciaux et juridiques pour lancer votre franchise



Plus rapide, plus efficace, moins coûteux que les méthodes classiques



# FRANCHISES AGREGATOR

## CONSULTANCE:

- CRÉATION DES FRANCHISES
- ENCADREMENT ET RESTRUCTURATION DES FRANCHISEURS ÉTABLIS

## COURTAGE

- PORTEFEUILLE DE FRANCHISES
- PROJET D'ACQUISITION DE FRANCHISE
- ENCADREMENT DE FRANCHISÉS ET FUTURS FRANCHISÉS



[info@afranchiseforum-mag.com](mailto:info@afranchiseforum-mag.com)



+225 0758725821



+2250758725821



[INFOS@FRANCHISESAGREGATOR.COM](mailto:INFOS@FRANCHISESAGREGATOR.COM)

FRANCHISES AGREGATOR



**Bernard ZOBO**

**Juriste -consultant en franchise**

## **LES FRANCHISES COTÉES EN BOURSE : UNE OPPORTUNITÉ POUR LES FRANCHISEURS AFRICAINS ET UN APPEL AUX POUVOIRS PUBLICS**

L'Afrique est un continent en plein essor économique. Elle bénéficie d'une classe moyenne en croissance et d'une demande croissante pour des biens et services de qualité.

Les franchises internationales ont déjà fait leurs preuves sur le continent.

Mais peu de franchiseurs africains ont réussi à intégrer les bourses de valeurs mobilières pour financer leur croissance.

Pourtant, les exemples de franchises internationales cotées en bourse en Europe et aux États-Unis sont.

Alors ils pourraient servir de modèle pour les entrepreneurs africains.

Cet article explore les modèles de franchises cotées à l'étranger. Il présente, aussi, les défis africains et les pistes pour inciter les pouvoirs publics à agir.

## 1. Les Franchises Cotées en Europe et aux USA : Des Performances Éloquentes.

Aux États-Unis, le modèle de la franchise a atteint un niveau de maturité exceptionnel.

Il s'est transformé en une véritable industrie boursière florissante.

Cette évolution stratégique permet aux leaders du secteur d'accéder à des capitaux importants et de bénéficier d'une visibilité internationale sans précédent.

Grâce à leur cotation en bourse, ces entreprises renforcent leur crédibilité, attirent davantage d'investisseurs et financent leur expansion de manière continue.

Parmi les exemples les plus emblématiques figure McDonald's (NYSE : MCD), dont la capitalisation boursière avoisine les 190 milliards de dollars.

Présent dans plus de 100 pays, ce géant utilise sa cotation pour financer en permanence l'ouverture de nouveaux restaurants et innover sans cesse dans ses concepts.

De son côté, Domino's Pizza (NYSE : DPZ), fort de plus de 20 000 points de vente à travers le monde, est valorisé à environ 12 milliards de dollars.

Son orientation technologique et son efficacité en matière de livraison ont particulièrement séduit le marché boursier.

Enfin, Burger King (NYSE : QSR), propriété du groupe Restaurant Brands International, est valorisé à plus de 30 milliards de dollars, illustrant parfaitement l'attractivité des holdings regroupant plusieurs réseaux de franchise cotés.



En Europe, ce modèle commence également à prendre de l'ampleur.

Bien que Prêt A Manger (Royaume-Uni) ne soit pas coté de manière indépendante, son rachat par JAB Holdings a démontré la valeur considérable perçue par les investisseurs dans les réseaux de franchise bien établis.

Prêt A Manger est une chaîne britannique de restauration rapide, spécialisée dans les sandwiches et les salades, fondée à Londres en 1986.

La chaîne se distingue par la préparation quotidienne de ses produits sur place à partir d'ingrédients frais, et par son engagement envers des pratiques durables, notamment le don des invendus aux associations caritatives.

De même, Zara, appartenant au groupe espagnol Inditex coté à la Bourse de Madrid, utilise un modèle hybride incluant des éléments de franchise.

Inditex, leader mondial de la mode rapide, est valorisé à plusieurs dizaines de milliards d'euros, prouvant que ce type de structure peut générer des résultats financiers impressionnants.

Alors, pourquoi la cotation en bourse fonctionne-t-elle si bien pour ces entreprises ?

Plusieurs raisons clés expliquent ce succès.

Tout d'abord, elle offre un accès facilité au financement.

Les marchés boursiers constituent une source stable et significative de capitaux, permettant aux franchises de se développer géographiquement et technologiquement.

Ensuite, elle renforce considérablement la crédibilité de l'entreprise.

La transparence exigée par les autorités boursières rassure les franchisés, les partenaires et les investisseurs potentiels.

Enfin, la cotation offre une liquidité pour les fondateurs et actionnaires, leur permettant de monétiser une partie de leur investissement initial, ce qui constitue un levier puissant pour attirer les entrepreneurs ambitieux.

## **2. L'Afrique Peut-Elle Rejoindre le Mouvement ?**

L'Afrique, continent en pleine mutation économique, représente un marché immense pour le développement de réseaux de franchise.

Une classe moyenne en expansion et une demande croissante pour des services et produits standardisés de qualité créent un terreau fertile.

Pourtant, malgré la présence affirmée de grandes franchises internationales, le continent peine à voir émerger ses propres réseaux cotés en bourse.

Cependant, plusieurs exemples montrent que ce passage à un niveau supérieur est non seulement possible, mais déjà amorcé dans certaines régions.

### ***Afrique du Sud : Le Phare Africain de la Franchise Cotée***

L'Afrique du Sud se distingue comme un modèle à suivre sur le continent en matière de structuration boursière du secteur de la franchise.

Son marché principal, la Bourse de Johannesburg (JSE), accueille des entreprises issues du modèle franchisé ayant atteint une maturité financière remarquable.

- Famous Brands (JSE : FBR) : Ce groupe, propriétaire de marques emblématiques telles que Steers, Debonairs Pizza et Wimpy, est coté et valorisé à environ 200 millions de dollars. Il représente un modèle de réussite d'un réseau de franchise ayant su se structurer pour accéder au capital public.
- Spur Corporation (JSE : SUR) : Spécialisé dans les restaurants familiaux, ce groupe est également coté à Johannesburg avec une capitalisation d'environ 150 millions de dollars. Son parcours illustre comment un concept franchisé local peut se professionnaliser et attirer les investisseurs institutionnels.

Ces cas concrets démontrent qu'un modèle de franchise cotée en bourse peut non seulement survivre, mais prospérer sur le sol africain, offrant à la fois liquidité aux actionnaires et crédibilité aux partenaires.

### ***Maroc : Une Dynamique Émergente***

Le Maroc, bien que plus en amont dans ce processus, commence à montrer des signes encourageants d'une structuration plus complexe du secteur.

- Des opérateurs comme Gourmet Grill, gestionnaire de la franchise KFC Maroc, sont des filiales de groupes plus vastes déjà cotés, comme Auto Hall à la Bourse de Casablanca. Cela montre une forme d'intégration indirecte dans l'écosystème boursier.
- L'exemple de Yum! Brands (NYSE : YUM), maison-mère de KFC et Pizza Hut, souligne l'intérêt des investisseurs internationaux pour le marché marocain et, par extension, africain. Cela pourrait inspirer des entrepreneurs locaux à structurer leurs réseaux selon des standards permettant une valorisation boursière.

### ***Égypte et Nigeria : Des Géants au Potentiel Inexploité.***

L'Égypte et le Nigeria, deux poids lourds économiques du continent, possèdent des réseaux franchisés dynamiques, mais encore largement sous-structurés sur le plan financier.

- Chicken Republic (Nigeria) : Ce réseau de fast-food en plein essor représente un candidat potentiel pour une future cotation. Son modèle de croissance rapide et son ancrage local en font un exemple à suivre pour d'autres franchiseurs nigériens.
- El Ezaby Pharmacies (Égypte) : Ce vaste réseau de pharmacies franchisées opère dans un secteur porteur. À l'instar de structures similaires comme Speed Medical déjà cotée à la Bourse du Caire, El Ezaby dispose du potentiel pour envisager une introduction en Bourse.

Ces exemples illustrent un potentiel latent. Cependant, plusieurs freins structurels limitent, pour l'heure, l'émergence d'un plus grand nombre de franchises cotées en bourse en Afrique.

### ***Freins Majeurs à l'Émergence de Franchises Cotées en Afrique.***

**Malgré les opportunités, le chemin vers la cotation reste semé d'embûches :**

- Manque de financement : Les institutions financières restent souvent prudentes vis-à-vis des projets de franchise, les percevant encore comme risqués ou insuffisamment structurés pour répondre aux exigences de financement à long terme.
- Réglementation complexe : Les cadres juridiques et réglementaires dans plusieurs pays africains ne sont pas toujours adaptés à la complexité des structures de franchise cotées. L'absence de réglementation claire sur la gouvernance, la transparence financière ou les obligations de reporting peut freiner les initiatives.
- Culture entrepreneuriale : Beaucoup de franchiseurs africains privilégient encore l'autofinancement ou les financements informels, ce qui limite leur capacité à se structurer rapidement et à répondre aux exigences de capital nécessaires pour une introduction en bourse.

Nous soulignons que si l'Afrique souhaite accélérer son développement économique par le biais de la franchise, il est impératif de surmonter ces obstacles. Le potentiel existe, comme le prouvent les exemples de l'Afrique du Sud, du Maroc, d'Égypte et du Nigeria. Le défi est désormais de passer à la vitesse supérieure.

### 3. Que Doivent Faire les Pouvoirs Publics Africains ?

L'Afrique aspire à devenir un acteur majeur de l'économie mondiale.

Le développement de réseaux de franchise performants et structurés financièrement est devenu une priorité.

Il faut permettre à ces réseaux d'accéder aux capitaux nécessaires à leur expansion, notamment via une cotation en bourse.

Les gouvernements africains doivent jouer un rôle catalyseur.

Sans un cadre favorable, même les idées les plus innovantes peinent à se transformer en succès boursiers.

**Créer un Environnement Propice : Des Incitations Concrètes**

La première étape consiste à rendre l'option boursière attractive pour les franchiseurs.

Cela passe par des mesures fiscales incitatives :

- Exonérations temporaires : Pendant une période déterminée (par exemple, 3 à 5 ans), les réseaux de franchise en phase de structuration ou d'introduction en bourse pourraient bénéficier d'une exemption partielle d'impôt sur les sociétés. Cela leur permettrait de réinvestir davantage de leurs bénéfices dans la croissance.
- Réduction des charges sociales patronales : Pour les entreprises franchisées embauchant un certain nombre de salariés, une réduction des cotisations sociales pourrait constituer un levier puissant de développement de l'emploi.

Ces mesures, simples mais efficaces, peuvent faire la différence dans la décision stratégique d'un franchiseur de se lancer dans une démarche de cotation.

### **Faciliter l'Accès aux Marchés Boursiers**

Les procédures d'introduction en Bourse (IPO) sont souvent perçues comme complexes, longues et coûteuses, surtout pour des entreprises de taille moyenne issues du secteur de la franchise.

### **Pour encourager davantage d'entreprises à franchir le pas :**

- Allègement réglementaire : Les exigences de reporting et de gouvernance pourraient être adaptées aux spécificités des PME franchisées, sans pour autant compromettre la transparence nécessaire aux investisseurs. Un "chemin" simplifié vers la cotation pourrait être créé.
- Accompagnement technique : Mettre à disposition des entreprises des guides clairs, des cellules d'appui dédiées et des experts pour les aider à préparer leur dossier d'introduction.

Un marché boursier accessible est un marché boursier attractif.

### **Sécuriser les Financements : Le Rôle des Fonds de Garantie.**

Le manque de financement est l'un des principaux freins identifiés pour les franchiseurs africains.

Les banques restent souvent prudentes face aux risques associés.

Pour pallier ce problème :

- Création de Fonds de Garantie Publics ou Publico-Privés : Ces fonds pourraient garantir une partie des prêts consentis aux réseaux de franchise, réduisant ainsi le risque perçu par les banques et facilitant l'accès au crédit. Cela permettrait aux franchiseurs de se structurer financièrement avant une éventuelle cotation.

C'est un outil essentiel pour amorcer le cycle vertueux de la croissance financée.

### **Former les Acteurs du Secteur**

Une cotation en bourse implique une montée en puissance significative en termes de gouvernance, de stratégie financière et de communication.

Il est donc crucial de doter les franchiseurs africains des compétences nécessaires :

- Programmes de Formation Spécialisés : Des modules dédiés à la gestion financière avancée, à la gouvernance d'entreprise, à la stratégie boursière et à la relation avec les investisseurs devraient être mis en place. Ces formations pourraient être dispensées par des organismes de formation accrédités, en partenariat avec les bourses et les institutions financières.
- Programmes de Mentorat : Mettre en relation des franchiseurs émergents avec des dirigeants ayant déjà mené une entreprise jusqu'à la cotation peut accélérer leur apprentissage.

### **Une main tendue vers la connaissance est souvent le tremplin vers le succès.**

Exemple à Suivre : La Tunisie, Un Cas d'École ?

La Tunisie illustre bien une volonté politique de moderniser son écosystème entrepreneurial :

- Soutien aux Startups : Le lancement d'un programme national de soutien aux startups, bien que ciblant initialement les tech, peut être élargi pour inclure les réseaux de franchise innovants.
- Dynamisme de la Bourse : La Bourse de Tunis (BVMT) manifeste une réelle volonté d'attirer des PME porteuses de potentiel, y compris dans les secteurs de la franchise. Cette ouverture institutionnelle est un signal encourageant.

L'Afrique dispose de tous les éléments pour devenir le prochain terrain de jeu de la franchise cotée. Il suffit maintenant aux pouvoirs publics de mettre en place les outils permettant à cette ambition de devenir réalité.



Sous le Haut Patronage de Son  
Excellence M. Bassirou Diomaye Diakhar  
FAYE Président de la République du  
Sénégal

**THÉMATIQUE:**  
**LA FRANCHISE, ACCÉLÉRATEUR  
DE CROISSANCE ET  
D'ENTREPREUNARIAT EN  
AFRIQUE**

**DOSSIER COMMERCIAL**

**DU 26 AU 29  
NOVEMBRE 2025**



**PLACE DU**



**SOUVENIR  
AFRICAIN DAKAR**





## **Mr Georges Sibouke DIEME**

*Président, Fondateur de FRANCHISE EXPO DAKAR*

*Président de la Fédération de la Franchise Sénégalaise*

C'est sous le Haut Patronage de Son Excellence Monsieur Bassirou Diomaye Diakhar Faye, Président de la République du Sénégal, que j'ai l'immense honneur de vous accueillir dans le cadre de cette première édition historique du Franchise Expo Dakar 2025, qui se déroule du 26 au 29 novembre à la Place du Souvenir Africain.

Ce symbole de confiance, accordé par notre Chef de l'État au développement de la franchise, fait écho à la nécessité de faire du développement de la franchise une véritable priorité dans le projet de société et ainsi adopter une vision à la fois claire et dynamique pour le développement économique futur de notre pays.

En tant que Président de la Fédération de la Franchise du Sénégal qui vient d'être créée, je mesure l'importance de ce moment fondateur pour l'entrepreneuriat sénégalais.

On compte au Sénégal seulement 9 entreprises pour 10 000 habitants ; les PME sont pour 65% d'entre elles vouées à disparaître dès la première année ; ce chômage des jeunes qui est un réel défi, n'est pas une fatalité et impose clairement une reconsidération de nos méthodes de développement économique en considérant la franchise comme étant la réponse à apporter à ses préoccupations.

Les données parlent d'elles-mêmes : au bout de 5 ans, plus de 80 % des entreprises sous franchise sont encore en activité contre seulement 35 % des PME classiques.

Ce schéma d'installation en franchise est plus sécurisé car contrôlé puis accompagné par le franchiseur, il permet en effet de réduire les risques d'échec. Nous nous réjouissons de pouvoir accueillir le Maroc en qualité de pays hôte pour la première édition de la manifestation et la Fédération Ivoirienne de Franchise comme invité d'honneur. Cette synergie témoigne d'une volonté de bâtir un véritable écosystème de franchise dans le continent africain.

De ce cadre de rencontre sur ces quatre jours, ressortent des projets d'investissement, des formations orientées et la prestation d'experts performants. Chaque rencontre nous permet de bâtir un avenir entrepreneuriale pour notre pays.

Notre enjeu est de créer un cadre propice aux partenariats durables, en matière d'éthique et de transparence, au service des objectifs du Plan Sénégal 2050.

**Je vous souhaite des échanges fructueux et  
des partenariats durables. Bienvenue au  
Franchise Expo Dakar 2025 !**



# Fiche Technique



## → Informations Générales

**Nom de l'événement :** Franchise Expo Dakar 2025 **Nature de l'événement:** Forum et Exposition commerciale **Édition :** 1ère édition historique **Dates :** Du 26 au 29 novembre 2025 (4 jours) **Lieu :** Place du Souvenir Africain, Dakar, Sénégal **Haut Patronage :** Son Excellence Monsieur Bassirou Diomaye Diakhar Faye, Président de la République du Sénégal **Organisateur :** Fédération de la Franchise Sénégalaise

## → Participants et Cibles

**Public Visé :** Futurs entrepreneurs, investisseurs, porteurs de projets, professionnels du secteur, PME traditionnelles.

**Exposants :** Enseignes de franchise nationales et internationales représentant divers secteurs (restauration, services, retail, beauté, éducation, etc.). **Pays à l'Honneur :** Royaume du Maroc **Invité d'Honneur :** Fédération Ivoirienne de Franchise

## → Contenu et Activités

**Opportunités :** Présentation d'un large éventail d'opportunités d'investissement en franchise.

**Formations :** Conférences plénières et ateliers thématiques animés par des experts (financement, juridique, marketing, gestion, création de concept). **Networking :** Sessions de rencontres B2B, cocktails, speed dating entrepreneurial et un Gala de la Franchise. **Exposition :** Espaces d'exposition thématiques et dédiés aux enseignes par secteur d'activité.

# Franchise Expo Dakar 2025



LeFranchise Expo Dakar2025 va marquer un tournant historique pour

l'écosystème entrepreneurial sénégalais et son pendant africain. Il se déroulera à la Place du Souvenir Africain à Dakar, du 26 au 29 novembre 2025, sous le Haut Patronage de Son Excellence Monsieur Bassirou Diomaye Diakhar Faye, Président de la République du Sénégal.

C'est un événement d'envergure aussi bien nationale qu'internationale, un salon qui va être la plateforme stratégique pour l'émergence et la consolidation de la franchise comme un nouveau socle du développement économique en même temps qu'on lui offre une exceptionnelle opportunité pour de l'investissement, pour la création d'entreprises et pour un partenariat fructueux, autant de priorités de l'avenir pour le bien-être du pays.

# Contexte et Opportunité Unique

## Enjeux économiques du Sénégal

Économie relativement diversifiée, producteur de pétrole et de gaz Plan d'investissement Sénégal Emergent (2014-2035) ciblant efficacement la croissance structurelle, et soutenu par des recettes fiscales équivalent à près de 20% du PIB et par les bailleurs internationaux Appartenance à la zone monétaire d'Afrique de l'Ouest (UEMOA) apportant une relative stabilité monétaire Réformes améliorant le climat des affaires Création de fonds d'investissement et d'épargne destinés à recueillir les recettes tirées des hydrocarbures Membre de l'ITIE depuis 2013 (Initiative internationale pour la transparence dans les industries extractives)

- 
- 

## Potentiel de la Franchise

+ de 80% des entreprises franchisées survivent 5 ans Transfère de technologie rapide et standardisation Opportunités d'expansion avec la ZLECAF

- 
- 
- 

La franchise s'inscrit dans la vision portée par le Plan Sénégal 2050 qui projette une transformation structurelle de l'économie en faveur d'un développement durable et inclusif; Implanter et développer des réseaux de franchise en République du Sénégal constitue une partie intégrante de l'effort d'enrichissement du tissu économique, de diversifications des activités permettant enfin la génération de l'emploi qualifié ; la franchise apparaît ici comme une véritable opportunité pour la satisfaction de l'objectif stratégique fixé par la nation de modernisation, compétitivité et d'émergence économique ici recherchée.

# Objectifs du Franchise Expo Dakar

Pour sa première édition, le Franchise Expo Dakar 2025 ambitionne d'être un vrai levier pour l'avenir économique du Sénégal. Ce premier rendez-vous veut en effet être un environnement propice aux partenariats durables entre les franchiseurs et les futurs entrepreneurs. Ce salon a également pour but d'anticiper le développement de l'entrepreneuriat en présentant les opportunités qu'offre le modèle franchisé et il s'agit aussi de sensibiliser à la problématique de la franchise en rendant visibles les bonnes pratiques qui y mènent pour sa bonne adoption avec les chances de succès qui y sont associées.

2

**Créer un environnement propice aux partenariats durables** entre franchiseurs et futurs franchisés, en facilitant des rencontres qualifiées et des échanges constructifs.

**Accélérer la croissance entrepreneuriale par la franchise**, en présentant un éventail diversifié d'opportunités d'investissement et les outils nécessaires à la réussite.

3

**Démystifier le modèle de la franchise**, en exposant ses bonnes pratiques et en encourageant son adoption au Sénégal, car c'est un système qui a largement fait ses preuves à travers le monde.

# Le projet social: Création de Confédération Africaine de la Franchise

Au-delà de ses objectifs économiques et commerciaux, le Franchise Expo Dakar 2025 réunit le projet social et institutionnel à dimension continentale de création de la Confédération Africaine de la Franchise (CAF). Ce projet ambitieux d'organisation, de promotion et de réglementation du secteur de la franchise du continent, s'appuie sur la structuration en cours des fédérations nationales existantes ou émergentes..

La CAF sera tout d'abord une organisation faîtière dont la fonction principale sera de :

- **Fédérer les Acteurs** : Elle rassemblera l'ensemble des fédérations nationales de la franchise, toutes les associations professionnelles, tous les franchiseurs, tous les franchisés et tous les acteurs du secteur à l'échelle du continent africain dans une plateforme d'échanges et de coordination pour harmoniser les efforts de développement. **Harmoniser les Pratiques**
- Elle œuvrera à définir des standards éthiques et professionnels communs à la franchise en Afrique, incitant les réglementations à promouvoir la transparence d'informations et la protection des intérêts de tous. **Plaider et Représenter** : Elle privilégiera le canal de l'interlocuteur auprès des États africains, des instances régionales (CEDEAO, UA) et des organisations internationales afin de réclamer le cadre légal et fiscal approprié à l'essor de la franchise, tout en défendant les intérêts du secteur et en contribuant à la décision.



**Promouvoir la consolidation de la franchise**, à partir d'un pays hôte vers d'autres pays du continent et vers des marques franchisées internationales candidates à s'implanter en Afrique. La CAF sera le catalyseur des investissements transfrontaliers. **Assurer que la franchise se développe de manière éthique et responsable**, dans le respect de l'emploi décent, de l'engagement des franchisés à un développement local, en réaction à une croissance inclusive.

- **Impact Attendu**

- 

La création de la Confédération Africaine de la Franchise aura un impact transformateur sur le paysage entrepreneurial africain :

- **Professionnalisation du Secteur : En normalisant et en institutionnalisant des bonnes pratiques, la CAF contribuera à établir la**
- **crédibilité et la confiance dans le modèle de la franchise en Afrique.**
- **Accélération de la Croissance Économique : Elle favorisera l'accélération de la création de milliers d'entreprises et d'emplois (particulièrement pour les jeunes) en facilitant la mise en réseau.**
- **Retrouver l'Attractivité des Investissements : Un cadre formalisé et une représentation unifiée, rendront le marché de la franchise en Afrique plus attractif pour les investisseurs locaux et étrangers.**
- **Renforcement de la Coopération Sud-Sud : La CAF permettra d'encourager les échanges et les partenariats entre pays africains participant à renforcer l'intégration économique régionale.**



# Programme de conférences et d'ateliers

## → JOUR 01 (26 Novembre 2025)

Cérémonie d'ouverture :

- Discours de Bienvenue par les autorités locales et les organisateurs
- Présentation des objectifs de l'événement

Visite des stands et réseautage :

Découverte des différents exposants et franchises

Conférences: « Introduction à la franchise, avantages et défis de l'investissement en franchise » Panel Sénégal Maroc: opportunités de renforcement des liens économiques grâce à la franchise et le retail.

## → JOUR 02 (27 Novembre 2025)

▪ Sessions de formation spécialisée Thèmes:

- « Financement de franchise, aspects juridiques et contractuels » Créer un cadre favorable à la franchise: rôle des institutions, du droit et de la fiscalité.

Présentations des sponsors et partenaires.

Panel Franchise et économie endogène: valoriser les ressources locales.

# Programme de conférences et d'ateliers

## → JOUR 03 (28 Novembre 2025)

- Masterclasse « Invest in Sénégal » avec comme thème : “Opportunités et avantages de développement des entreprises au Sénégal”
- PANEL Come back Franchise : la force de la diaspora comme levier de croissance pour les enseignes locales en franchise. Ateliers pratiques
- Thèmes : Le potentiel de développement des franchises en Afrique avec la Zone de Libre Échange Continentale (ZLECAF) Cérémonie de clôture, et lancement de la Confédération africaine des fédérations nationales de Franchises “Déclaration de Dakar” Vernissage : Dîner et remise de distinction.

## → JOUR 04 (29 Novembre 2025)

- MÉGA CONCERT

# Profil des exposants

Le Franchise Expo Dakar 2025 est conçu pour être un reflet de la diversité et du dynamisme du

monde de la franchise. Nous attendons un large éventail d'exposants qui souhaitent se développer ou renforcer leur présence au Sénégal et en Afrique de l'Ouest.

- **Enseignes de Franchise Établies** : Des marques nationales et internationales, ayant un concept éprouvé et un modèle de développement en franchise solide, cherchant à recruter de nouveaux franchisés.
- **Diversité Sectorielle** : Des enseignes issues de secteurs variés tels que :

▪ Restauration (rapide, thématique, traditionnelle) Services (à la personne, aux entreprises, nettoyage, réparation, etc.) Commerce de détail (Retail) : Prêt-à-porter, alimentaire (supermarchés, épicerie fines), spécialisé (jouets, articles de sport, etc.) Beauté et Bien-être : Salons de coiffure, instituts de beauté, spas, centres de remise en forme. Éducation et Formation : Écoles de langues, soutien scolaire, centres de formation professionnelle. Automobile : Entretien rapide, lavage auto, vente de pièces détachées. Hôtellerie et Tourisme Technologies de l'information et Communication

**Développeurs de Concepts** : Des entreprises ou des entrepreneurs ayant un concept commercial prometteur qu'ils souhaitent structurer et développer en franchise.

**Fournisseurs de Solutions pour la Franchise** : Banques, cabinets de conseil juridique et financier, experts-comptables, assureurs, développeurs de logiciels spécifiques à la franchise, etc., qui offrent des services essentiels aux réseaux.



# 5 Bonnes raisons pour exposer au Franchise Expo Dakar 2025

## **Visibilité Maximale et Notoriété Accrue :**

gagne une place prépondérante et ciblé un public qualifié au Sénégal et en Afrique de l'Ouest.

## **Génération de Leads Qualifiés :**

Rencontrez directement des futurs franchisés et des investisseurs pour développer concrètement votre réseau.

## **Positionnement Stratégique :**

Implantez-vous ou renforcez votre présence sur un marché sénégalais dynamique et à fort potentiel.

## **Développement de Réseau :**

Établissez des connexions précieuses et des partenariats stratégiques avec les acteurs clés du secteur.

## **Contribution Locale :**

Démontrez votre engagement dans la création d'emplois, le transfert de savoir-faire et le développement économique du Sénégal.



# Formules d'exposition

**Stand Nu** - 100.000 FCFA/m<sup>2</sup>  
(160 EUR/m<sup>2</sup>)

Marquage au Sol, idéal pour les exposants qui ont déjà leurs stands ou souhaitent construire un stand personnalisé  
Équipement: Sortie d'électricité

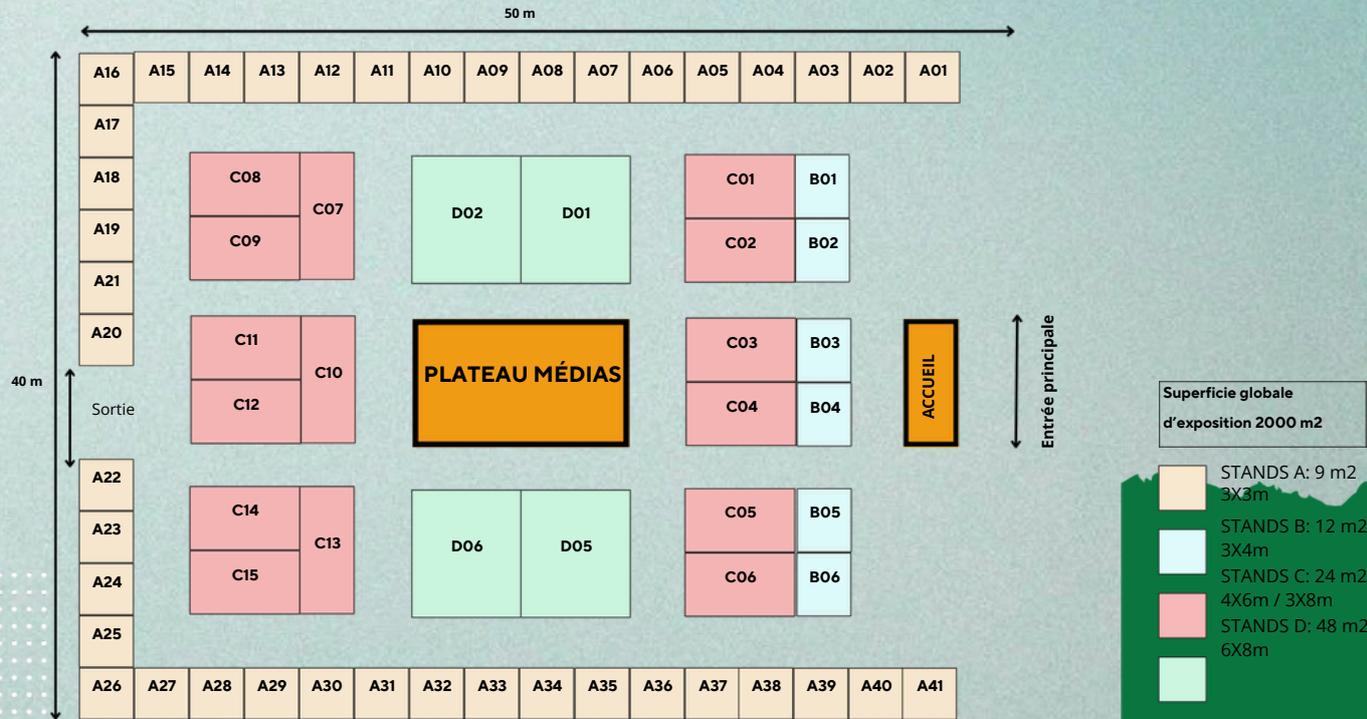
**Stand Équipé** - 130.000 FCFA/m<sup>2</sup>  
(200 EUR/m<sup>2</sup>)

À partir de 9 m<sup>2</sup> Équipement:

- Structure aluminium
- Panneaux blanc
- Bandeau de façade
- Enseigne logo sur façade de 1 Spot 1
- Prise électrique 220 V.1kW 1 table 2 Chaises



# Plan d'exposition





## Pourquoi Nous sponsoriser?

- **Visibilité Exceptionnelle** : Votre enseigne est le sujet de tous nos supports de communication (digitaux, physiques, presse), pour une exposition maximale.
- **Accès Immédiat à un Public Concerné** : Des milliers de futurs entrepreneurs, investisseurs et professionnels concernés par la franchise au Sénégal et en Afrique de l'Ouest vous attendent.
- **Renforcement de l'Image d'Entreprise** : Votre société est associée à un événement fondateur de notoriété, placé sous le Haut Patronage du Président de la République.
- **Génération de Leads Qualifiés** : Immanquables contacts avec de futurs franchisés et partenaires.
- **Affirmation du Leadership d'Opinion** : Vous parlez, lors de conférences et d'ateliers, la parole se libère dans les discussions du secteur, vous êtes au cœur de la profession.

- **Établissement d'un Réseau Stratégique Privilégié** : Établissez des connexions avec d'autres franchiseurs, experts, banquiers et institutions majeurs.
- **Assistance au Développement Économique Actif** : Montrez-vous engagé dans la génération d'emploi et le transfert de savoir-faire au Sénégal.
- **Amélioration de la Communication Digitale** : Profitez d'une visibilité amplifiée grâce à des mises en avant sur nos réseaux sociaux et newsletters.
- **Accès privilégié au Réseau** : Recevez des invitations à des événements privés, aux lounges partenaires et à des opportunités de networking.
- **Positionnement sur le Marché Africain** : Affirmez votre présence et votre ambition de développement sur un continent en forte croissance économique.

## Nos Formules de sponsoring



### **SPONSOR DIAMOND**

Le Patenaire Visionnaire



**7.000.000 FCFA**

10 700 EUR



### **SPONSOR GOLD**

Le Partenaire stratégique



**5.000.000 FCFA**

7 600 EUR



### **SPONSOR SILVER**

Le Partenaire Essor



**3.000.000 FCFA**

4 600 EUR



### **SPONSOR BRONZE**

Le Partenaire Découverte



**2.000.000 FCFA**

3 050 EUR

## SPONSOR DIAMOND

Ce niveau vous positionne comme un acteur majeur et stratégique de l'événement, avec une présence dominante et un impact maximal.

- **Espace d'Exposition** : Un stand premium de **48 m<sup>2</sup>** dans un emplacement stratégique et privilégié. **Visibilité Ultime** : Votre logo sur tous les supports de communication (site web, brochures, affiches, bannières, signalétique prééminente sur le salon). Remerciements personnalisés et mentions spéciales lors des cérémonies d'ouverture et de clôture, ainsi que dans les communiqués de presse officiels. **Accès VIP Exclusif** : Invitations illimitées aux événements VIP, accès privilégié aux lounges privés et aux espaces de rencontre confidentiels. Rencontre facilitée avec les autorités gouvernementales, les partenaires clés et les personnalités influentes du monde des affaires. **Leadership d'Opinion** : Participation garantie à des panels de discussion de haut niveau et à des conférences plénières, avec des créneaux de présentation dédiés sur la scène principale. Possibilité de modérer des sessions.
- **Engagement Média Premium** : Création d'une vidéo promotionnelle dédiée avec l'artiste invité, mentionnant spécifiquement votre partenariat. Articles sponsorisés, interviews exclusives et reportages dédiés dans les médias partenaires nationaux et internationaux. **Contenu Éditorial Prééminent** : Une page entière premium dans la brochure officielle du salon avec un contenu éditorial personnalisé, incluant une interview de votre dirigeant ou la présentation détaillée de votre vision. **Accompagnement Dédié** : Un interlocuteur unique dédié pour un soutien personnalisé avant, pendant et après l'événement.

## SPONSOR GOLD

Ce niveau offre une visibilité pré éminente et des avantages significatifs pour renforcer votre image de marque et générer des leads qualifiés.

- **Visibilité Majeure** : Votre logo sur la majorité des supports de communication clés (site web, brochures, signalétique principale du salon).
- Mentions lors des temps forts de l'événement et présence dans les communications médias générales. **Accès Privilégié** : Invitations aux cocktails de networking VIP et accès facilité aux espaces de networking dédiés.
- Facilitation des rencontres B2B avec des contacts pré-identifiés. **Prise de Parole** : Possibilité de participation à des tables rondes thématiques ou d'animation d'ateliers sur des sujets d'expertise spécifiques à votre secteur.
- **Soutien Média** : Votre marque mentionnée dans la vidéo promotionnelle générale du salon. **Présence au Salon** : Un stand de **36m<sup>2</sup>** dans un bon emplacement. Une page entière dédiée dans la brochure officielle du salon.

## SPONSOR SILVER

Ce package assure une présence remarquable et des opportunités clés pour développer votre réseau et atteindre un public ciblé.

- **Visibilité Solide :** Votre logo sur les supports de communication essentiels (site web, signalétique sur le site d'exposition, brochure officielle, supports digitaux).
- **Networking Actif :** Accès aux sessions de networking général et aux opportunités de rencontres informelles avec les participants.
- **Mise en Avant Digitale :** Présence de votre marque sur les réseaux sociaux du salon (posts dédiés) et dans les newsletters envoyées à la base de données qualifiée.
- **Espace d'Exposition :** Un stand de **24 m<sup>2</sup>** bien situé dans l'espace exposant. Une demi-page dans la brochure officielle du salon.
- **Soutien Promotionnel :** Votre marque intégrée dans la vidéo promotionnelle générale du salon

## SPONSOR BRONZE

Idéale pour une première participation ou pour explorer les opportunités du marché, cette formule offre une visibilité essentielle et un accès aux interactions clés.

- **Visibilité Essentielle :** Votre logo présent sur le site web officiel du salon, sur la signalétique de base dans les allées de l'exposition et une mention dans la brochure officielle.
- **Accès aux Opportunités :** Accès complet à l'espace exposants pour vos représentants. Possibilité de participer aux sessions de "speed-dating" entrepreneurial pour des contacts rapides et efficaces.
- **Réseautage Basique :** Accès aux espaces de networking informels pour échanger avec les visiteurs et les autres exposants.
- **Communication Digitale :** Votre marque sera mentionnée dans la liste des partenaires sur le site web du salon.
- **Espace d'Exposition :** Un stand de **12 m<sup>2</sup>** bien situé dans l'espace exposant. Un quart de page dans la brochure officielle du salon.

## CONTACT:



General Media & Communication

**Mr Georges Sibouke DIEME**

*Président, Fondateur de FRANCHISE EXPO*

*DAKAR Président de la Fédération de la  
Franchise Sénégalaise*

**+221 77 441 24 23**

[franchiseexpodakar@gmail.com](mailto:franchiseexpodakar@gmail.com)

[gmcsofficiel@gmail.com](mailto:gmcsofficiel@gmail.com)





A **FRANEXPOS** EVENT

# AFRICA FRANCHISE EXPO CAIRO

22-23 SEP 2025  
HELIOPOLIS, CAIRO

Meet Our Exhibitors

## Africa Franchise Expo 2025

**“Discover the F&B concepts expanding across Africa & MENA”**

**"REJOIGNEZ-NOUS COMME PARTENAIRE  
SUR CET ÉVÉNEMENT HISTORIQUE!"**

**FIF** FRANCHISE  
FÉDÉRATION IVOIRIENNE DE LA FRANCHISE  
Institution de Promotion et de Développement de la Franchise  
partenaire  
institutionnel

**1ère EDITION**

**AFRICA FRANCHISE**

**FORUM ABIDJAN 2026**

**THÈME:**

**"STRUCTURATION EFFICIENTE, HARMONISÉE,  
RÉSILIENTE ET PÉRENNE DE LA FRANCHISE EN  
AFRIQUE, COMME VÉRITABLE CATALYSEUR DES  
ÉCONOMIES AFRICAINES".**



**Abidjan-Côte d'Ivoire**



**22 - 23 - 24 Avril 2026**



**info@afranchiseforum.com**



**Africa Franchise Forum**