

Signaux Faibles & Tendances Lourdes

◇ Opportunités internationales

Les Nouveaux Marchés Africains

Concepts et définitions

Le continent africain connaît un rattrapage économique extrêmement rapide, caractérisé par une croissance du PIB soutenue ces dernières années. Le nombre de pays africains à revenu intermédiaire est ainsi passé de 6 à 23 entre 1995 et 2013.

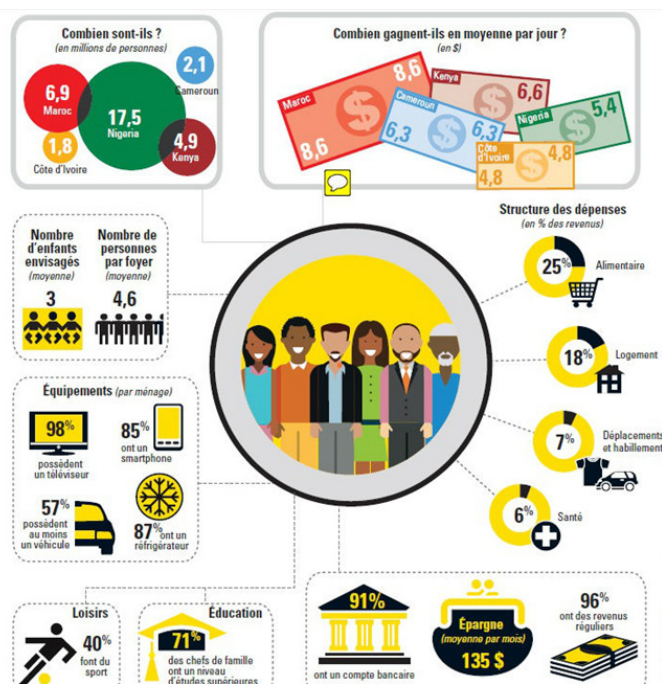
Ces résultats restent à nuancer: selon [un rapport du cabinet Deloitte](#), seulement 11 marchés concentrent 80% du PIB africain. Par ailleurs, certains pays comme la Côte d'Ivoire, la Tanzanie, le Sénégal, ou Maurice restent des zones à moindres revenus malgré une forte croissance économique.

4,4 Milliards

c'est le nombre d'habitants que comptera l'Afrique en 2100 [selon les Nations Unies](#), soit un quadruplement de sa population. Une progression qui appelle d'ores et déjà de nombreux investissements.

Cette croissance plus endogène a permis l'apparition d'une classe moyenne importante, estimée entre 143 et 370 millions d'Africains selon les études. La consommation a augmenté de 10% par an entre 2000 et 2012.

Selon le rapport [African Consumer Sentiment 2016](#) publié par le [Boston Consulting Group](#), ces consommateurs misent aujourd'hui davantage sur la qualité que sur la quantité. Ils sont par exemple devenus plus exigeants en terme de durabilité et de fiabilité des produits.



Infographie sur la classe moyenne africaine (Source: [Jeune Afrique](#))

Tendances Actuelles

Dans ce contexte, l'Afrique semble souffrir bien plus d'une insuffisance de l'offre que d'un manque de demande. Dès lors, industriels et distributeurs doivent se conformer aux attentes précises du consommateur et proposer une offre sur mesure au pays de destination. [Comme l'explique le directeur de BCG Casablanca Patrick Dupoux](#), la résistance de certains produits doit par exemple être adaptée aux difficultés quotidiennes (en premier lieu les coupures d'électricité pour les appareils électroniques). L'accroissement de la production énergétique représente un énorme enjeu de développement ([voir notre publication sur le sujet](#)),

Autre spécificité locale, [le taux de connexion au téléphone mobile, estimé à 87%](#), est plus fort que le raccordement au réseau électrique. Dans un contexte de faible bancarisation, l'achat par le biais des téléphones portables est ainsi une pratique étendue qui mérite d'être exploitée afin de se placer au plus près des modes de consommation.

Par ailleurs, l'Afrique importe chaque année plus de 70% du blé qu'elle consomme. Dans ce contexte, l'agrobusiness apparaît comme un autre secteur capital pour le développement du continent.

«L'Afrique est l'avenir de l'Europe»

[Jean-Louis Borloo](#), Président de la [Fondation Energies pour l'Afrique](#)

Pour les entreprises désireuses de s'établir en Afrique, l'investissement dans les infrastructures est un sujet de préoccupation central, puisqu'elle représente un coût économique important: [selon l'African Progress Panel](#), les pénuries d'électricité et les problèmes du secteur causeraient une perte de l'ordre de 2 à 4% du PIB africain chaque année

Afin de pallier le manque d'infrastructures, les besoins annuels du continent [sont estimés par la Banque Mondiale](#) à 93 milliards de dollars, répartis pour 2/3 en investissements de capacité et pour 1/3 pour les opérations et la maintenance. Aujourd'hui, seule la moitié de ces besoins annuels est pourvue.

Parmi les difficultés auxquels se heurtent les investisseurs privés, l'obstacle normatif lié à la qualité des politiques publiques peut rester dissuasif malgré les réalisations de l'OHADA ([Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires](#)) dans 17 pays. Les carences généralisées des appareils judiciaires rendent par exemple très difficile la récupération des crédits défaillants pour les banques qui deviennent plus réticentes à prêter.

L'éducation constitue un autre défi à relever. L'Afrique connaît une telle croissance qu'elle a créé un décalage entre la demande et l'offre en matière de compétences spécialisées. Le recrutement de nouveaux talents, notamment au sein de la diaspora, peut être une politique efficace. Des stratégies pourraient ainsi être mises en œuvre pour inciter ses membres à revenir sur le continent.

En France et en région Sud

[La France n'est plus le premier fournisseur de l'Afrique depuis 2008](#), dépassée par la Chine, et ses parts de marché ont réduit de moitié en 10 ans, passant de 7 à 4%. En cause l'intérêt croissant porté par toutes les économies émergentes ou avancées à ce marché prometteur – Chine, Turquie, Corée du Sud et Allemagne en tête. Les initiatives restent toutefois nombreuses dans des secteurs comme le commerce, les services à la personne, la santé, et le développement des villes.

Les start-ups et le monde de la «tech» en général sont les plus actifs dans la conquête des marchés africains. Ainsi, on peut citer [l'événement Digital Africa](#), qui a permis la rencontre de start-ups africaines et françaises, ou [la création de French Tech Hubs dans des villes africaines](#) (Abidjan et Le Cap).

[L'enquête export 2016 réalisé par CCI International](#) sur les entreprises de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur révèle que, si ces dernières sont bien implantées en Afrique du Nord, elles ont développé assez peu de partenariats avec le reste du continent. Ainsi, si elles sont 16% à déclarer exporter vers le Maghreb, elles ne sont que 8% à le faire pour l'Afrique francophone (hors Maghreb) et 5% pour l'Afrique non-francophone. La dynamique sur les années à venir ne semble pas diverger puisqu'elles sont respectivement 12%, 6% et 4% à mentionner ces trois espaces comme des zones de prospection prioritaires.



A l'issue des rencontres Africa 2016, Euler Hermes a sorti une publication visant à déconstruire les clichés sur l'économie africaine

L'avis de l'ARII



[Anne-Charlotte Debarbieux](#), Chargé de Mission International

«La région Provence Alpes Côte d'Azur constitue un hub naturel pour les entreprises souhaitant cibler l'ensemble du continent africain. Elle dispose d'une situation géostratégique idéale dans le Sud Europe pour placer les entreprises au cœur d'un marché en croissance exponentielle.

Plateforme nationale et internationale pour tous les réseaux de transports et de télécommunication, le territoire est un important carrefour de connexions favorables au développement de l'activité industrielle et commerciale qui intéresse particulièrement les entreprises étrangères qui souhaitent accéder à ce marché en forte croissance.»