



Coface

Atelier UEMOA

11/06/2014

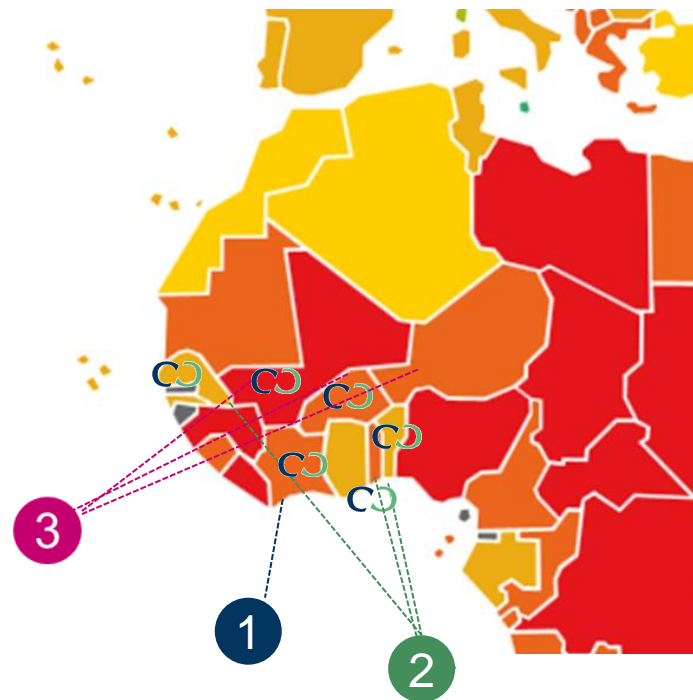
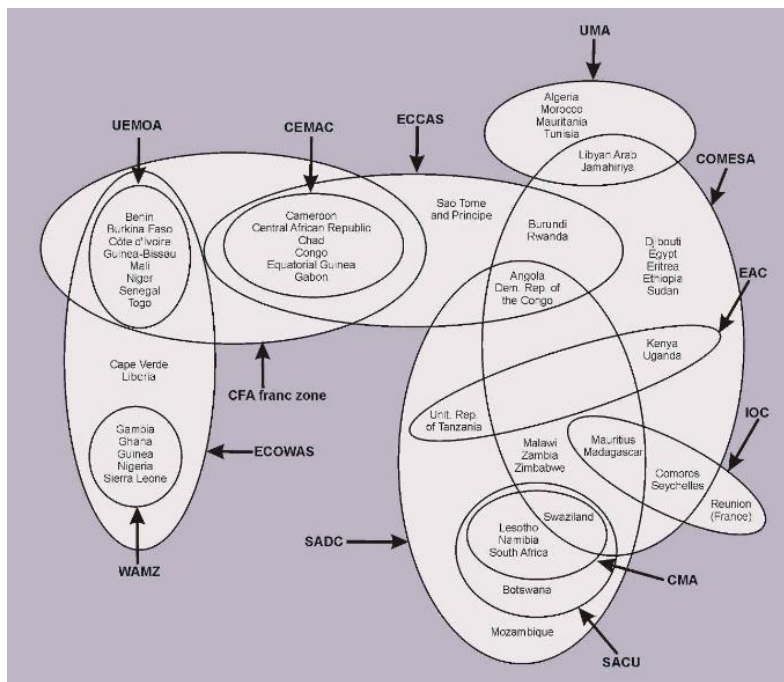
coface



Contenu

1. Coface dispositif Afrique
2. Les 10 repères pour comprendre Afrique de l'Ouest
3. Les 05 facteurs Clés de Succès
 1. **Prioriser** les Marchés
 2. **Adapter** l'offre
 3. **Développer** l'effet de marque
 4. **Contrôler** la distribution
 5. **Connaître** les partenaires

Afrique de l'Ouest : Focus UEMOA



	CI	Sénégal	Bénin	Togo	Burkina	Mali	Niger	Guinée Bissau
Evaluation pays	C	B	B	C	C	D	C	D
Environnement des affaires	C	B	C	D	C	C	D	D

1

L' incontournable

2

Accès naturels et dynamiques transfrontalières

3

marchés enclavés, consommateurs important





2

10 repères pour comprendre
l'Afrique de l'Ouest

10 repères sur l'Afrique de l'Ouest/ UEMOA

1. Superficie: Population 105 millions (France + Espagne) sur une superficie de 80% Europe

2. Fragmentation et diversité :
 • 41 ethnies majoritaires/8 pays

3. Environnement difficile et volatile

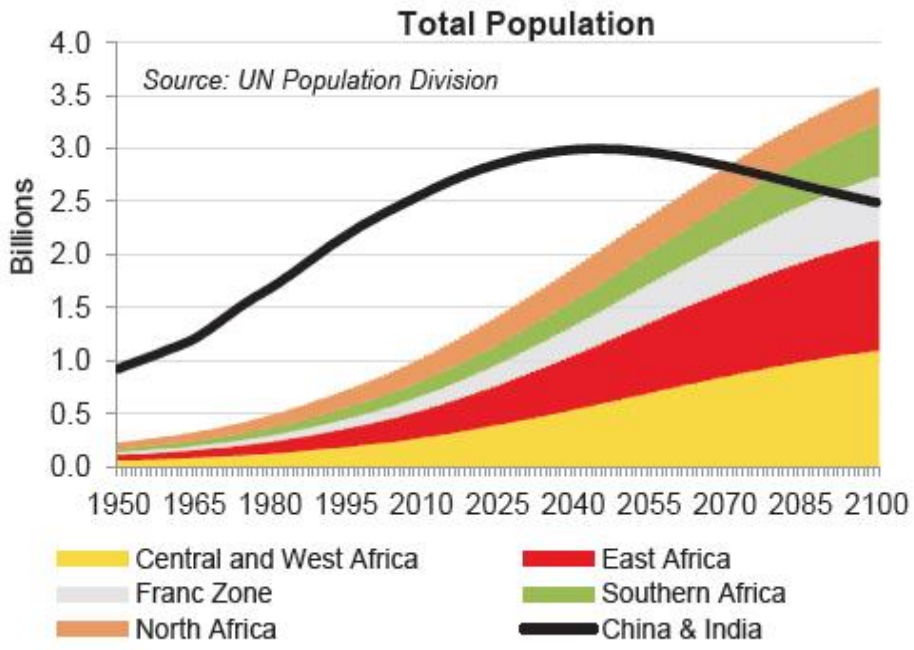
- Seulement 02 pays/ rating B
- Corruption, environnement des affaires et Instabilité socio-politiques

4. Défi de la distribution jusqu'au consommateur final

- Infrastructures locales limités (80% des routes non praticables toute l'année)

5. Population jeune et en perpétuelle croissance

- 44% de la population < 15 ans
- 15% en Europe



10. Information financières
 limitées voir inexactes tant sur les marchés que sur les consommateurs et partenaires B2B

9. Attentes des entreprises qu'elles contribuent au développement social
 • Lacunes de l'Etat en terme de formation, transport, soins, sécurité social, retraite

8. Défi de la disponibilité de talents localement
 • Taux d'alphabétisation 43%

7. Attrait de la Marque/ fidélité du consommateur
 • Fidélité beaucoup plus forte des consommateurs aux marques (jeunes)

6. Faible pouvoir d'achat, mais grande population
 • PIB/habitant ~€ 1400/an

2. Les 05 Facteurs Clés de Succès

1. **Prioriser** les marchés clés
 1. Côte d'Ivoire
 2. Bénin Togo Sénégal
 3. Burkina Mali Niger
2. **Identifier** les acteurs/ pratiques de paiements
3. **Adapter** votre offre : faible coût / qualité élevée
4. Développer **une image de marque forte** : "Made in Morocco"
5. Contrôler votre **distribution**

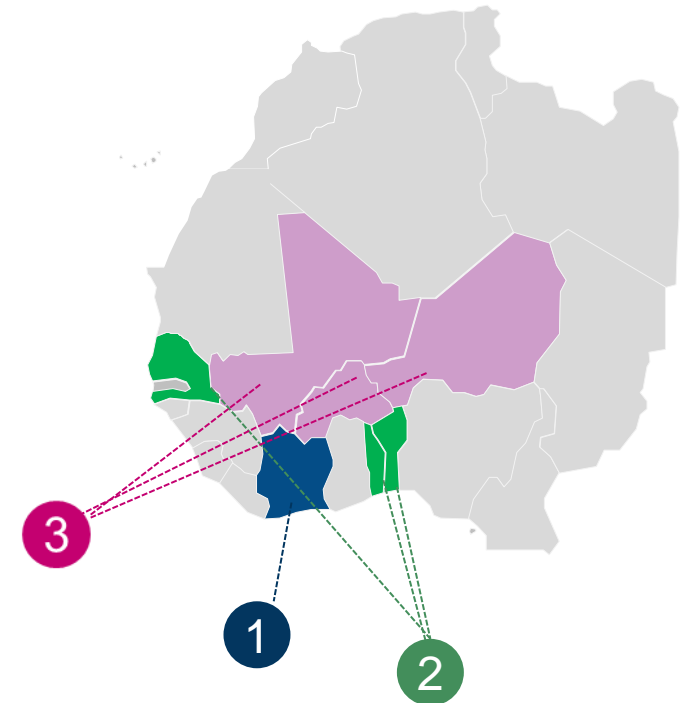
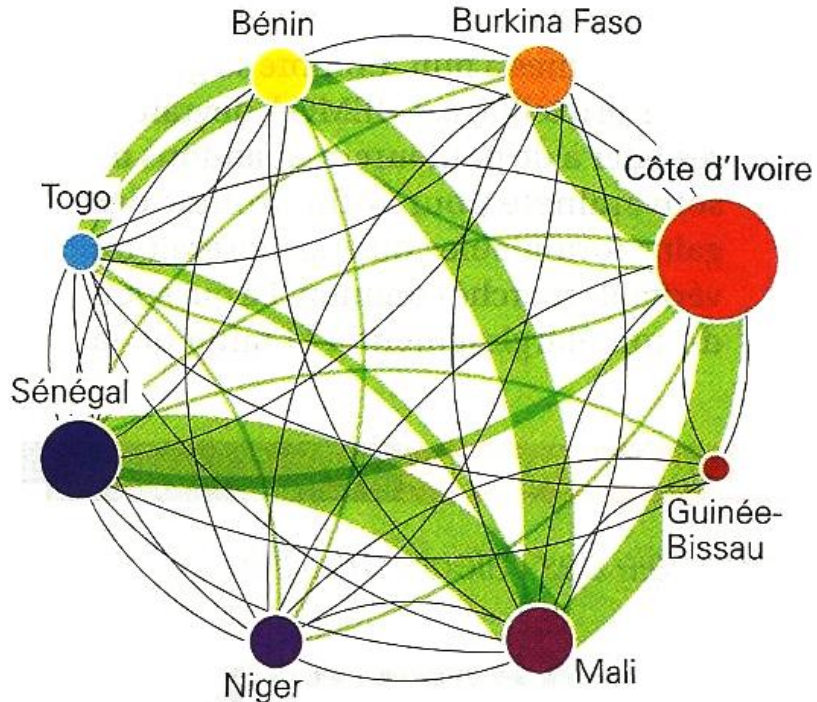


3

Faire des affaires, oui mais où?

1. La Côte d'Ivoire
2. La porte d'entrée (BETOSE)
3. L'interland (BUMANI)

Prioriser les 03 marchés cibles



	CI	Bénin	Togo	Sénégal	Burkina	Mali	Niger	Guinée Bissau
Population Millions	22	10	7	13	18	16	17	1,6
PIB/PPA	1 800 \$	1 700 \$	1 100 \$	2 100 \$	1 400 \$	1 100 \$	800 \$	1 200 \$

1

Fort potentiel
40% PIB de la zone
2014 : incontournable

2

Accès naturel
/marchés modestes (30 M)
mais dynamiques
transfrontalières

3

marchés importants
(51 M), enclavés,
consommateurs
captifs

marché de
niche très
volatile

L'incontournable | Côte d'Ivoire

POPULATION
23,368 MILLIONS
PIB
24,069 MILLIARDS \$US



Forces

- Richesses agricoles, dont le cacao, et diversification dans les hydrocarbures et les minerais
- Industrie de transformation et infrastructures portuaires et routières en cours de modernisation
- Obtention, en juin 2012, d'une annulation de dette supplémentaire dans le cadre des initiatives PPTE et IADM

Faiblesses

- Economie dépendante de l'évolution des cours du cacao et du pétrole
- Climat des affaires encore difficile et infrastructures publiques encore déficientes
- Contexte sécuritaire fragile en dépit de la normalisation de la situation politique



Focus secteurs

Secteurs porteurs +

- Transports
- Transformation de matières premières
- Industrie automobile
- Services : Call center, cabinets d'avocats d'affaires en prélude à la grande vague de privatisation d'établissements publics à venir
- Services Financiers (Banque et assurance)
- BTP (construction de logements standing et sociaux)

La porte d'entrée | Sénégal

POPULATION
13,462 MILLIONS
PIB
15,355 MILLIARDS \$US



Forces

- Croissance relativement soutenue, portée notamment par de grands projets d'investissement
- Soutien de la communauté financière internationale via des annulations de dette (2004 et 2006)
- Démocratie confortée

Faiblesses

- Activité et exportations soumises aux aléas climatiques, à l'irrégularité de l'approvisionnement énergétique et à l'évolution du cours des produits de base
- Insuffisance des infrastructures (énergie, transports)
- Comptes publics et extérieurs déséquilibrés
- Pauvreté et disparités régionales

Focus secteurs

Secteurs porteurs +

- Agriculture et agro business
- Tourisme
- NTIC et télé-services
- Santé

Secteurs à risques –

- Sidérurgie (subventions Indiennes concurrentes)
- Pièces détachés automobiles



2. Identifier les pratiques de paiements

	Cote d'Ivoire	Sénégal	Bénin	Burkina
Délai moyen de paiement constaté	90j	75j	75j	90j
Moyens de paiement	<ul style="list-style-type: none"> • Cash • Chèque • Virements • Effets 	<ul style="list-style-type: none"> • Cash • Chèque • Virement 	<ul style="list-style-type: none"> • Cash • Chèque • Virement 	<ul style="list-style-type: none"> • Cash • Chèque • Virement
Efficacité du recouvrement	A l'amiable	A l'amiable	A l'amiable	A l'amiable
Techniques de recouvrement	Relances téléphoniques et visites terrain	Huissiers et visites terrain	visites terrain	visites terrain
Efficacité des mesures de recouvrement judiciaire	« Acte uniforme OHADA portant organisation des procédures simplifiées et voies d'exécution" création récente de tribunaux régionaux du Commerce			
Incidence pénale en cas d'impayés	L' émission de chèque sans provision a été dépénalisé dans l'espace UEMOA en Mars 2011			
Paiements Exports	LC/ paiement d'avance	LC/ paiement d'avance	LC/ paiement d'avance	LC/ paiement d'avance

3. Adapter votre offre: faible coût / qualité élevée



Les personnes à revenus modeste ont **également** des préférences d'achat.

Ne pensez pas que le moins cher est toujours le meilleur: la **longévité** est souvent une valeur capitale.

4. Développer une image de marque forte : *Made in Morocco*

Comment dit-on...

Au...

C'est un ...



La loyauté aux marques est forte.

Particulièrement dans le secteur alimentaire, des biens d'équipements et de la banque.

5. Contrôler votre Distribution

Perception depuis le Maroc



Solution facile?

Contracter avec un **distributeur local** plutôt que de déployer sa propre distribution

- Il connaît le marché
- Gère la **logistique et les transports** jusqu'au client final
- Couvre l'**ensemble du territoire**
- Sait gérer les **canaux de distributions informels**
- Assumes le **risque de crédit**

Conséquences négatives possibles

- A photograph of a man wearing a brown hat and a light-colored jacket, smiling and holding a large stack of banknotes. The banknotes are of various denominations, including 100 and 200 Moroccan Dirhams.
-
-
-
- Emergence de **position de force** des distributeurs oligopolistiques

GE = "Contrôlez votre distribution le plus loin possible dans le marché "

PME = "Trouvez le bon distributeur "

Conclusion: Afrique de l'Ouest|UEMOA

1. Faut-il y aller ?

- **Marché important: 2x le Maroc avec une population qui consomme**

2. Comment y aller?

- **Avec des partenaires implantés**



GRUPE BNP PARIBAS

coface

Deloitte.

CMS Bureau Francis Lefebvre

3. Quand?

- **Maintenant !**

UEMOA | Yalah !

Un leadership incontesté en Afrique

Pays de présence

Coface Benin

Alex GNONHOUE

Tel/Fax : +229 21 31 65 89

email : alex.gnonhoue@coface.com

Coface Burkina Faso

Djeneba OUEDRAOGO

Tel : + 226 50 33 01 13

email : djeneba.ouedraogo@coface.com

Coface Cote d'Ivoire

Stéphane KADJO

Tél : + 225 22 41 67 03 / 22 41 49 68

email : stephane.kadjo@coface.com

Coface Ghana

Nassourou AMINOUE

Tel : +233 302 981 114

email : nassourou.aminou@coface.com

Coface Mali

Lassana KONTE

Tel/Fax : +223 20 29 26 45

email : lassana.konte@coface.fr

Coface Senegal

Gorgui FALL

Tel : + 221 33 82 36 992

email : gorgui.fall@coface.com

Coface Togo

Auguste Vignon ABOKI

Tel/Fax : + 228 22 20 89 58

email : vignon.aboki@coface.com

