

CONOSCERE L'AFRICA

Quali opportunità offre il
continente africano?

NUMERO
/01



Per molte aziende italiane la crescita passa dalla capacità di conquistare nuovi consumatori fuori dai confini nazionali. Ipsos racconta quali opportunità offre il continente africano.

“Conoscere l’Africa” è l’appuntamento mensile attraverso il quale Ipsos vuole raccontare le macro tendenze in atto nel continente africano in svariati settori. Condividendo esperienze e punti di vista dei nostri esperti in Italia e in Africa, vogliamo aiutare i nostri Clienti non solo a capire meglio i consumatori locali, ma anche a immaginarsi come sfruttare le enormi potenzialità di questi mercati. Conoscere l’Africa significa soprattutto entrare in profondità nelle dinamiche di ogni singolo Stato: per questo Ipsos, presente in Africa ormai da un decennio in oltre 11 paesi con oltre 1.000 collaboratori, è in grado di garantire una copertura pressoché completa del territorio africano fornendo una lettura eterogenea delle sue

innumerevoli e multiformi realtà. Ipsos in Italia, tramite un network di partner locali, da anni lavora costantemente con aziende interessate ai mercati africani: Algeria, Marocco, Egitto, Costa d’Avorio, Nigeria, Etiopia e Sud-Africa solo per menzionare alcune delle geografie in cui abbiamo lavorato di recente. Esperienze che ci hanno permesso di rafforzare quelle competenze essenziali per conoscere mercati, marchi, consumatori così diversi in ciascuna di queste nazioni.

L’Italia e le sue aziende hanno la possibilità di raccogliere le sfide di medio-lungo periodo che ogni giorno arrivano dal continente africano ed Ipsos vuole aiutare i suoi clienti a cogliere queste opportunità senza precedenti nella storia.

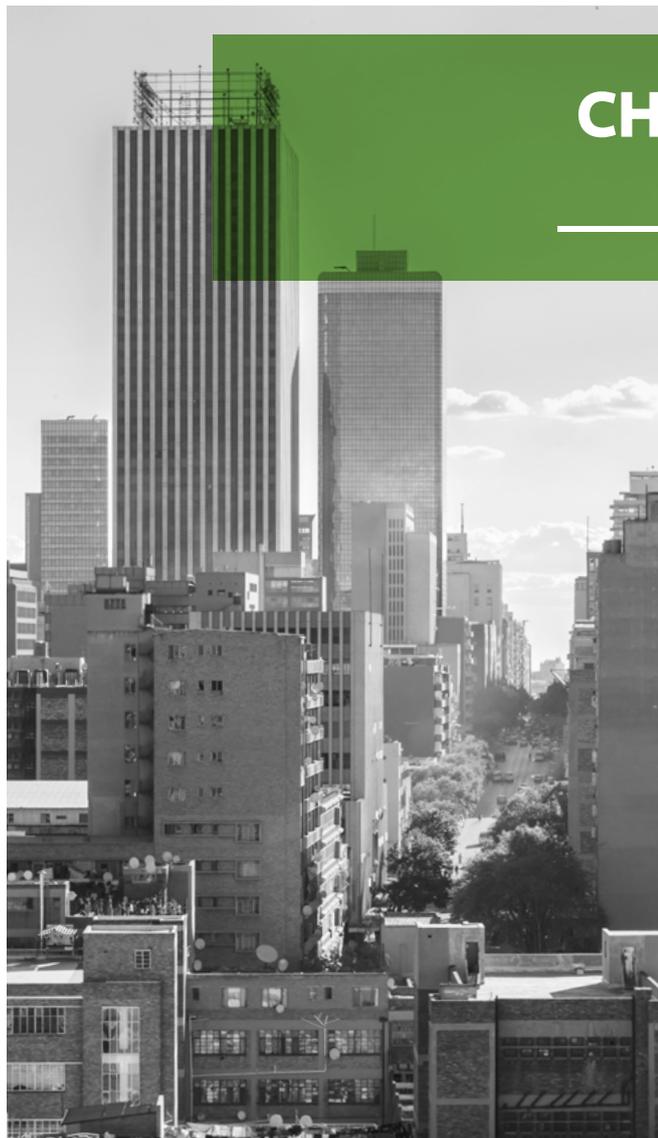
QUALI OPPORTUNITÀ OFFRONO I MERCATI AFRICANI?

Nel corso del nuovo millennio l’economia africana è cresciuta in modo sostenuto lasciandosi alle spalle un quarto di secolo di stagnazione e arretramento nel reddito pro-capite. Negli ultimi anni l’Africa vanta alcune delle storie economiche di maggior successo a livello globale; molte economie dell’area sub-sahariana hanno registrato tassi di crescita tra i più elevati, sostenuti da una generale stabilità politica che ha contestualmente favorito maggior pace e sicurezza, stimolando altresì riforme economiche e crescita dei consumi.

Con 1 miliardo e 250 milioni di abitanti (il 17% della popolazione mondiale) l’Africa è un gigante e lo sarà sempre di più nei prossimi decenni: nel 2050 la popolazione sarà esplosa a 2 miliardi e 500 milioni e, demograficamente, un quarto del pianeta sarà africano.

**Gli abitanti africani
rappresentano circa il
17% della
popolazione mondiale.**

**Nel 2050 il pianeta sarà
popolato da 1/4 di africani**



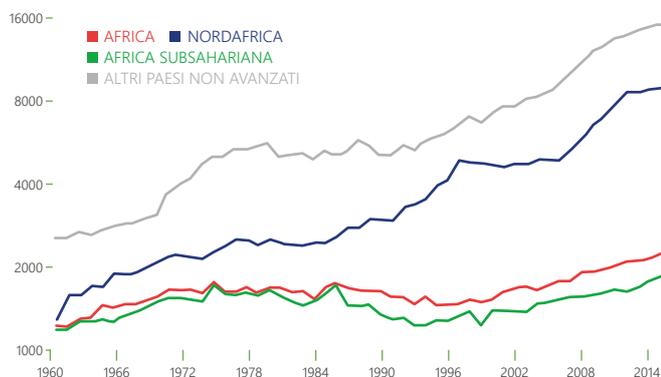
CHE COSA È CAMBIATO NEGLI ULTIMI ANNI?

L'aumento della popolazione nasce innanzitutto dalle più lunghe aspettative di vita favorite da estensivi programmi volti a migliorare l'igiene quotidiana, oltre che piani di vaccini finalizzati a debellare malattie fino a pochi anni fa mortali. Ma anche da livelli di fertilità ancora elevati: in 40 delle 54 nazioni africane ogni donna dà mediamente alla luce da 4 a 8 bambini. Una popolazione estremamente giovane, con oltre 200 milioni di individui compresi nella fascia di età tra i 15-24 anni (sono circa 6 milioni i pari età in Italia), che si stima crescerà a 350 milioni entro il 2030. Giovani che sono tenaci, resilienti e ottimisti nonostante le limitate opportunità a loro disposizione. Diventa quindi decisiva la gestione dei rapporti futuri con questo continente in espansione anche per il nostro paese.

L'Italia ha ragioni geopolitiche, ambientali, migratorie e demografiche per rafforzare le relazioni con l'Africa. Emerge anche un alto interesse delle aziende per lo sviluppo del continente dall'altra parte del Mediterraneo, originato dalle prospettive di crescita dei paesi africani e dalle opportunità di business legate all'affermarsi di mercati e di una classe media capace di acquistare beni di qualità italiana (48 milioni di nuovi ricchi nel 2015). Secondo il Centro Studi Confindustria, oggi l'Italia è il settimo partner commerciale dell'Africa con 31,5 miliardi di dollari scambiati. Inoltre, è il 3° investitore nel continente dopo Cina ed Emirati Arabi, con 11,6 miliardi di dollari allocati nel biennio 2015-2016.

STANDARD DI VITA SALITI AI MASSIMI STORICI

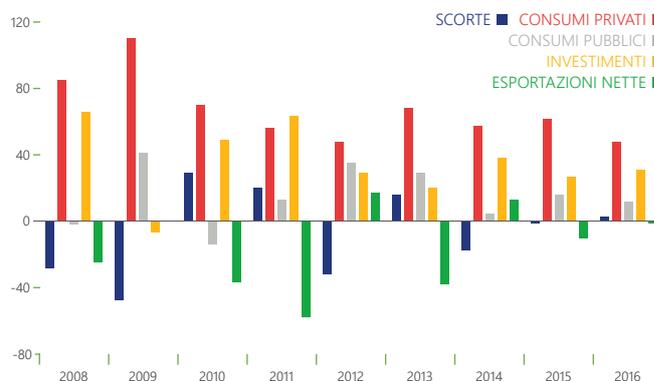
(PIL pro/capite¹, dollari PPA, scala logaritmica)²



Per questo motivo diventa fondamentale conoscere e comprendere in profondità questo continente in espansione, nonché i bisogni, le aspettative e le opinioni dell'emergente middle class africana. Le opportunità per le aziende si materializzano velocemente, guidate principalmente dalla crescita di un ceto medio che conta ormai più di 350 milioni di individui alla ricerca di prodotti tecnologici, beni per l'igiene

IL TRAINO DEI CONSUMI

(Africa, contributi alla crescita, %)³



e cura della persona, lusso e svago. Come gestire la domanda di modernità con il bisogno di capire e rispettare le tradizioni locali? Come offrire prodotti e servizi innovativi che rispondano direttamente alle esigenze di una classe media che ambisce a migliorare le proprie condizioni di vita grazie ad una crescente educazione e allo spirito imprenditoriale che contraddistingue molti popoli?

1. PIL pro-capite del paese mediano della distribuzione // 2. FONTE: elaborazioni CSC su dati Penn World Table // 3. FONTE: elaborazioni CSC su dati Banca Mondiale e OCSE



Ipsos è il gruppo indipendente che da oltre 40 anni dà voce e forma al pensiero di milioni di persone nel mondo.

Siamo presenti in 89 Paesi con oltre 16mila dipendenti e un insieme unico di esperienze specifiche attraverso divisioni e team dedicati. Con passione e curiosità aiutiamo i nostri clienti a prendere le decisioni giuste per crescere, mettendo al centro gli individui, i loro bisogni e aspettative nei confronti di marchi, aziende e società.

In un mondo sempre più connesso, in continuo cambiamento, integriamo l'osservazione, la tecnologia e le scienze sociali e cognitive per comprendere le persone nella loro mutevole realtà. Investiamo costantemente in tecniche innovative che ci consentono di interagire più efficacemente con il quotidiano delle persone, accompagnando i nostri clienti verso una comprensione profonda dei fenomeni, in tempi rapidi e con un accesso immediato alle informazioni.

Mariacarla Sanna

mariacarla.sanna@ipsos.com
+39 02 3610 52 72

Alice Tagliabue

alice.tagliabue@ipsos.com
+39 02 3610 52 46



www.ipsos.it
Twitter: [@IpsosItalia](https://twitter.com/IpsosItalia)
LinkedIn: [linkedin.com/company/ipsositalia/](https://www.linkedin.com/company/ipsositalia/)