

# CÔTE D'IVOIRE 2019 ON EST ENSEMBLE ?

Les 10 choses à savoir



## 1. LA CÔTE D'IVOIRE EST LE CENTRE NÉVRALGIQUE DE L'AFRIQUE FRANCOPHONE ET ABIDJAN EN EST LE COEUR

Face à sa nouvelle concurrente Dakar, Abidjan demeure le centre de la mode, de la musique et du numérique pour les Africains francophones. Abidjan héberge le siège de la filiale africaine de Canal+, A+. Propriété de l'homme d'affaires camerounais Paul Fokam, Vox Africa vient d'y ouvrir son bureau, tout comme le groupe de médias Lagardère Active. Sony Music et Universal ont des studios d'enregistrement à Abidjan pour y produire des artistes locaux. Une future Babiwood sur la Lagune Ebrié ?

## 2. LA CÔTE D'IVOIRE EST ATTRACTIVE

Malgré les crises récentes, les Ivoiriens ont su rebondir en moins de sept ans. Classée au 5e rang sur les 54 pays africains, la Côte d'Ivoire possède, selon Quantum global, la croissance la plus rapide d'Afrique avec 8% en 2017.

La Côte d'Ivoire a enregistré pour la période 2012-2016 une croissance moyenne des investissements de 44%. Les investissements concernent notamment la Construction (25%) du fait de gros projets d'infrastructures. Viennent ensuite la technologie (17%), l'agro-alimentaire (15%) et les transports (13%).

## 3. LA CÔTE D'IVOIRE VEUT DIVERSIFIER SON ÉCONOMIE

La récente crise du cacao (40 % du PIB) a mis en lumière la fragilité de l'économie trop exposée aux fluctuations des marchés.

Le gouvernement cherche à attirer des investissements directs étrangers dans les secteurs manufacturier et agro-alimentaire, davantage créateurs d'emploi et de pouvoir d'achat.

Après Heineken, ce sont des groupes comme Pharma 5, Fromagerie Bel, Iveco, Cimaf qui s'établissent en Côte d'Ivoire.

## 4. LA CÔTE D'IVOIRE VEUT DU POUVOIR D'ACHAT

La croissance rapide du PIB depuis 2012 (8% à 9% par an) n'a eu qu'un impact limité sur le taux de pauvreté, passé de 48,9% à 45%.

L'inflation et la stagnation des salaires, les expulsions de quartiers entiers sous prétexte d'assainissement, les pénuries d'eau et d'électricité, le chômage massif des jeunes diplômés, la criminalité, contribuent à une forte frustration de la population qui se demande à qui profite vraiment la croissance économique.

## 5. LA CÔTE D'IVOIRE EST UNE SOCIÉTÉ TRÈS STRATIFIÉE

Les grandes familles contrôlent le pays depuis 60 ans, en dépit des changements de régime. La classe moyenne, représentant environ 15% de la population, cherche moins à faire corps avec le « petit peuple » qu'à percer le plafond de verre via des réseaux d'entraide.

La classe populaire intermédiaire a franchi le seuil de survie sans pour autant sortir de la précarité. Petits fonctionnaires, artisans et petits commerçants du secteur informel luttent pour s'en sortir et tendent à s'aligner sur les comportements et les valeurs de la classe moyenne.

Avec moins de 150 euros par mois, 40% de la population vit en-dessous du seuil de pauvreté.

## 6. LES IVOIRIENNES PRENNENT LEUR DESTIN EN MAIN

La Côte d'Ivoire est marquée par de fortes inégalités hommes/femmes : le revenu moyen des femmes est inférieur de 59% à celui des hommes.

Une étude de l'Unesco de 2016 montrait que 71% des analphabètes en Côte d'Ivoire sont des femmes. Le droit coutumier de certaines régions limite aux seuls hommes le droit de propriété foncière. Sur les 60 000 étudiants de l'Université Houphouët Boigny d'Abidjan, 10% seraient des femmes.

Pourtant, 49% des Ivoiriennes ont un emploi déclaré, un chiffre qui peut même être porté à 72% en incluant le secteur informel et 24% des femmes sont chefs de famille.

## 7. LA JEUNESSE S'IMPATIENTE

Dans ce pays où 78% de la population a moins de 35 ans, la jeunesse est tiraillée entre tradition et modernité.

Les 15/34 ans représentent 36,2% des Ivoiriens. Adeptes d'Internet et des réseaux sociaux, Ils inventent une nouvelle culture faite d'instantanéité et de consommation. « Génération pressée pressée », elle veut brûler les étapes pour se faire rapidement une place au soleil. Entrepreneurat, liberté, hédonisme, ostentation et recherche de l'autonomie financière sont ses maîtres mots.

## 8. LA CÔTE D'IVOIRE EST UNE TERRE D'IMMIGRATION

D'après le recensement de 2014, la population née à l'étranger représente 24% du total. Des centaines de milliers de migrants en situation irrégulière vivent en outre dans le pays. En effet, il faut souligner que 86% des migrations venant d'Afrique subsaharienne se produisent entre deux pays de la région.

Cette immigration est une force pour l'économie ivoirienne, dont les besoins de main-d'œuvre sont considérables, mais aussi un réel casse-tête du fait de la fragilité des équilibres ethnoreligieux et identitaires.

## 9. LA CÔTE D'IVOIRE SE NUMERISE

En moins de six ans, la téléphonie mobile est passée de 16 à 24,5 millions d'utilisateurs et Internet de 200 000 à plus de 10 millions. Trois millions d'Ivoiriens ont un compte Facebook. Plus de huit millions d'Ivoiriens utilisent le paiement sur mobile.

Ce boom numérique stimule tout un écosystème, des opérateurs télécom au e-commerce.

Le numérique compense ainsi le retard de développement des infrastructures. Lancée en 2015, l'Université Virtuelle de Côte d'Ivoire ambitionne de répondre à la croissance importante du nombre d'étudiants, notamment via des MOOCs. Elle compte déjà près de 7000 étudiants.

Avec l'Internet mobile, les agriculteurs se voient désormais proposer de plus en plus de services en ligne pour suivre le prix des semences et des récoltes en temps réel, connaître la météo, géolocaliser des plantes malades et se former aux techniques agricoles.

## 10. LA CÔTE D'IVOIRE AIME FAIRE LA FÊTE

La diversité ethnique et religieuse se traduit par un calendrier festif particulièrement riche : Popo Carnaval de Bonoua ou carnaval des masques, Fête des Igname, Abissa, Fête des Générations, Fête de l'Indépendance, fêtes religieuses comme Paquinou, Noël, Aïd el Kébir. Ces événements stimulent l'économie.

De nouveaux événements sont venus s'y ajouter : Saint Valentin, Femua (fête de la musique), Festival des Arts et de la Culture... Autant d'opportunités pour les marques de communiquer en montrant qu'elles partagent les émotions de tous les consommateurs ivoiriens.

# IPSOS FLAIR COLLECTION CÔTE D'IVOIRE 2019

---

## ON EST ENSEMBLE ? LES 10 CHOSES À SAVOIR

Lancé en 2005, Ipsos Flair a été créé pour proposer à nos clients de l'information rassemblée par nos experts locaux sur:

- les valeurs et l'état d'esprit du pays
- l'influence de l'histoire, de la religion et de la culture locales
- les visions de l'avenir, les ambitions et les désirs de la population, ses idéaux
- le comportement des consommateurs locaux et leurs relations aux marques

**L'intégralité de ce rapport Ipsos Flair se trouve sur le site [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)**