

AFRICALEADS 2020

Baromètre CIAN des leaders d'opinion en Afrique, réalisé par IMMAR



Deuxième édition 2019 / 2020

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Par **Etienne Giros**, président délégué du CIAN
et **Brahim Sail**, CEO d'IMMAR R&C

Voici la deuxième édition d'Africaleads®, le « Baromètre CIAN des leaders d'opinion en Afrique » réalisé par l'Institut IMMAR. La première édition avait livré des clés de compréhension de l'Afrique qui ont marqué les observateurs. Celle de cette année comprend plusieurs nouveautés marquantes. Le périmètre de l'échantillon a été élargi et sa représentativité améliorée : il couvre désormais douze pays, qui rassemblent 56% de la population du continent. Le Nigeria, l'Égypte, l'Éthiopie et le Kenya sont venus s'ajouter aux huit pays francophones déjà représentés dans l'édition 2019. Plus de 2400 leaders d'opinion, notion qui englobe à la fois les décideurs politiques et économiques, les hauts-fonctionnaires, les leaders associatifs de la société civile, les chefs religieux, les artistes et les influenceurs, ont été interviewés. C'est pratiquement deux fois plus que l'an passé. Ce panel intègre environ 30% de femmes.

Les grandes tendances mises en évidence dans la première vague de l'étude, se confirment et s'affinent. Elles sont de trois ordres. La première concerne le regard porté sur les performances de l'Afrique, le degré de confiance dans l'avenir, et les attentes. Les leaders d'opinion africains démontrent un réel optimisme quant aux perspectives du continent dans un futur à 5 ans. Ils sont 64% à se dire confiants, une progression de 8 points en un an. Les infrastructures numériques, les arts et la culture et les transports sont pour eux les domaines ayant enregistré le plus de progrès. A l'inverse, pour 68% des répondants, la sécurité s'impose comme le sujet prioritaire à traiter (+28 points), devant l'éducation (48%, stable). La mise en œuvre de la ZLEC, la Zone de libre-échange continentale, et la création prochaine de l'ECO, la monnaie commune de la CEDEAO, sont plébiscitées par les leaders d'opinion, qui y voient des signes tangibles de l'approfondissement de l'intégration économique.

D'avantage insérée dans la mondialisation, l'Afrique s'est ouverte à de nouvelles influences. L'image des pays étrangers auprès des leaders d'opinion africains constitue un précieux indicateur de leur rayonnement, et de leur attractivité. Le baromètre de l'an dernier avait montré une percée de l'Allemagne et de la Chine. Cette année signe le retour des États-Unis, qui remontent de la troisième à la première position, et l'irruption d'un nouvel acteur, le Canada, qui se hisse directement à la troisième place, rétrogradant la Chine au pied du podium. Enfin, le Japon, la Russie et la Turquie comptent toujours parmi les acteurs qui pèsent.

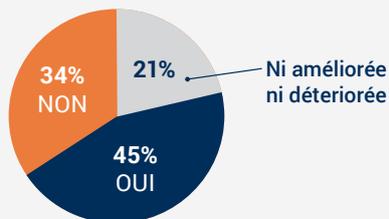
Le diagnostic formulé l'an passé au sujet du déficit d'image de la France se confirme, le pays perdant encore une place dans le classement (6ème), supplanté désormais par la Grande-Bretagne. Ce résultat, sans être complètement inattendu, doit interpeller. Il tient en partie à l'existence de biais historiques et mémoriels. Mais il témoigne certainement d'une attractivité moindre face au dynamisme décomplexé des grands émergents et des puissances économiques établies. Il souligne surtout la nécessité et même l'urgence de renouveler et de réinventer le récit de la relation Afrique France. Car le partenariat entre la France et l'Afrique demeure adossé à des fondamentaux solides.

Comme l'an dernier, les marques françaises comptent en effet parmi les plus appréciées des leaders d'opinion africains dans leurs secteurs d'activité respectifs, qu'il s'agisse des télécommunications (Orange, leader), du transport aérien (Air France, 2ème) ou de l'automobile (Renault, septième marque la plus appréciée). En tirant parti de ses atouts, en prenant appui sur ses diasporas africaines, et à condition de montrer plus d'allant, la France dispose de multiples moyens d'inverser la tendance.

Vision de l'Afrique : Toujours confiants dans l'avenir, mais préoccupés par la sécurité

45% des leaders d'opinion pensent que la situation en Afrique s'est améliorée, 64 % optimistes pour l'avenir du continent

La situation de l'Afrique s'est-elle améliorée au cours de ces 5 dernières années ?

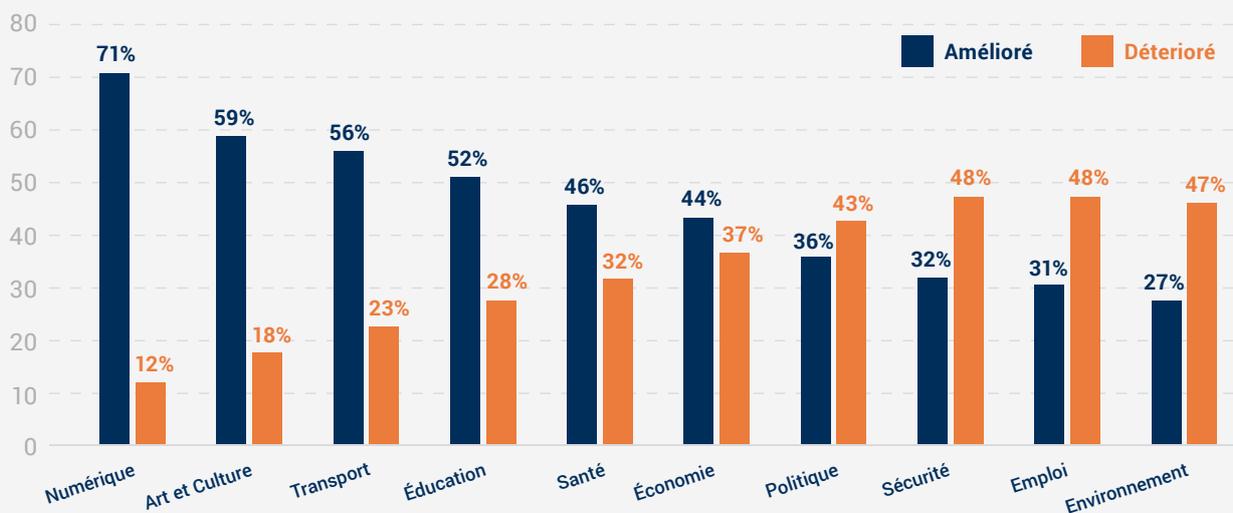


Êtes-vous confiant ou inquiet pour l'avenir de l'Afrique dans les 5 prochaines années ?



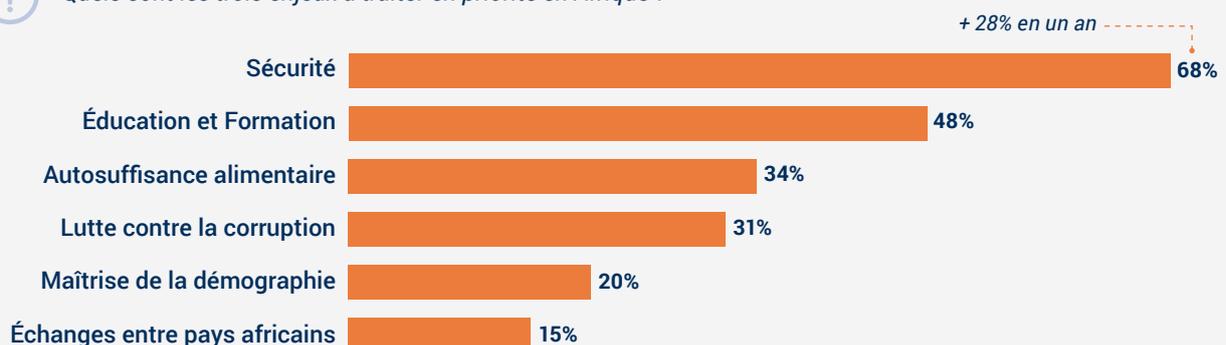
Numérique, arts et culture et transports, les domaines qui ont le plus progressé

Quels sont les secteurs ou domaines ayant le plus progressé en Afrique ces 5 dernières années ?



La sécurité devient le premier enjeu pour l'Afrique, devant l'éducation et la formation

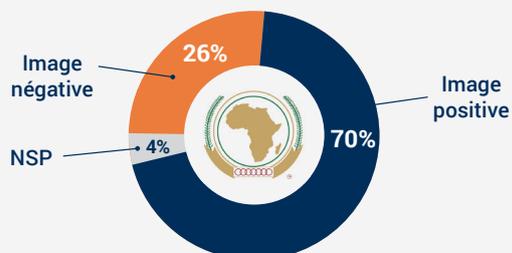
Quels sont les trois enjeux à traiter en priorité en Afrique ?



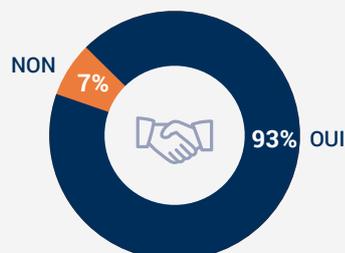
Vision de l'Afrique : l'intégration continentale plébiscitée

Les institutions et projets panafricains : un soutien massif

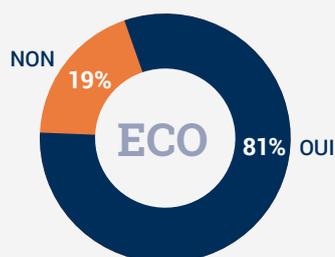
Quelle image avez-vous de l'Union africaine ?



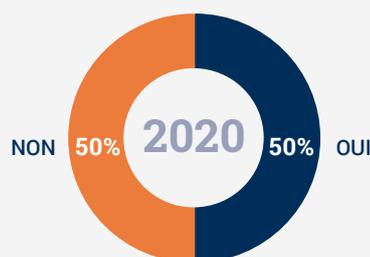
Soutenez-vous la mise en place de la Zone de Libre-échange Continentale africaine ?



Les pays de la CEDEAO veulent lancer en 2020 une monnaie commune, l'ECO. Trouvez-vous ce projet intéressant ?



L'arrivée de l'ECO dès 2020 vous paraît-elle réalisable ?



Leadership : le Rwandais Paul Kagame, personnalité politique africaine de l'année

Selon vous, quelle personnalité africaine a le plus marqué l'année 2019 ?



Politique : Paul Kagame



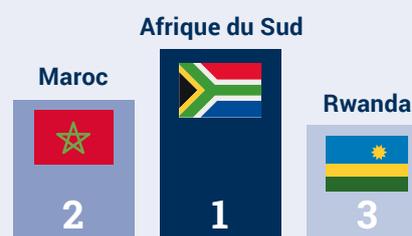
Économie : Aliko Dangote



Société : Eliud Kipchoge

Afrique du Sud, Maroc et Rwanda sont les pays ayant la meilleure image

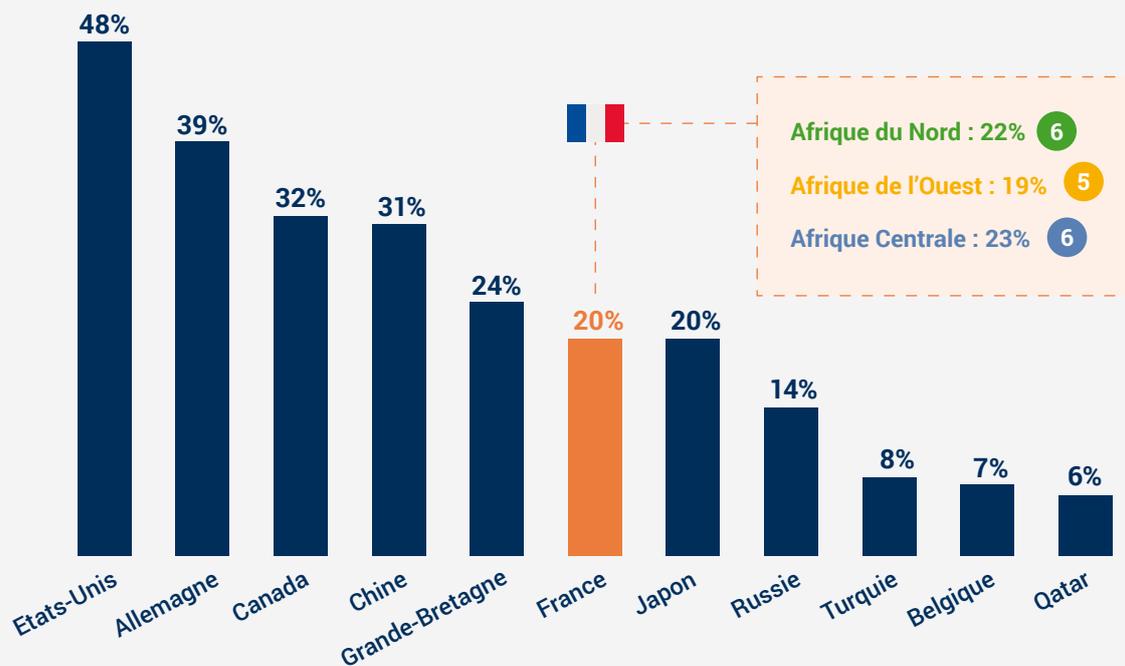
L'Afrique du Sud, avec 37% des réponses, le Maroc, avec 29% des réponses, et le Rwanda, avec 25% des réponses, sont les trois pays bénéficiant de la meilleure image aux yeux des leaders d'opinion africains. Ce podium des champions africains demeure inchangé par rapport à l'édition 2019, même si l'écart entre le premier et le deuxième se réduit, passant de 13 à 8 points. En Afrique francophone, le Maroc, toujours très actif sur le front de la diplomatie économique, dépasse même l'Afrique du Sud (38% d'image positive, contre 37%).



Le monde vu par l'Afrique : les États-Unis, l'Allemagne et le Canada distancent la France

Perception des pays étrangers

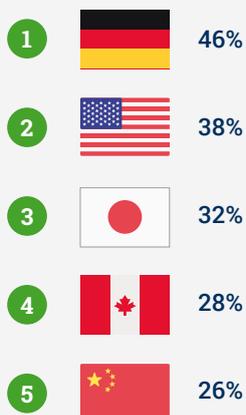
Quels sont les trois pays non-africains dont vous avez la meilleure image ? *



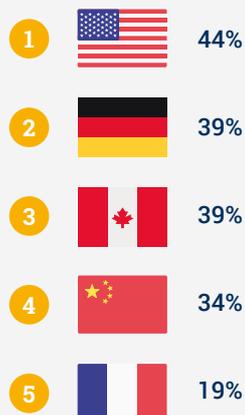
* 3 réponses possibles

Top 5 par région des pays non-africains ayant la meilleure image

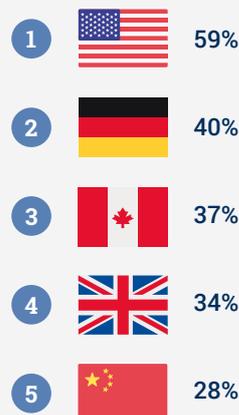
AFRIQUE DU NORD



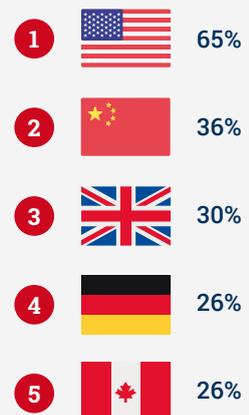
AFRIQUE DE L'OUEST



AFRIQUE CENTRALE



AFRIQUE DE L'EST

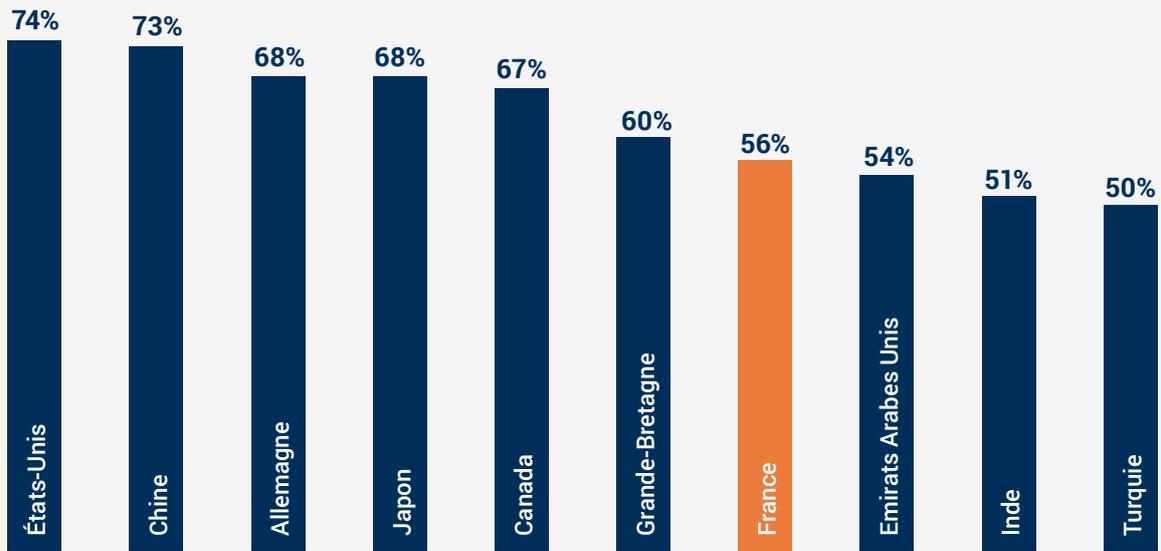


L'impact des pays étrangers en Afrique : quels sont les partenaires les plus bénéfiques pour le Continent ?

Les États-Unis et la Chine, au coude-à-coude, suivis de près par l'Allemagne, le Japon et le Canada

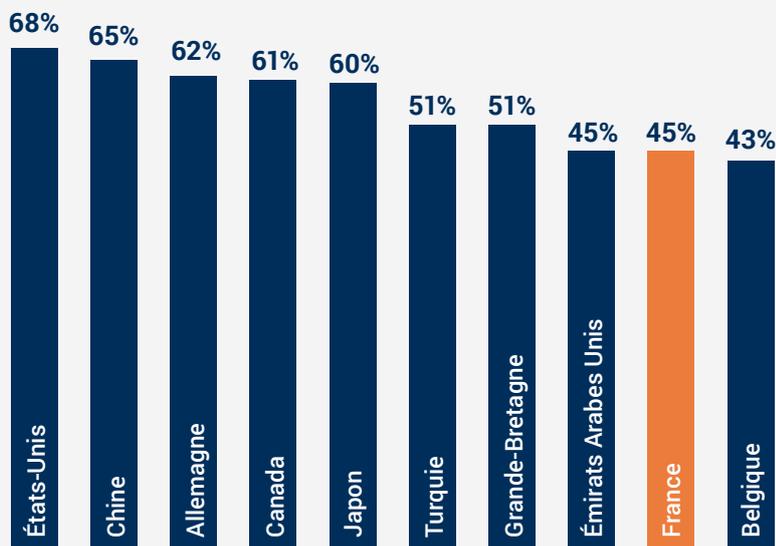


Pour chacun de ces pays, pouvez-vous indiquer si vous les considérez comme des partenaires bénéfiques ?



Focus : les partenaires privilégiés pour l'Afrique francophone

Partenaire étranger le plus bénéfique pour le continent selon les leaders d'opinion d'Afrique francophone



Les médias internationaux, essentiels pour s'informer

50 %

des leaders d'opinion regardent en priorité la télévision pour s'informer. Sur ce total, 26% regardent d'abord France 24 et 19% la BBC.



27 %

des leaders d'opinion écoutent en priorité la radio pour s'informer. Sur ce total, 78% écoutent d'abord RFI.



Entreprises étrangères ou africaines les plus appréciées des leaders d'opinion

Classement global des entreprises et les marques les plus appréciées des leaders d'opinion africains

Quelles sont les entreprises ou les marques présentes en Afrique dont vous avez la meilleure image ?



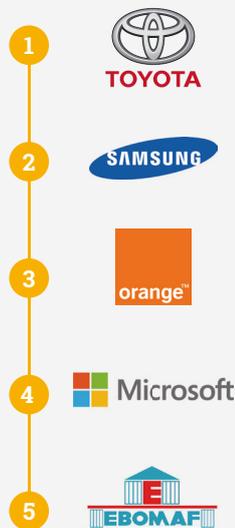
Citations spontanées, trois réponses maximum.

Top 5 des entreprises, par région

AFRIQUE DU NORD



AFRIQUE DE L'OUEST



AFRIQUE CENTRALE



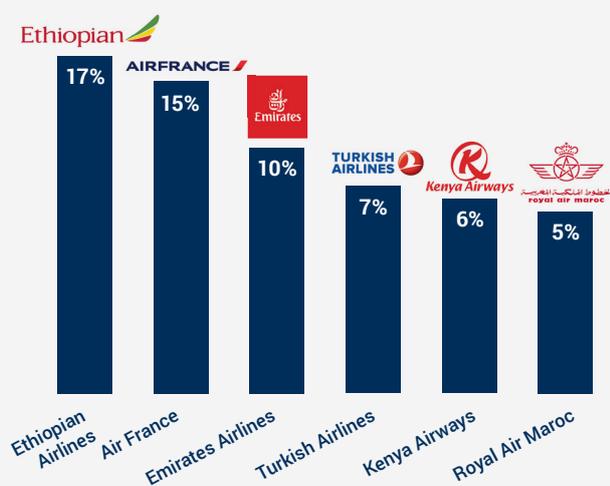
AFRIQUE DE L'EST



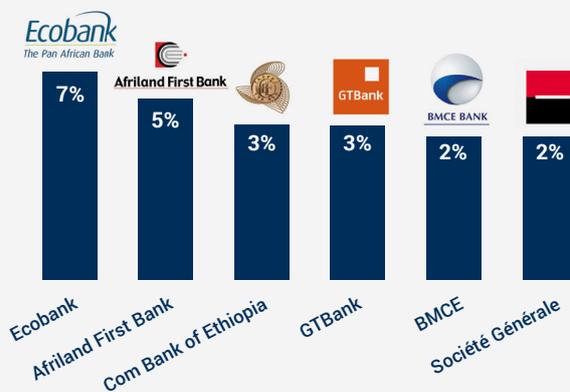
Par secteurs d'activité : les marques françaises présentes en Afrique restent bien positionnées

❓ Pour les différents secteurs d'activités (téléphonie mobile, constructeurs automobiles, banques, compagnies aériennes), quelles sont les entreprises présentes en Afrique dont vous avez la meilleure image ?

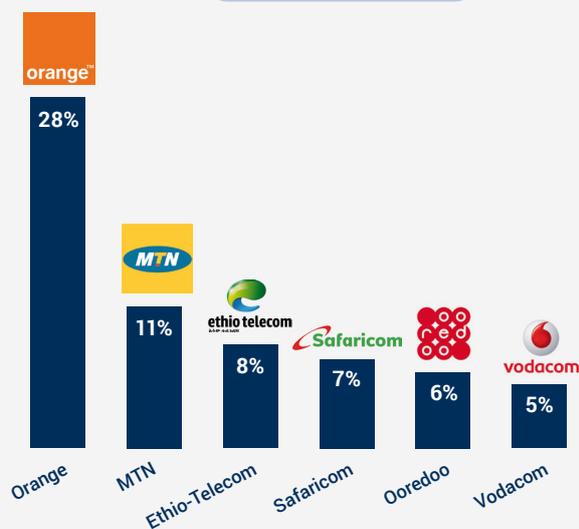
Compagnies aériennes



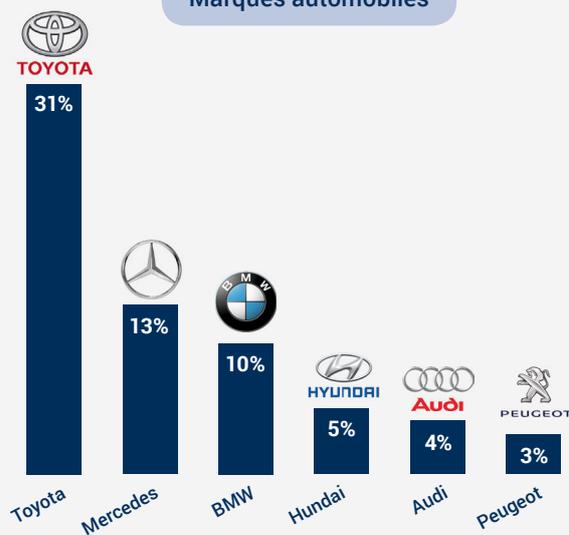
Banques



Opérateurs télécoms



Marques automobiles



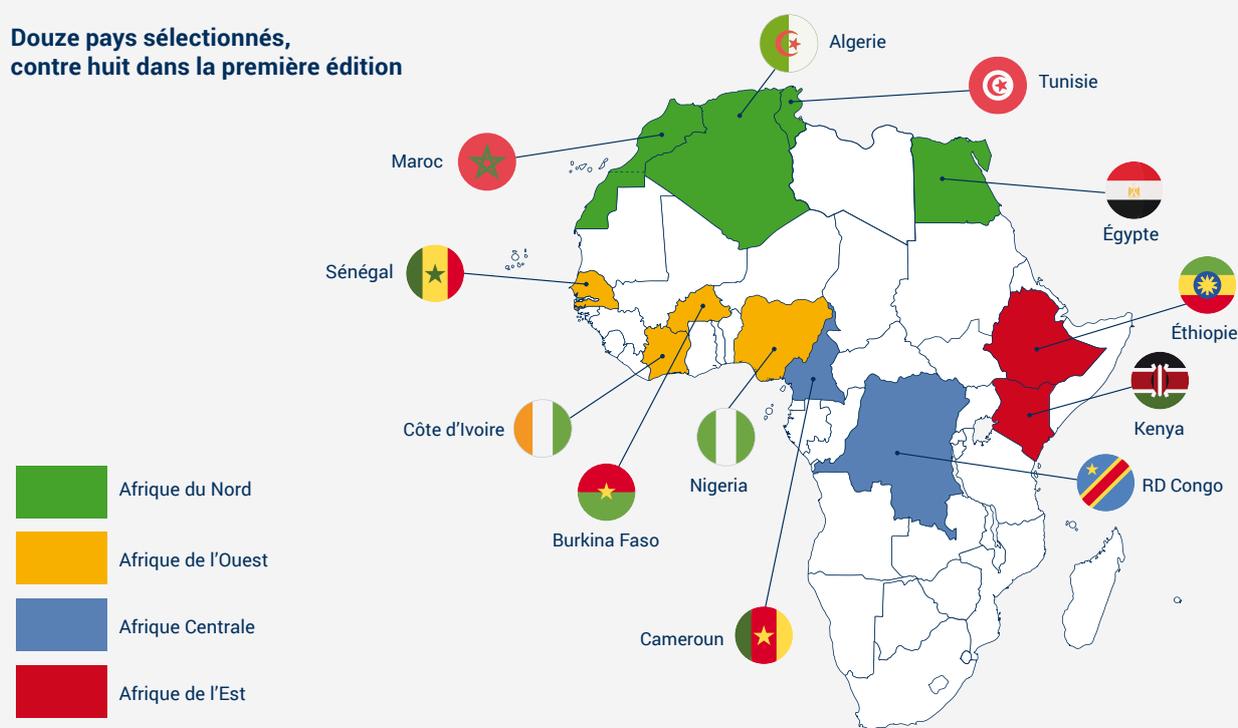
Citations spontanées

Fiche technique du baromètre Africaleads ® 2020

Méthodologie

- ▶ Étude réalisée auprès d'un échantillon de 2423 leaders d'opinion de douze pays d'Afrique, constitué selon la méthode des quotas (pays, profil, genre) **entre novembre 2019 et début janvier 2020**.
- ▶ Pour cette deuxième édition du baromètre, la représentativité de l'échantillon a été améliorée avec **l'inclusion du Nigeria, de l'Égypte, de l'Éthiopie et du Kenya**. Les interviews (200 par pays) ont été réalisées en face-à-face. Un redressement statistique des résultats a été établi pour harmoniser la contribution de l'échantillon de chaque pays dans l'échantillon total.
- ▶ La notion de leaders d'opinion englobe les décideurs des secteurs public et privé (hauts fonctionnaires, chefs d'entreprise), les professions libérales, les professionnels des médias (journalistes et influenceurs / blogueurs), les universitaires, les autres personnalités publiques, et les membres éminents de la société civile y compris les chefs religieux. Environ 30% de femmes ont été interrogées dans chaque pays.

Douze pays sélectionnés, contre huit dans la première édition



IMMAR Research & Consultancy

Fondé en 1998, à Paris, IMMAR propose des études médias et marketing et des sondages d'opinion en Afrique subsaharienne et en Afrique du Nord. L'institut, reconnu pour son expertise africaine, possède quatre bases opérationnelles à Alger, à Casablanca, à Abidjan et à Kinshasa. Il dispose d'un réseau d'enquêteurs expérimentés, familiers des réalités du continent.

▶ **IMMAR est à la disposition de toute personne ou entité désirant plus d'informations sur ce baromètre.**

Le CIAN

Depuis 40 ans, le CIAN rassemble et accompagne dans leur déploiement l'essentiel des sociétés françaises investies sur le continent africain. Ses membres réalisent 80 % du volume d'affaires français avec l'Afrique, estimé à 60 milliards d'€. Cette association indépendante est également une force d'influence auprès des pouvoirs publics, en France et à l'international.

Contacts

IMMAR, Mohamed El Kalchi, Directeur des études – 00 33 1 45 75 13 55 – melkalchi@immar-intl.com

CIAN, Sandrine Sorieul, Directrice générale – 00 33 1 45 62 55 76 – sandrine.sorieul@cian.asso.fr

35°Nord, Agence de communication et de relations presse, Samy Ghorbal, Consultant – 00 33 6 16 47 45 18 – sg@35nord.com