

AFRICALEADS 2021

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



Troisième édition 2020 / 2021

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

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

L'Afrique, qui avait vu son PIB tripler en vingt ans, s'était positionnée sur le chemin de l'émergence. Le continent vivait une révolution silencieuse tirée par le digital et s'ouvrait aux influences étrangères. Il avait fait le choix de l'intégration et s'appêtait à célébrer l'entrée en vigueur de la ZLECAf. Cette trajectoire a été percutée par la crise du Covid-19. Pour la première fois depuis plus d'un quart de siècle, l'Afrique est entrée en récession en 2020. Ce choc exogène n'a cependant pas entamé la confiance dans l'avenir des leaders d'opinion interrogés dans le cadre de la troisième vague du baromètre Africaleads, par l'Institut IMMAR. 55% des membres de ce panel, qui couvre 12 pays rassemblant près de 60% de la population du continent, considèrent en effet que la situation de l'Afrique continuera à progresser dans les 5 années à venir. 71% estiment que leur continent, qui a fait preuve d'une résilience insoupçonnée face à la crise sanitaire, a les moyens de mieux résister que les autres régions du monde sur le plan sanitaire.

Le baromètre CIAN / IMMAR est un instrument particulièrement utile en ces temps de grands bouleversements car il nous instruit sur le ressenti et les attentes de ceux qui influencent l'Afrique en 2021, c'est-à-dire les leaders d'opinion. Cette notion englobe à la fois les décideurs politiques et économiques, les hauts fonctionnaires, les leaders associatifs et de la société civile, les journalistes, les influenceurs, les chefs religieux... Avec ce baromètre, le CIAN est pleinement dans son rôle d'acteur engagé et d'aiguillon du débat public sur

l'Afrique. Il propose un instrument d'aide à la réflexion et à la décision, tant pour les acteurs du secteur privé – les adhérents du CIAN – que pour les pouvoirs publics, les universitaires ou les acteurs de la coopération.

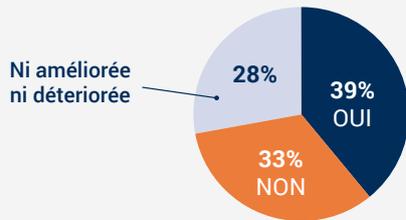
La crise du Covid-19, couplée au dynamisme des pays émergents, qui, à l'instar de la Turquie ou des Émirats Arabes Unis, avancent de manière décomplexée, est venue rebattre les cartes de l'influence en Afrique. Elle a prolongé et amplifié les tendances perceptibles au cours des années précédentes. L'image des pays étrangers auprès des leaders d'opinion africains, étroitement corrélée à ce qu'il est convenu d'appeler leur *softpower*, constitue un précieux indicateur de leur attractivité. Les États anglo-saxons et l'Allemagne trustent les quatre premières places, suivis de la Chine, dont l'image a perdu 15 points en trois ans. Celle de la France s'est banalisée. Elle n'occupe plus que la septième place, distancée par tous ses compétiteurs traditionnels et désormais au coude-à-coude avec la Turquie.

Déjà constaté lors des précédentes éditions de ce baromètre, déficit de l'image de la France n'est guère réjouissant. Il doit nous interpeller. Il souligne une difficulté à renouveler efficacement le récit de sa relation avec l'Afrique, quand bien même cette relation demeurerait adossée à des fondamentaux solides et à des diasporas nombreuses et entreprenantes. Quelque chose n'imprime plus. Il y a là un sujet à interroger lucidement et collectivement.

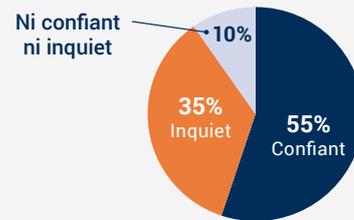
Vision de l'Afrique : Les leaders d'opinion demeurent confiants pour l'avenir mais sont inquiets pour l'éducation, la santé et la sécurité

39% des leaders d'opinion pensent que la situation en Afrique s'est améliorée, 55% optimistes pour l'avenir du continent

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

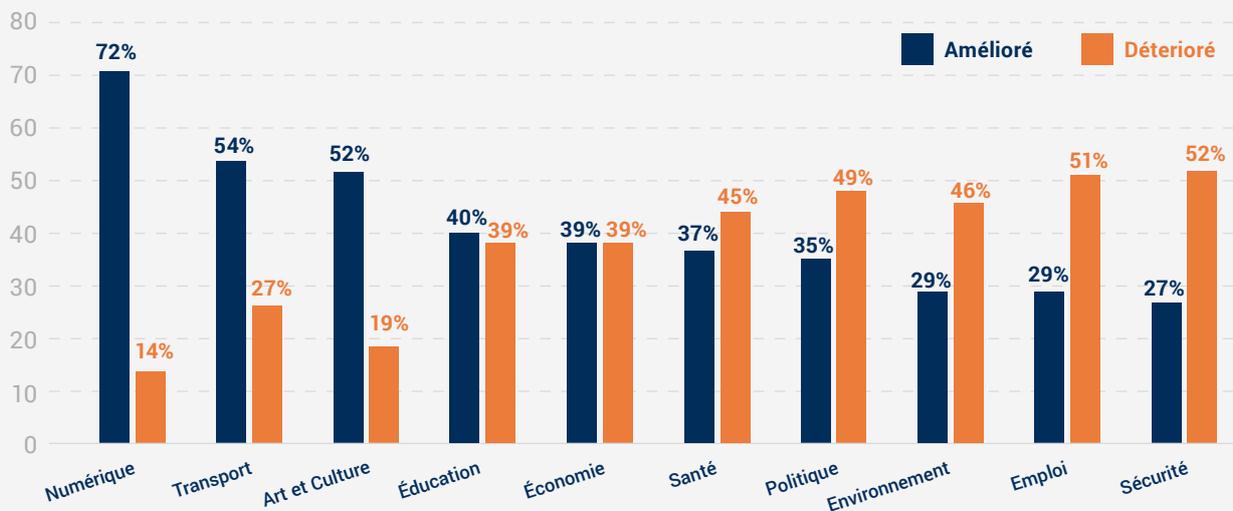


Êtes-vous confiant ou inquiet pour l'avenir de l'Afrique dans les 5 prochaines années ?



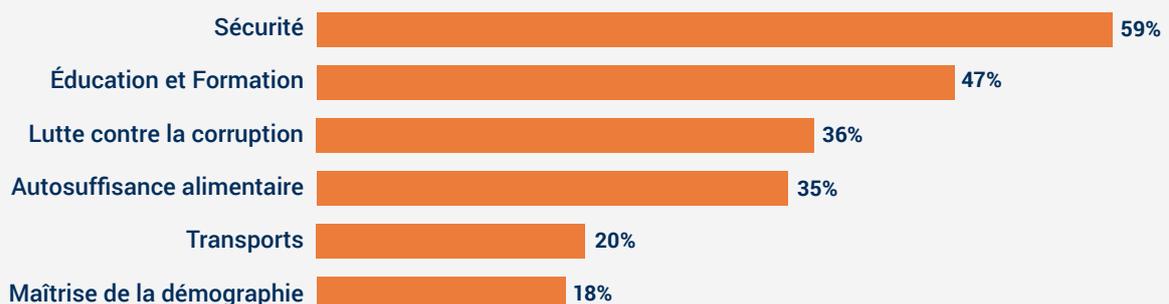
Le numérique reste le secteur jugé le plus en progrès, l'éducation, la santé et la sécurité se sont détériorés

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



La sécurité, l'éducation et la lutte contre la corruption sont les défis prioritaires

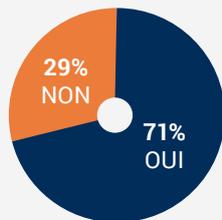
Quels sont les trois enjeux à traiter en priorité en Afrique ?



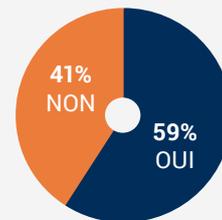
Vision de l'Afrique : la résilience du Continent face au Covid-19

L'Afrique va surmonter la crise sanitaire mais la crise économique risque de durer

❓ *L'Afrique a-t-elle les moyens de mieux résister que les autres régions du monde à la crise sanitaire ?*



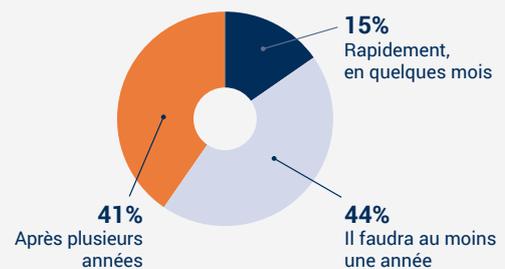
❓ *L'Afrique a-t-elle les moyens de mieux s'en sortir que les autres régions du monde sur le plan économique ?*



❓ *Quels sont les atouts de l'Afrique pour résister à la pandémie ?*

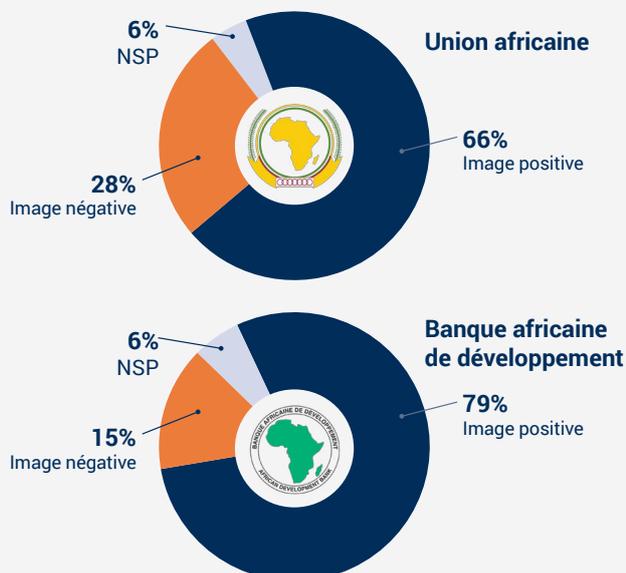


❓ *Une fois la pandémie contrôlée, à quelle échéance interviendra la reprise ?*



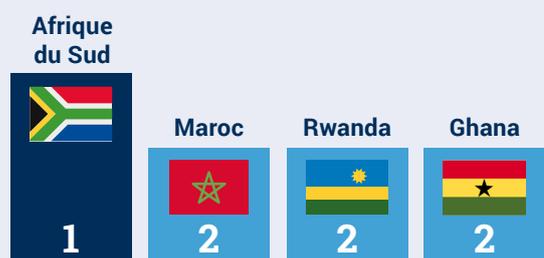
L'image des institutions panafricaines

❓ *Quelle image avez-vous de l'Union africaine et de la Banque africaine de développement ?*



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

Bien que très durement impactée par la crise sanitaire, et confrontée à une récession économique d'une ampleur inédite, l'Afrique du Sud reste le pays leader en termes d'image positive sur le Continent, avec 40% de citations (+3%). Très impacté lui aussi, le Maroc conserve sa place mais ne totalise plus que 23% de citations (-6%). Le Rwanda (23%) et le Ghana (idem), qui ont connu des fortunes diverses face au Covid-19, font maintenant jeu égal avec le Royaume chérifien. Ces deux pays bénéficient d'une image de dynamisme économique et de bonne gouvernance.

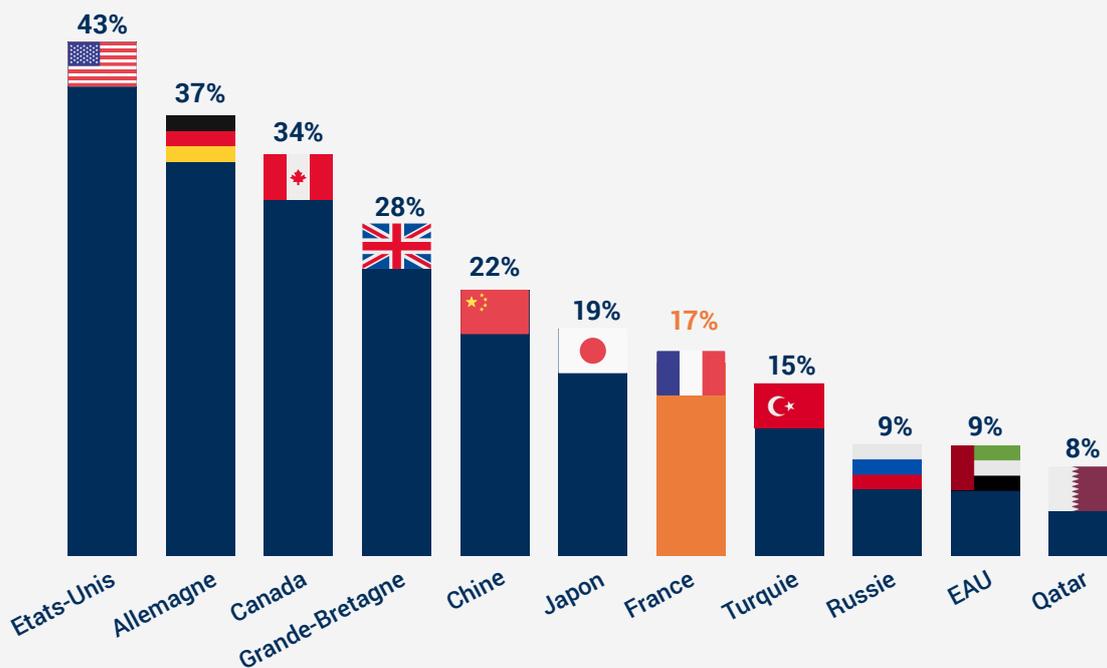


Le monde vu par l'Afrique : les pays anglo-saxons et l'Allemagne plébiscités, la Chine en baisse, la France distancée

Perception des pays étrangers



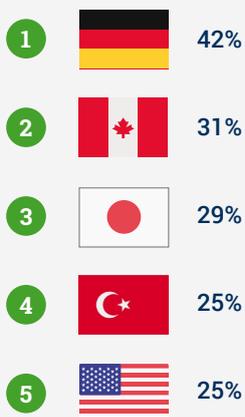
Quels sont les trois pays non-africains dont vous avez la meilleure image ?



(Citations spontanées)

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

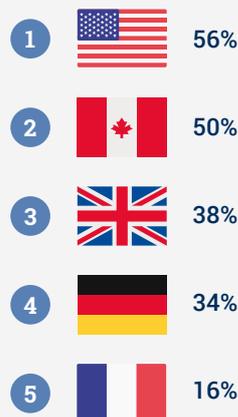
AFRIQUE DU NORD



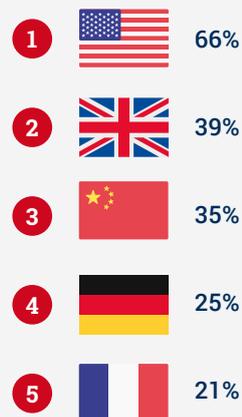
AFRIQUE DE L'OUEST



AFRIQUE CENTRALE



AFRIQUE DE L'EST

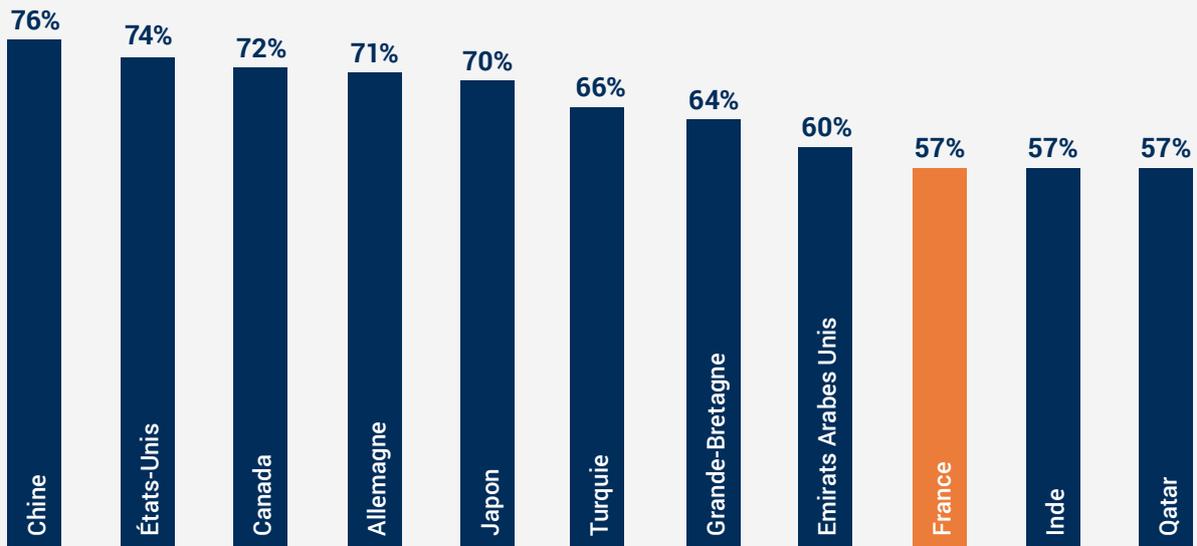


L'impact des pays étrangers en Afrique : qui sont les partenaires les plus bénéfiques pour le Continent ?

La Chine et les États-Unis toujours au coude-à-coude, percée spectaculaire de la Turquie et des Pays du Golfe



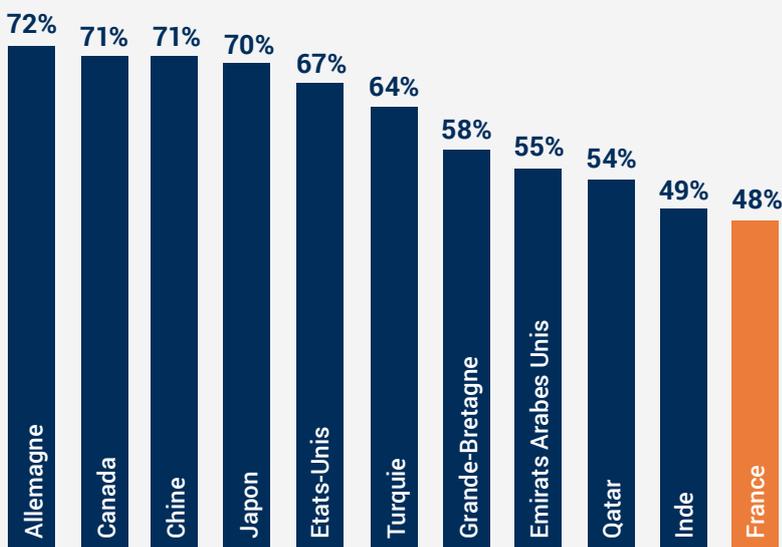
Pour chacun de ces pays, pouvez-vous indiquer si vous les considérez comme des partenaires bénéfiques ?
(pourcentage de réponses «bénéfique» ou «très bénéfique»)



(Évaluation en assisté)

Focus : les partenaires privilégiés pour l'Afrique francophone

Partenaires étrangers les plus bénéfiques pour le continent selon les leaders d'opinion d'Afrique francophone
(pourcentage de réponses «bénéfique» ou «très bénéfique»)



Les médias français internationaux et les réseaux sociaux, essentiels pour s'informer

46%

des leaders d'opinion regardent en priorité la télévision pour s'informer. **France 24** est la première télévision regardée, suivie par la BBC.



19%

des leaders d'opinion écoutent en priorité la radio pour s'informer. **RFI** est la radio internationale la plus écoutée.



35%

des leaders d'opinion consultent en priorité Internet pour s'informer sur l'actualité. **Facebook** est leur première source d'information.



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

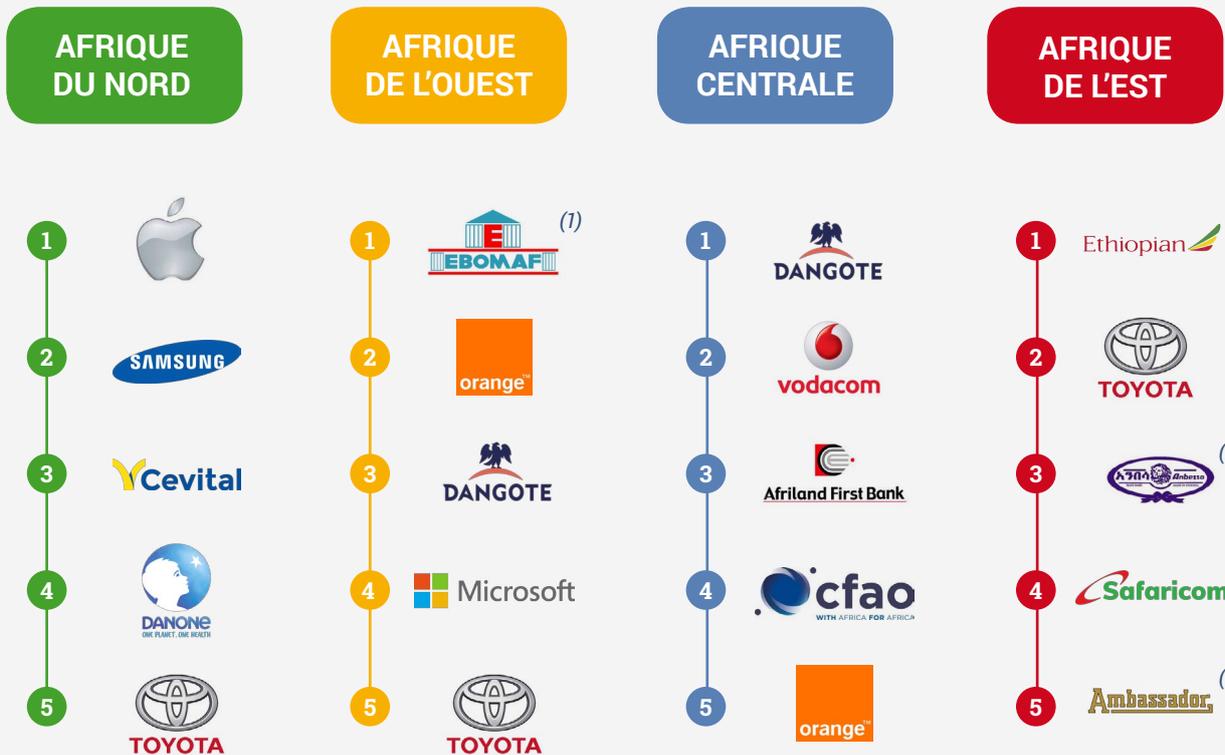
Classement global des entreprises et les marques les plus appréciées des leaders d'opinion africains

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



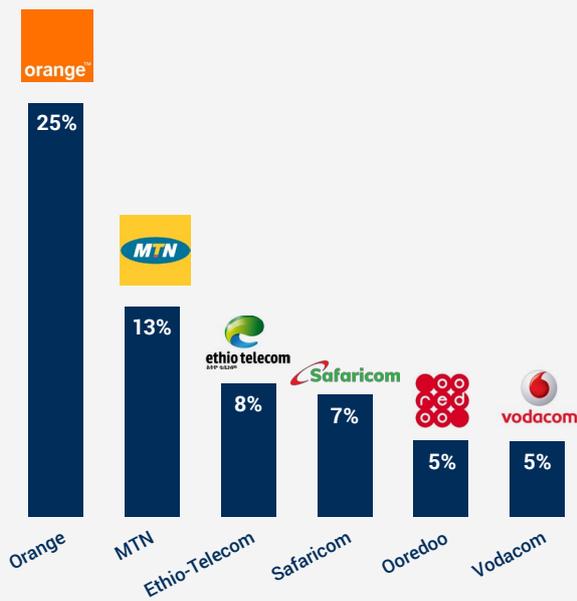
(1) : Ebomaf, groupe de BTP d'Afrique de l'Ouest / (2) : Anbesa, produits naturels et artisanaux (Ethiopie) / (3) : Ambassador, Motocycles (GB)

Par secteurs d'activité : stabilité en termes de notoriété sur les marques présentes en Afrique

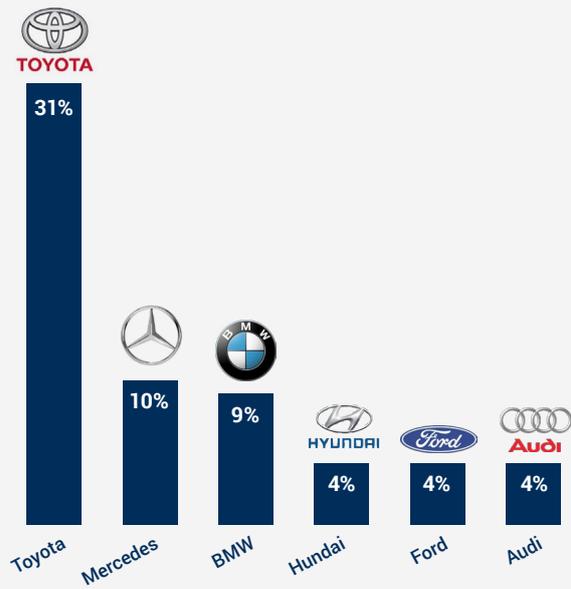


Pour ces différents secteurs d'activités, quelles sont les entreprises présentes en Afrique dont vous avez la meilleure image ?

Opérateurs télécoms



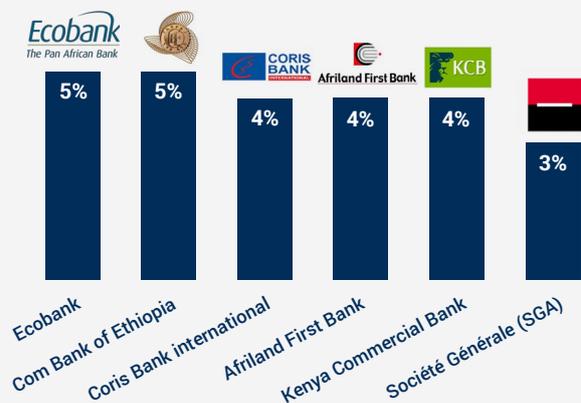
Marques automobiles



Compagnies aériennes



Banques



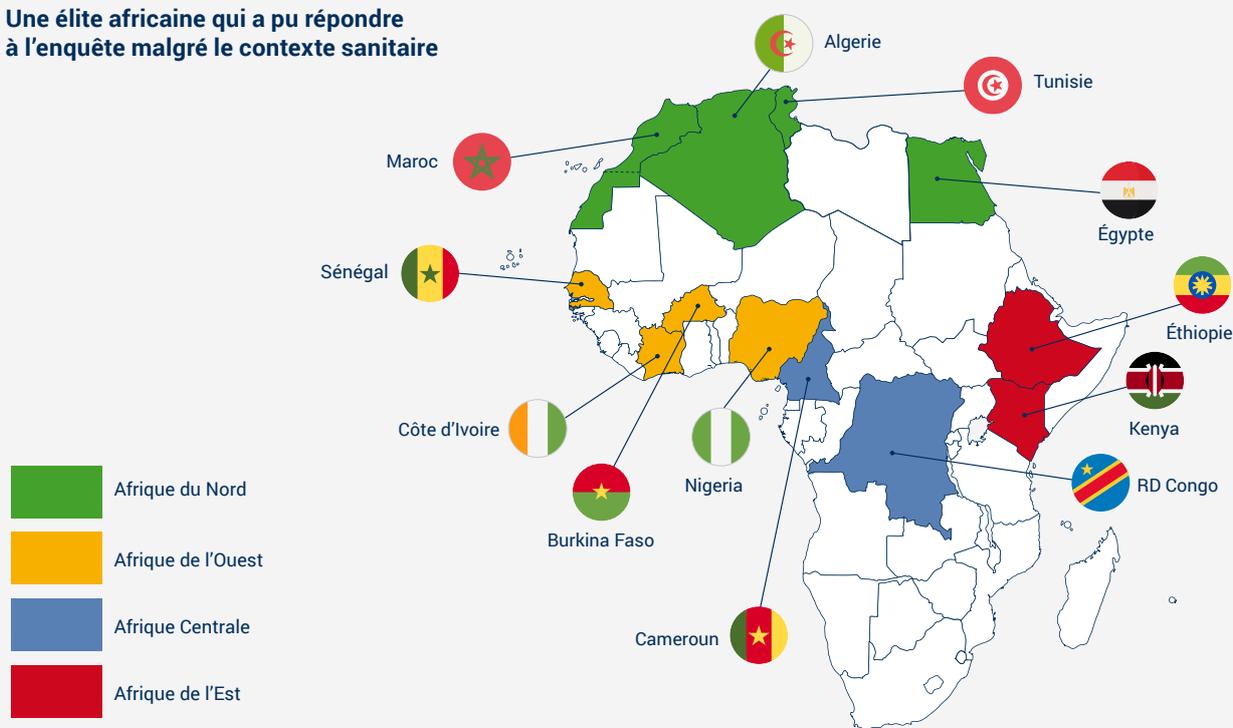
(Citations spontanées)

Fiche technique du baromètre Africaleads © 2021

Méthodologie

- ▶ Étude réalisée auprès d'un échantillon de 2426 leaders d'opinion de douze pays d'Afrique, constitué selon la méthode des quotas (pays, profil, genre) **entre novembre 2020 et début janvier 2021**.
- ▶ La notion de leaders d'opinion englobe les décideurs des secteurs public et privé, les professions libérales, les professionnels des médias, les influenceurs, les universitaires, les représentants de la société civile y compris les chefs religieux. Environ 30% de femmes ont été interrogées dans chaque pays.
- ▶ Pour cette troisième vague du baromètre, la représentativité de l'échantillon est équivalente à celle de la vague précédente avec 8 pays francophones et 4 pays anglophones. 200 entretiens ont été réalisés dans chacun des douze pays, en face à face, et dans un strict respect des protocoles sanitaires.

Une élite africaine qui a pu répondre à l'enquête malgré le contexte sanitaire



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 41 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