

Communiqué de presse



AFRICALEADS 2020

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

—
Deuxième édition 2019 / 2020

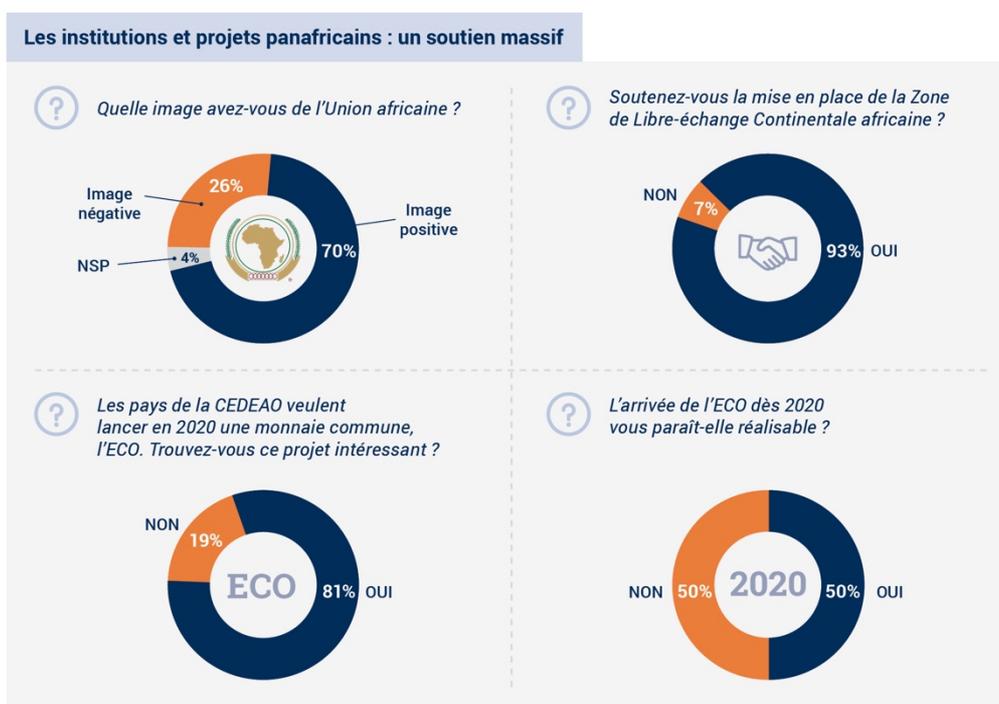


**Les leaders d'opinion africains soutiennent l'approfondissement de l'intégration
économique et souhaitent des partenariats internationaux plus équilibrés**

Paris, le 7 février 2020 - Les résultats du deuxième « Baromètre CIAN des leaders d'opinion en Afrique » (AFRICALEADS) sont rendus publics le 7 février à l'occasion du Forum Afrique 2020 organisé par le MOCI et le CIAN. Les États-Unis, l'Allemagne et le Canada sont les pays étrangers qui ont la meilleure image. Réalisée dans douze pays par l'institut IMMAR, cette étude est la première à cibler spécifiquement les leaders d'opinion dans toute leur diversité.

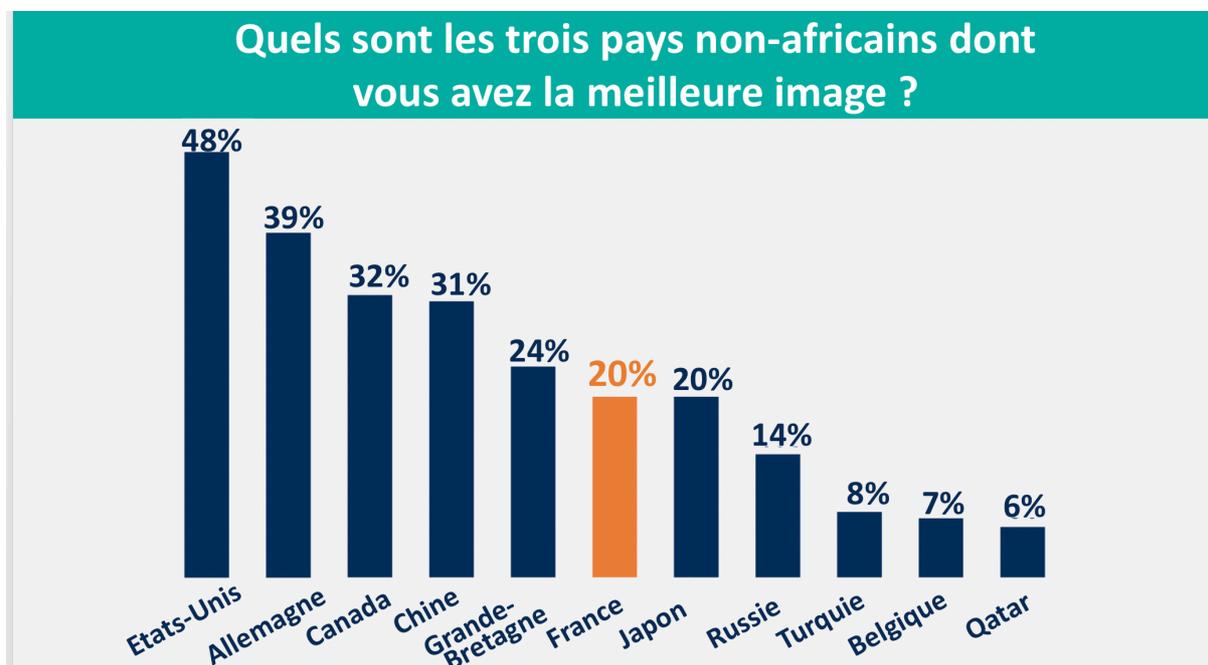
Les grandes tendances mises en évidence dans la première édition du baromètre Africaleads se confirment et s'affinent en 2020. Les leaders d'opinion africains demeurent optimistes sur l'avenir de l'Afrique. 45% estiment que l'Afrique a progressé depuis cinq ans, et 64% pensent que sa situation s'améliorera au cours des cinq années à venir (+8 points en un an). Pour 68% du panel, la sécurité s'impose comme le sujet prioritaire à traiter. Cette hausse de 28 points en un an fait écho à la dégradation du contexte sécuritaire au Sahel. L'éducation et la formation constituent, pour 48% des répondants, l'autre défi majeur du continent (proportion stable).

Les leaders d'opinion africains plébiscitent l'intégration continentale. 70% d'entre eux ont une bonne image de l'Union africaine (UA). Ils sont 81% à trouver intéressante la démarche des pays de la CEDEAO visant au lancement en 2020 d'une monnaie commune ouest-africaine, l'ECO. S'agissant de la mise en place de la ZLECA, la Zone de Libre-échange Continentale Africaine, le taux d'approbation monte à 93%. Pour Etienne Giros, président délégué du CIAN, le Conseil français des investisseurs en Afrique : « ces chiffres attestent d'une volonté d'intégration et d'une envie d'Afrique qui transcendent les clivages géographiques, linguistiques et culturels. C'est une tendance de fond. Décideurs, autorités publiques, partenaires publics et privés de l'Afrique doivent en tenir compte et l'intégrer dans leurs approches et leurs stratégies vis-à-vis du continent. »



L'Afrique du Sud, avec 37% des réponses, le Maroc (29%) et le Rwanda (25%) restent les trois pays du continent bénéficiant de la meilleure image aux yeux des leaders d'opinion du baromètre. Concernant les pays étrangers partenaires de l'Afrique, la montée en puissance des États-Unis, l'érosion des grandes nations asiatiques, la percée du Canada et la quasi-stagnation de la France sont les quatre principaux enseignements du baromètre Africaleads 2020. Invités à citer les trois pays dont ils ont la meilleure image, les leaders d'opinion ont en effet classé les États-Unis en première position (48%, +14 points en un an), devant l'Allemagne (39%, -6), le Canada (32%, +20), la Chine (31%, -6), la Grande-Bretagne (24%,

+5). La France et le Japon sont cinquièmes ex-aequo (20%, en repli d'un point pour la France et de 14 points pour le Japon).



Pour Mohamed El Kalchi, directeur des études d'IMMAR : « ces évolutions sont au-delà de toute marge d'erreur. La révolution numérique, dont les leaders d'opinion africains tirent profit, est mise au crédit des États-Unis, qui sont la patrie d'origine des GAFAM. Cela contribue à renforcer leur softpower global. L'Allemagne demeure adossée à des fondamentaux solides. Enfin, le Canada, qui mène une politique migratoire très active, est perçu comme un pays accueillant et ouvert aux étudiants issus des classes moyennes supérieures africaines. Il progresse donc très significativement dans ce classement. »

Le diagnostic formulé l'an dernier au sujet du déficit d'image de la France se confirme. La France reste le pays ayant les liens les plus denses avec l'Afrique, politiquement et économiquement, mais aussi culturellement et humainement (à travers les diasporas). Cependant son image demeure brouillée par une série de facteurs endogènes et exogènes. Ainsi, elle régresse dans les pays ayant traversé des crises en 2019. Avec la lancinante question des visas, l'omniprésence des sujets mémoriels dans le débat public - en France comme dans plusieurs pays du continent -, contribue aussi à troubler la perception du caractère bénéfique de la relation entre la France et l'Afrique.

Pour autant, les marques françaises, à l'instar d'Orange, de Renault ou d'Air France, comptent toujours parmi les plus appréciées des leaders d'opinion africains, globalement et dans leurs secteurs d'activité respectifs (télécommunications, automobile, aérien). « *Les entreprises françaises investies en Afrique s'implantent durablement, observe Etienne Giros, le président délégué du CIAN. Très engagées en matière de RSE (responsabilité sociale des entreprises), elles investissent dans le capital humain et valorisent les compétences locales, qui accèdent aux postes de direction des filiales. Leur comportement est citoyen, et leur impact indiscutablement bénéfique. Elles font beaucoup de choses, mais ne le disent sans doute pas assez.* »



Le périmètre de l'échantillon du baromètre Africaleads 2020 a été élargi et sa représentativité améliorée. L'étude a été menée entre novembre 2019 et janvier 2020 auprès d'un panel de 2423 leaders dans douze pays d'Afrique qui rassemblent 56% de la population du continent (quatre pays en Afrique du Nord, quatre en Afrique de l'Ouest, deux en Afrique centrale et deux en Afrique de l'Est), alors que le baromètre 2019 couvrait seulement huit pays, tous francophones.

AFRICALLEADS®

Baromètre réalisé auprès d'un échantillon de 2423 leaders d'opinion dans douze pays d'Afrique : Égypte, Tunisie, Algérie, Maroc, Sénégal, Côte d'Ivoire, Burkina Faso, Nigeria, Cameroun, République Démocratique du Congo, Kenya et Éthiopie. Les interviews ont été réalisées en face-à-face entre novembre 2019 et janvier 2020. La notion de leaders d'opinion englobe les décideurs des secteurs public et privé, les professionnels des médias, les membres éminents de la société civile (y compris les chefs religieux) et les influenceurs. Environ 30% de femmes ont été interrogées dans chaque pays.

Les détails de cette étude et les tris statistiques sont disponibles auprès d'IMMAR.

Le **Conseil français des investisseurs en Afrique** (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 le continent). Le CIAN est par ailleurs une force d'influence auprès des décideurs publics et privés du développement en France, en Afrique et à l'international.

Contacts

CIAN

Sandrine Sorieul, Directrice générale

Tél. : + 33 1 45 62 55 76

E-mail : sandrine.sorieul@cian-asso.fr

IMMAR

Mohamed El Kalchi, Directeur des études

Tél. : + 33 1 45 75 13 55

E-mail : melkalchi@immar-intl.com

35° Nord, Agence de communication et de relations presse

Samy Ghorbal

Tél. + 33 (0) 6 16 47 45 18

E-mail : sg@35nord.com