le felis

LA REVUE AFRICAINE DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

N° 019 - Novembre / Décembre 2022

ENQUÊTE

ASSURANCES,
UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR EN CÔTE D'IVOIRE

• INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE
PROTECTION DE L'INFORMATION STRATEGIQUE EN ENTREPRISE

• FOCUS ÉCONOMIQUE
FINTECH, QUAND LA TECHNOLOGIE ET LA FINANCE SE RENCONTRENT

• TUTO
METTRE EN PLACE UN SYSTÈME DE VEILLE EN ENTREPRISE

• DERNIÈRE HEURE
PASSATION DE CHARGES ENTRE LE NOUVEAU ET L'ANCIEN PRÉSIDENT DE LA CGECI

• 4 QUESTIONS À
JOËL CADIER
MANAGING PARTNER
KEYSFINANCES PARTNERS

EDITO

Par LACINE DIABY
Directeur de publication

A NOS CHERS LECTEURS

Plus d'une année déjà que l'aventure a débuté. Nous n'avons pas vu le temps passer tant l'œuvre était passionnante. Vous l'avez deviné, je vous parle de « Le Felis » votre revue africaine d'Intelligence Economique. Née de notre désir de vulgariser l'IE en Afrique, nous avons voulu mettre à la disposition du monde professionnel, un outil pour le familiariser avec cette discipline.

En effet, dans un monde en perpétuel changement, les organisations publiques et privées ont besoin d'une parfaite maitrise de leur environnement pour atteindre leurs objectifs et amenuiser les risques qui pourraient les en encarter. L'Intelligence Economique dispose de solutions efficaces pour parvenir à cette fin. Malheureusement, cet outil reste encore méconnu de beaucoup de décideurs africains aussi bien dans le secteur public que dans le privé.

Notre mission à travers cette revue est donc de former le public africain sur les enjeux de l'IE, mais aussi d'informer sur les tendances actuelles de l'économie africaine. En cette fin d'année, nous voulons dresser avec vous un premier bilan de notre action. Le Felis, plus d'une année après, que faut-il retenir ?

Grâce à vous, chers lecteurs, nous sommes aujourd'hui fiers du chemin déjà parcouru. Diffusé au sein de réseaux professionnels africains, Le Felis enregistre au quotidien des retours positifs en provenance d'horizons divers (chefs d'entreprises, universitaires, étudiants, etc.). Et déjà, nos études sont citées pour étayer des avis dans le monde professionnel. C'est déjà un premier pas ! Mais nous voyons plus grand et entendons aller encore plus loin avec vous. Cette vision nous a poussé à prendre certaines nouvelles orientations. Désormais, Le Felis passera d'une publication mensuelle à bimestrielle, tout comme vous avez pu le remarquer pour les derniers numéros de cette année. Rassurez-vous, vous ne perdrez rien de la qualité de votre revue.

Bien au contraire, Le Felis en bimestriel offrira des enquêtes plus fournies et plus pointues qui iront en profondeur de l'économie africaine. Vous aurez des interviews avec des acteurs clés de l'économie africaine pour des partages d'expérience et des échanges sur les problématiques actuelles du continent. Sans oublier de nouvelles rubriques qui vous feront découvrir davantage les subtilités du monde des affaires en Afrique. Et ce n'est pas tout ! Bientôt, vous aurez en plus de la revue Le Felis, un nouveau support sur lequel vous pourrez nous retrouver en continu pour bénéficier au quotidien d'informations stratégiques. Je ne vous en dis pas plus, mais cela promet.

Chers lecteurs, votre revue Le Felis évolue. Elle s'adapte pour vous offrir des contenus encore plus pertinents. Sachez que votre satisfaction est l'élément clé qui nous donne la force d'aller plus loin dans cette aventure. Restez donc connectés à Le Felis, votre revue africaine d'Intelligence Economique. Le meilleur reste à venir.

Excellente fin d'année à tous et rendez-vous en 2023.

SOMMAIRE

02 **EDITO**
A nos chers lecteurs

03 **SOMMAIRE**

04 **ENQUÊTE**
Assurances, un marché en plein essor en Côte d'Ivoire

20 **4 QUESTIONS À**
Joël Cadier, Managing Partner KeysFinances Partners

23 **EVENEMENT**
Sommet des dirigeants Etats-Unis/Afrique 2022, nous y étions

25 **DERNIÈRE HEURE**
Passation de charges entre le nouveau et l'ancien président de la CGECI

26 **INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE**
Protection de l'information stratégique en entreprise

30 **EXPRESSO**
KeysFinance Partners accompagne le Groupe PLASTICA dans le cadre de l'acquisition du groupe français GUERIN

34 **FOCUS ECO**
Fintech, quand la technologie et la finance se rencontrent

37 **TUTO**
Mettre en place un système de veille en entreprise

39 **BOITE À OUTILS**
La méthode ACH (Analyses des Hypothèses Concurrentes)

43 **GUIDE BUSINESS**
Créer une entreprise de courtage en assurance en Côte d'Ivoire

46 **FICHE MÉTIER**
Expert-Comptable

48 **VOCABGENX**
L'Affacturage

ENQUÊTE

Par Ulrich DAGBAUD

ASSURANCES, UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR EN CÔTE D'IVOIRE

Les entreprises dans le secteur de l'assurance offrent des produits qui bien utilisés, permettent aux souscripteurs de bénéficier en cas de sinistre de services innovants et personnalisés.

L'information est au cœur du métier de l'assureur. A travers ses offres de services, il permet à ses souscripteurs de faire face à divers sinistres.

Les premiers pas de l'assurance en Afrique francophone remontent à l'orée des indépendances. A partir de 1959, la Direction des Assurances de France organise des rencontres avec les dirigeants des pays des zones Francs. Cela a permis la mise en place d'un cadre réglementaire du secteur de l'assurance dans les pays d'Afrique francophone Sub-Saharien. C'est en 1962 que la première loi visant à réglementer et organiser la profession d'assureur est prise en Côte d'Ivoire. Le processus d'Africanisation du secteur sur le continent débute en Juillet 1962 par la signature de la convention portant création de la Conférence Internationale des Contrôles d'Assurances (CICA) avec 13 Etats membres. Ce processus abouti en Avril 1994 à la création d'une organisation du secteur de l'assurance en Afrique dénommée Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances (CIMA). Le traité régissant la création du CIMA est ratifié par 13 pays dont la Côte d'Ivoire. En Avril 2002, la Guinée Bissau intègre l'organisation faisant passer le nombre d'Etats membres à 14. La principale mission de cette organisation est la supervision et le contrôle de l'industrie de l'assurance en Afrique francophone Sub-Saharienne. Depuis sa création, les activités des compagnies d'assurance dans la zone CIMA sont en constante évolution. Entre 2011 et 2020, toutes branches confondues, l'activité a été multipliée par 1,82 passant de 730 milliards de Franc CFA à 1 369 milliards de Franc CFA. Sur les 14 pays que compte la zone, trois (3) pays représentent 60% du marché. La Côte d'Ivoire est le leader avec 30,20% de parts de marché suivie par le Cameroun (15,20%) et le Sénégal (15%).

A l'échelle du continent, l'Afrique du Sud est leader incontesté avec 69% du marché de l'assurance en Afrique. La Côte d'Ivoire arrive neuvième avec 1,14% et se positionne juste derrière la Namibie et devant le Ghana.

Premier marché dans la zone CIMA et neuvième en Afrique, la Côte d'Ivoire est donc un acteur clé dans le secteur de l'assurance en Afrique. Cette enquête vise à mettre en lumière ce secteur en pleine croissance dans le pays. Qui sont les principaux acteurs du marché de l'assurance ivoirien ? Quels sont les performances du marché ? Quels sont les produits phares sur les différents segments du marché ? Les réponses dans cette enquête.

LES ACTEURS DU MARCHÉ DE L'ASSURANCE EN CÔTE D'IVOIRE

Au 31 Décembre 2021, la Côte d'Ivoire comptait 40 compagnies d'assurance et de réassurance dont deux organismes particuliers. Les deux organismes particuliers d'assurance sont la Caisse Nationale de Prévoyance Sociale (CNPS) et le Fond de Garantie Automobile (FGA).

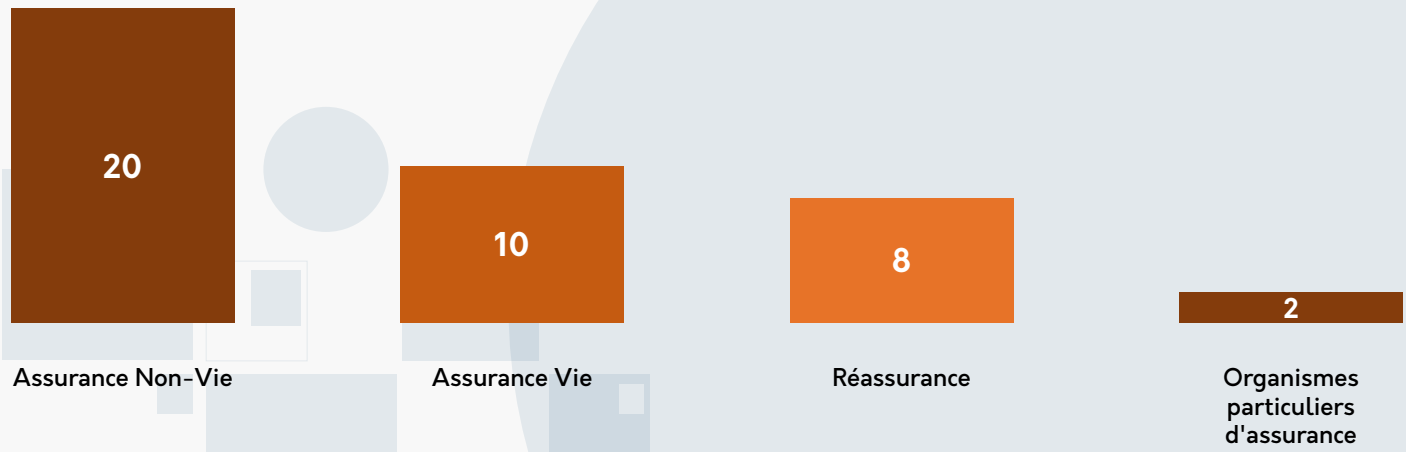
Le Fond Garantie Automobile (FGA) a pour vocation d'indemniser les victimes d'accidents corporels de la voie publique lorsque l'auteur de l'accident n'est pas connu ou lorsque le véhicule n'est pas assuré. De plus, le FGA organise la prise en charge médicale des victimes d'accidents de la voie publique.

La Caisse Nationale de Prévoyance Sociale (CNPS) quant à elle a pour objectif la gestion obligatoire du régime de protection sociale des travailleurs du secteur privé et assimilés et des travailleurs indépendants. De ce fait, elle recouvre des cotisations sociales et sert en contrepartie des prestations.

Les Assurances Non-Vie regroupent toutes les assurances dont les éléments assurés ne sont pas liés ou conditionnés directement à la vie de l'assuré. En d'autres termes, elles représentent l'ensemble des contrats du type Incendie, Accidents et Risques Divers (IARD). Les assurances Non-Vie protègent financièrement les personnes physiques ou morales et leurs biens. C'est donc une garantie financière face aux aléas sur les biens et les individus. En retour de cette couverture, le souscripteur devra verser des cotisations jusqu'à ce que le contrat arrive à son terme. La Côte d'Ivoire compte 20 compagnies d'assurance Non-Vie ce qui représente 50% des entreprises présentes sur le marché.

Les assurances vie regroupent tous les contrats directement liés ou conditionnés à la vie de l'assuré. L'assurance vie est donc un contrat par lequel, l'assureur s'engage à verser une rente ou un capital au souscripteur au terme du contrat. En contrepartie, le souscripteur devra payer une prime jusqu'à ce que le contrat arrive à son terme. En Côte d'Ivoire, il existe 10 compagnies d'assurance vie. Ces compagnies proposent des contrats en cas de vie, des contrats en cas de décès, des contrats mixtes, des contrats d'épargne et de capitalisation à la fois aux individus et aux entreprises.

La réassurance est l'assurance à laquelle les compagnies d'assurances souscrivent. Il s'agit pour la compagnie d'assurance de céder à une entité spécialisée un risque contre le paiement d'une prime de réassurance. En d'autres termes, il s'agit de l'assureur de l'assureur. En Côte d'Ivoire il existe 8 compagnies de réassurance.



L'Association des Sociétés d'Assurance de Côte d'Ivoire (ASA-CI)

En Côte d'Ivoire les compagnies d'assurance et de réassurance se sont regroupé au sein d'une association (ASA-CI) afin de mieux défendre leurs intérêts.

Info

ASA-CI réunit l'ensemble des compagnies d'assurance et de réassurances présentent en Côte d'Ivoire soit 40 compagnies

L'Association des Sociétés d'Assurance de Côte d'Ivoire (ASA-CI) est officiellement dénommée ainsi depuis le 24 octobre 1988. Elle a plusieurs missions. On peut citer entre autres la promotion de l'assurance, la collecte et la publication des informations, des chiffres et des statistiques du marché, la défense des intérêts communs des sociétés membres, etc.

Les 5 défis de l'ASA-CI

Axe 1
Améliorer la qualité de service et l'accélération de la cadence de règlement des sinistres et la sensibilisation des consommateurs

Axe 2
Le développement et la recherche de nouveaux relais de croissance

Axe 3
La transformation digitale des processus pour aboutir à l'excellence opérationnelle

Axe 4
La régulation du secteur dont l'auto-régulation joue un rôle primordial

Axe 5
La réforme de l'Association pour faire de l'ASA-CI, un interlocuteur incontournable et crédible pour toutes les parties prenantes de l'écosystème

GÉRARD KOUAMÉ BALLO
SECRÉTAIRE GÉNÉRAL ASA-CI

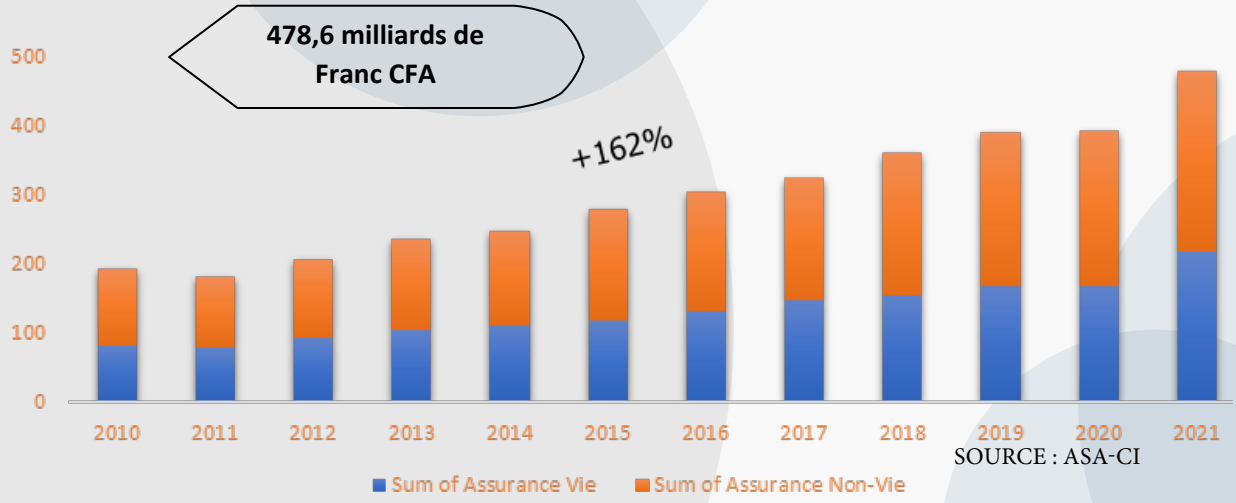
Les courtiers d'assurance

En plus des acteurs traditionnels, sur le marché, évolue également des courtiers d'assurance. Le courtier ou broker est un intermédiaire entre les compagnies d'assurance et le souscripteur. N'étant pas toujours bien informé des différentes offres présentes sur le marché notamment les mieux adaptées à leurs besoins, les clients se tournent vers les courtiers pour bénéficier de leurs conseils. Ceux-ci vont scruter le marché pour trouver la meilleure offre en tenant compte des besoins de leurs clients. Les courtiers sont indépendants de toutes sociétés d'assurance. De ce fait, ils font jouer la concurrence entre les différentes compagnies d'assurance afin d'obtenir les prix les plus avantageux. En Côte d'Ivoire il existe 300 courtiers et sociétés de courtage.

EVOLUTION DU MARCHÉ DE L'ASSURANCE EN CÔTE D'IVOIRE

De façon général, le terme marché de l'assurance fait référence à l'assurance Non-vie et l'assurance Vie. En Côte d'Ivoire ce marché représente 478,6 milliards FCFA. Sur les 10 dernières années, la taille du marché est passé de 182,4 milliards FCFA en 2011 à 478,6 milliards FCFA en 2021 cela représente une croissance de 162%. Le marché de l'assurance ivoirien est en constante évolution depuis une décennie avec un taux de croissance moyen de 8,85% par an. Toutefois, les effets de la crise sanitaire de la Covid-19 ont été ressentis sur le marché. En effet, entre 2019 et 2020 le marché affichait un taux de croissance de 0.13%. Depuis le début de l'année 2021, les activités dans le secteur se sont redynamisées avec une croissance de 22,22% des activités par rapport à 2020.

Figure 1: Evolution du chiffre d'affaires du marché de l'assurance en Côte d'Ivoire



SOURCE : ASA-CI

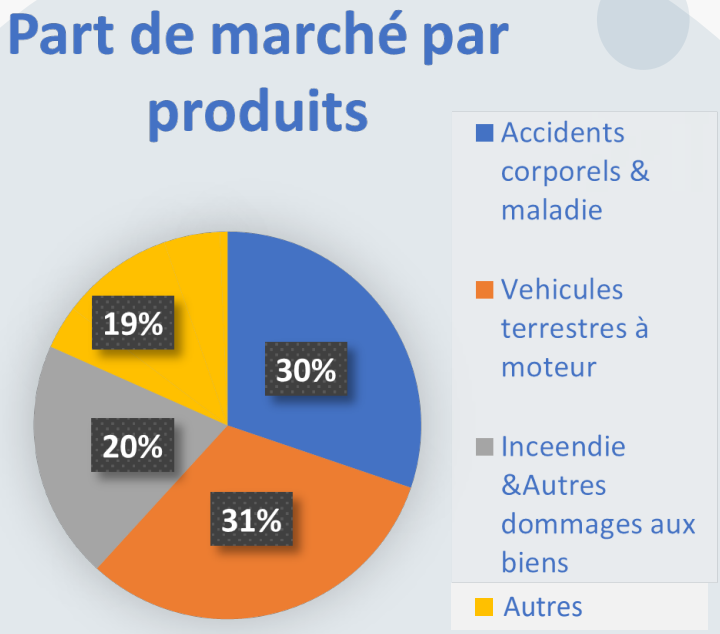
Le chiffre d'affaires de l'assurance Vie est passé de 79,42 milliards de FCFA en 2011 à 218,8 milliards en 2021 soit un taux de croissance exceptionnel de 175%. Cela représente 45,72% du marché en 2021.

Quant au marché de l'assurance Non-Vie, il est passé de 102,98 milliards FCFA en 2011 à 259,8 milliards FCFA en 2021 soit une croissance de 152,2% et représente 54,28% du marché en Côte d'Ivoire.

L'ASSURANCE NON-VIE EN CÔTE D'IVOIRE

Les compagnies d'assurance non-vie en Côte d'Ivoire offrent 9 produits repartis en 6 catégories. Toutefois, certaines compagnies comme la MATCA offrent un seul type de produit à savoir les produits d'assurance sur les véhicules terrestres à moteur.

En 2021, ce marché affichait un chiffre d'affaires de 259,8 milliards FCFA. Sur les 9 produits proposés par les compagnies d'assurance, trois se distinguent. En effet, ces trois catégories de produits génèrent 81% du chiffre d'affaires du marché de l'assurance Non-Vie en Côte d'Ivoire. Il s'agit des produits d'assurance suivants : Véhicules terrestres à moteur (Assurances Automobile) (31%), Accidents corporels & maladie (30%) et Incendie & autres dommages aux biens (20%).



SOURCE : ASA-CI

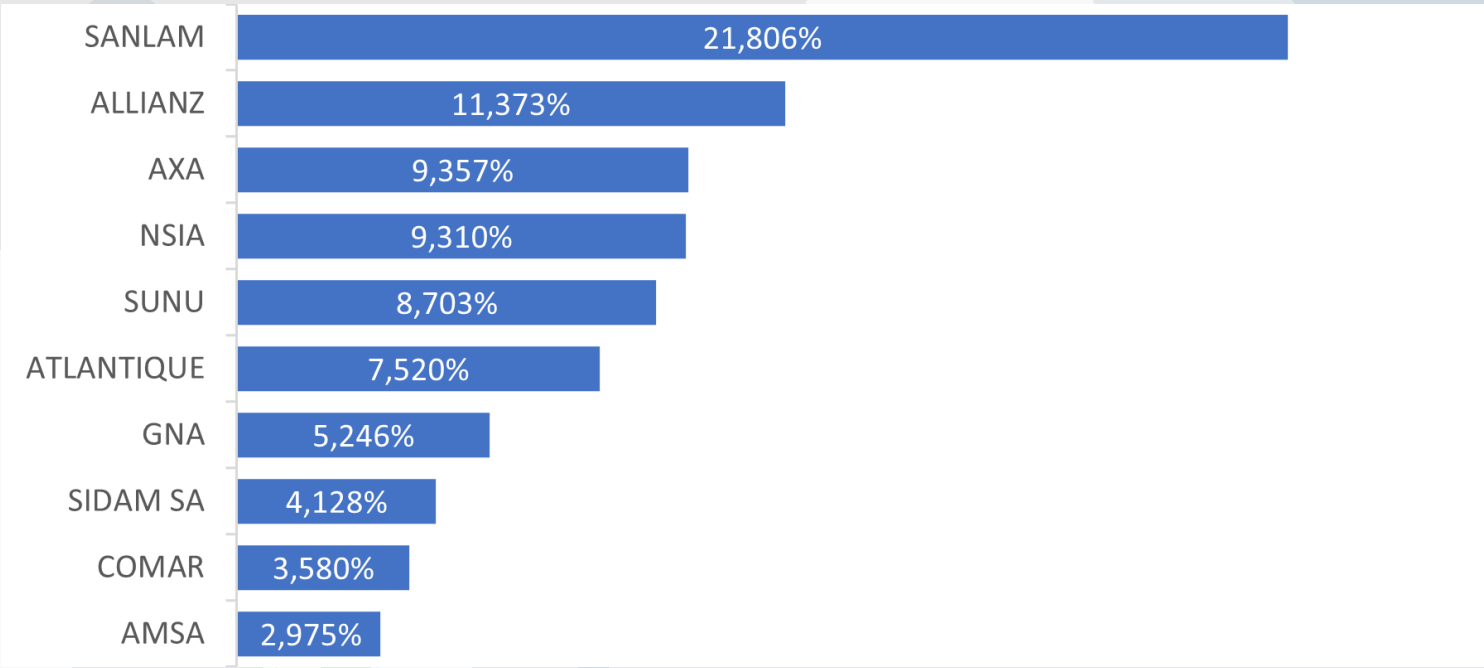
L'assureur des taxis compteurs

La Mutuelle d'Assurances des Taxis Compteurs d'Abidjan (MATCA) est une mutuelle d'assurance créée par les chauffeurs de taxis suite à un litige avec les compagnies d'assurance. Le Risque Taxis-Compteurs était assuré par les compagnies d'Assurance opérant en Côte d'Ivoire jusqu'en 1982. La crise économique des années 80 a fortement impacté les compagnies d'assurance contraignant celles-ci à réévaluer leurs primes. Suite aux oppositions face à ces nouvelles mesures, les transporteurs décidèrent de se mutualiser et de créer leur propre compagnie qu'ils dénomment Mutuelle d'Assurances des Taxis Compteurs d'Abidjan (MATCA). Elle débute ses activités le 1er Novembre 1989. En 2021, la MATCA a émis 17% des primes sur la Responsabilité civile pour les Véhicules terrestres à moteur pour un montant de 6,91 milliards FCFA.

Les acteurs du marché de l'assurance Non-Vie

Sur ce marché certaines compagnies se distinguent par leur performance. Des 20 compagnies que compte le pays, les 10 premières représentent à elles seules 83,07% du marché. Le leader du marché est la compagnie d'assurance SANLAM qui a généré 21,80% du chiffre d'affaires des compagnies d'assurance Non-vie en 2021. Elle est suivie par ALLIANZ avec 11,37% et AXA avec 9,36%.

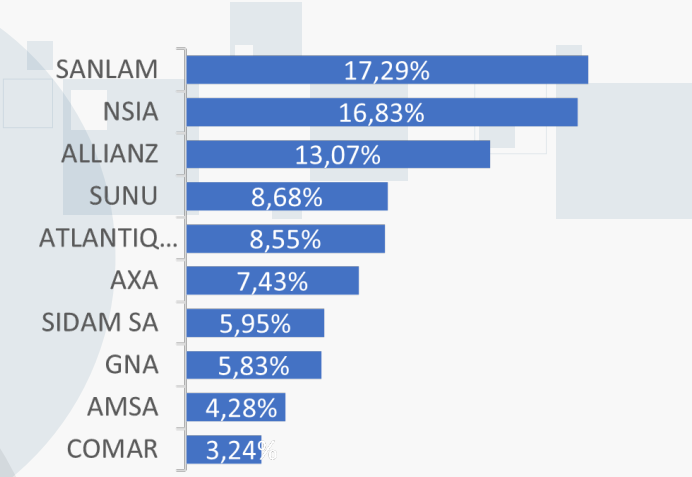
Figure 2: Classement des compagnies d'assurance Non-Vie en fonction des parts de marché



Toutefois, pour les différentes catégories de produits, les positions peuvent varier. En effet, pour les trois produits représentant la quasi-totalité du marché, le classement des compagnies diffère.

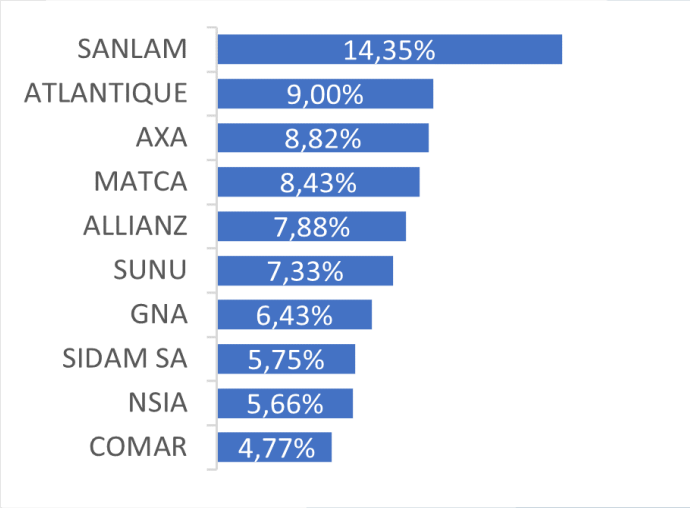
Accidents corporels & maladie

Le chiffre d'affaires généré en 2021 sur les primes Accidents corporels & maladie était de 78 milliards FCFA. Pour ce produit, SANLAM arrive en tête avec 17,29% de parts de marché. La compagnie NSIA arrive en deuxième position avec 16,83% suivie par ALLIANZ (13,07%) et SUNU (8,68%).



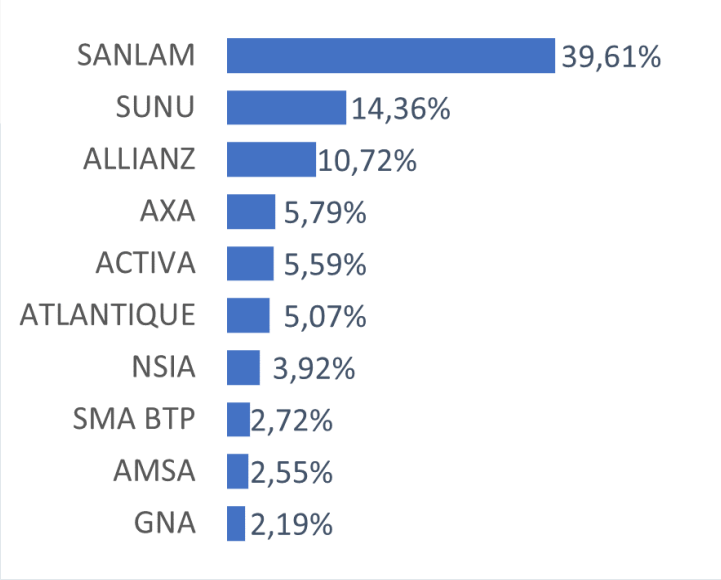
Véhicules terrestres à moteur

Les primes sur Véhicules terrestres à moteur représentent la plus grande part du marché de l'assurance Non-Vie en Côte d'Ivoire soit 31% du marché. Ce produit a généré plus de 82 milliards FCFA en 2021. SANLAM arrive en tête avec 14,35% suivie d'ATLANTIQUE (9%), AXA (8,82%) et de la MATCA (8,43%).



Incendie & autres dommages aux biens

Avec 20% du marché, les primes sur Incendie & autres dommages aux biens ont généré un chiffre d'affaires de plus 51 milliards de franc CFA en 2021. La compagnie SANLAM se positionne une fois de plus comme le leader avec 39,61% de parts de marché. Il devance largement SUNU, qui représente 14,36%, ALLIANZ (10,72%) et AXA (5,79%).

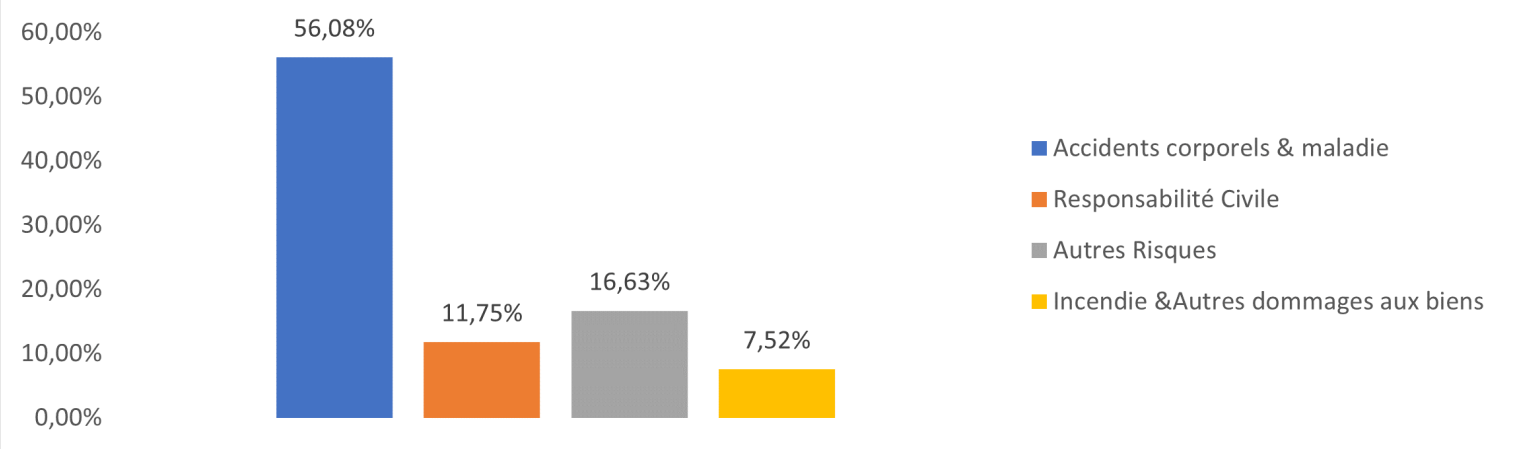


La compagnie SANLAM arrive en tête pour les trois principaux produits du marché. Elle consolide par la même occasion sa position de leader sur le marché de l'assurance Non-Vie en Côte d'Ivoire.

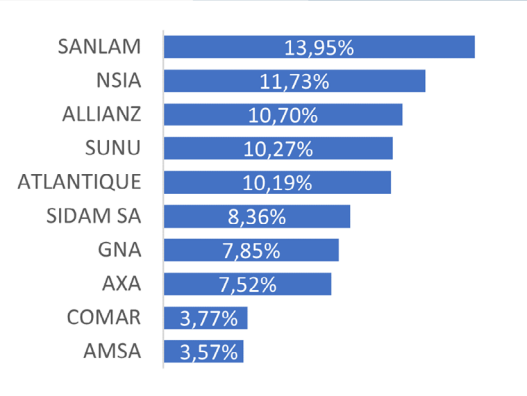
Le règlement des sinistres

Le sinistre est la réalisation de l'évènement contre lequel la police d'assurance a été émise. Afin de s'assurer que le sinistré soit indemnisé à la hauteur du dommage, il est nécessaire d'évaluer la portée de celui-ci. Dans la pratique, le règlement des sinistres nécessite donc deux opérations à savoir l'évaluation et l'indemnisation. Encore une fois, les trois principaux produits représentent à eux seuls 92% des indemnisation versés en 2021. Si le produit Accidents corporels & maladie représente 30% des primes émises, cette police a capté la majorité des indemnisations soit 56,08%. Elle est suivie par les produits pour Véhicules terrestres à moteur avec 28,383% [Responsabilité Civile (11,75%) et Autres Risques (16,63%)].

Figure 3: Répartition des indemnités versées dans l'assurance Non-vie en 2021

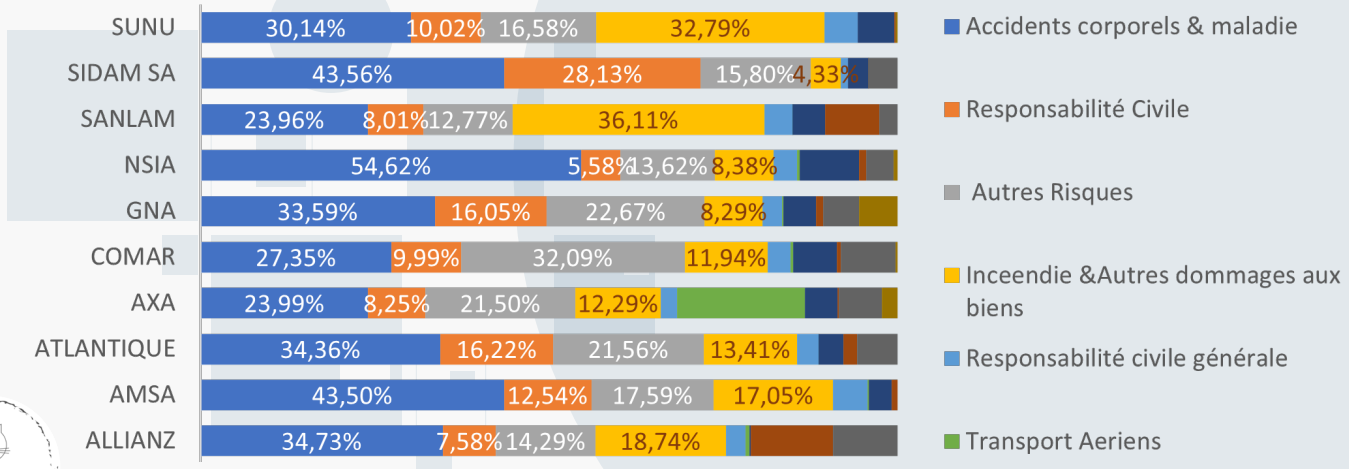


En 2021, le montant total versé par les compagnies d'assurances pour indemniser leurs souscripteurs s'élevait à 107 milliards FCFA. Les 10 premières compagnies du marché ont à elles seules versé 87,93% des indemnités totales. Le leader du marché, SANLAM, a versé 13,95% des indemnités totales.



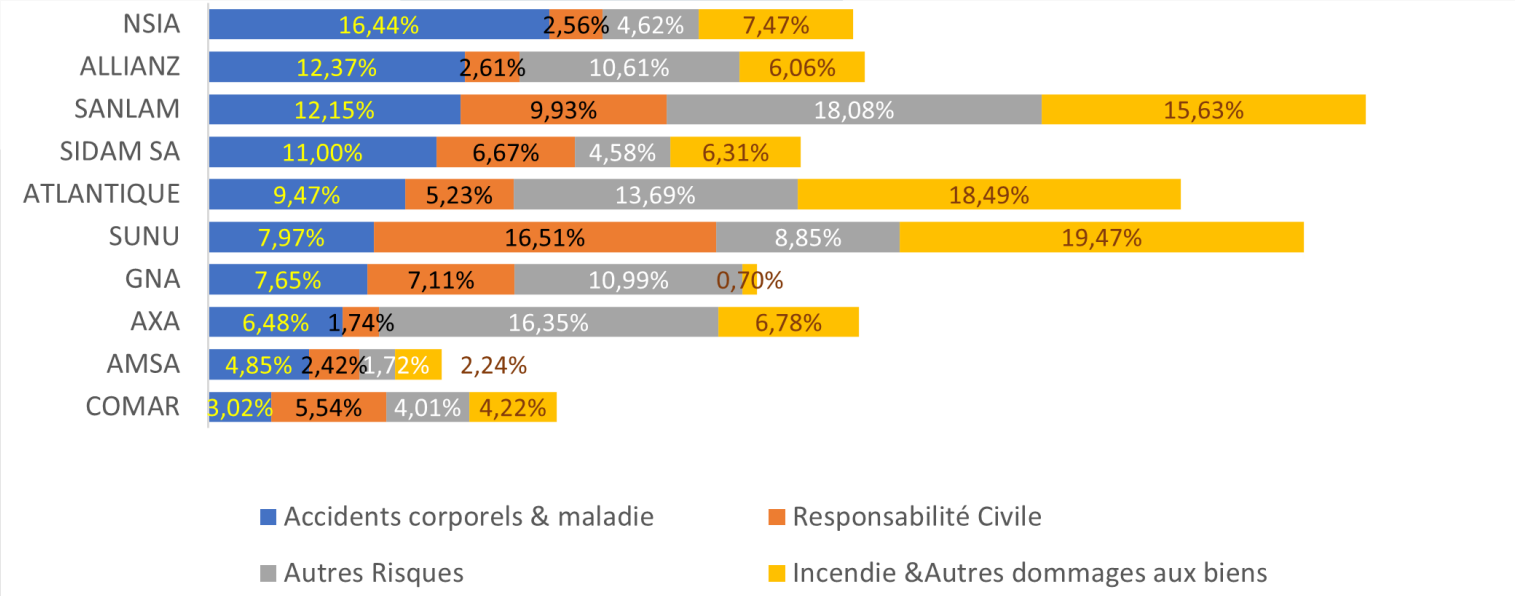
Même si elle est la quatrième compagnie en termes de chiffre d'affaires, la compagnie NSIA a versé 11,73% des indemnités. Toutes proportions gardées, la compagnie paie plus qu'elle ne devrait. Cela pourrait s'expliquer par la structure de son offre. En effet, 54,62% des primes émises par la compagnie sont des produits Accidents corporels & maladie.

Figure 4 : Parts des produits dans l'offre des compagnies



Sur le marché de Non-Vie, NSIA a versé 16,44% des indemnités sur les produits Accidents corporels & maladie. De toutes les compagnies, elle est celle qui a versé le plus d'indemnités sur ce produit.

Figure 5 : Parts des indemnités versées par les compagnies en fonction des produits



La compagnie SANLAM est le leader du marché de l'assurance Non-Vie en Côte d'Ivoire. Il est important de noter que le marché est dominé par 3 principaux produits. En effet, les produits Accidents corporels & maladie, Véhicules terrestres à moteur et Incendie & autres dommages aux biens représentent 83% du chiffre d'affaires total et 92% des indemnités versées aux assurés. Aussi, l'assurance Non-vie représente 54,28% du marché de l'assurance en Côte d'ivoire. Les 45,72% restant sont générés par les compagnies d'assurance vie. Il devient dès lors légitime de se demander comment se comporte cette branche du marché de l'assurance.

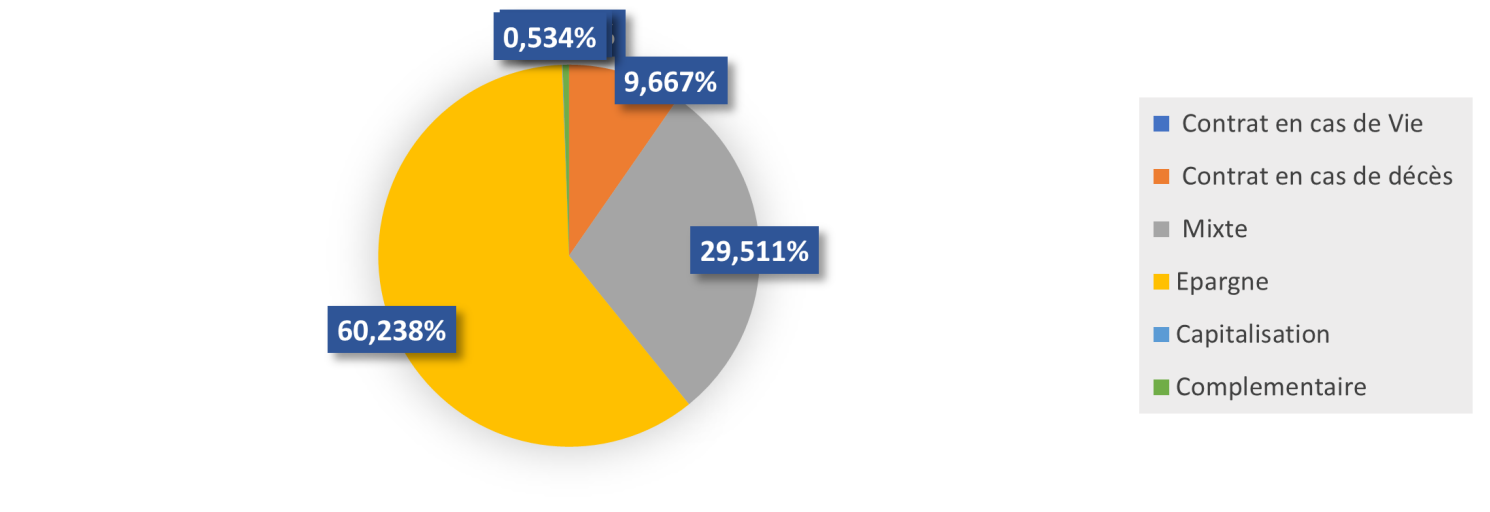
L'ASSURANCE VIE EN CÔTE D'IVOIRE

En Côte d'ivoire, les compagnies d'assurance vie ont des activités indépendantes des compagnies d'assurance Non-vie. Pour pouvoir exercer dans les deux branches, certaines compagnies ont créé à la fois une compagnie d'assurance vie et une compagnie d'assurance non-vie. C'est le cas du groupe NSIA avec NSIA pour la branche assurance Non-vie et NSIA Vie pour la branche assurance Vie. Il en est de même pour la plupart des autres compagnies comme ALLIANZ, SUNU, SANLAM, ATLANTIQUE, etc. Dans ces cas, les deux compagnies portent le même nom avec la mention vie pour les compagnies d'assurance vie et cela crée parfois des confusions. Au 31 décembre 2021, 10 compagnies d'assurance vie étaient enregistrées en Côte d'Ivoire. Avec un chiffre d'affaires de 205,85 milliards FCFA en 2021, le marché de l'assurance vie affiche une croissance de 12% par rapport à 2020. Les compagnies d'assurance vie proposent 6 produits identiques reparties en deux grandes catégories à savoir les Assurances Individuelles et les Assurances collectives.

Figure 6 : Parts des segments de marché dans la branche assurance vie en 2021

Les produits d'assurances Individuelles représentaient 59,54% du chiffre d'affaires total du marché. Sur ce segment de marché, trois offres se distinguent. Ce sont les produits d'assurances individuelles sur Epargne (60,24%), Mixte (29,51%) et les contrats en cas de décès (9,67%).

Figure 7 : Contribution au chiffre d'affaires des produits sur le segment Assurances Individuelles



A eux seuls, ces trois produis ont généré 99,42% du chiffre d'affaires des assurances individuelles soit sa quasi-totalité.

Les produits d'Assurances Collectives quant à eux, ont généré 40,21% du chiffre d'affaires du marché des assurances vie en 2021 soit 83 milliards de FCFA. Sur ce segment, trois offres se distinguent à savoir les produits d'Epargne, les Contrats en cas de décès et les assurances par capitalisation. En effet, sur la même période, 60% du chiffre d'affaires des assurances collectives ont été généré par les produits d'Epargne, 33% par des contrats en cas de décès et 5% par des contrats d'assurance par capitalisation.

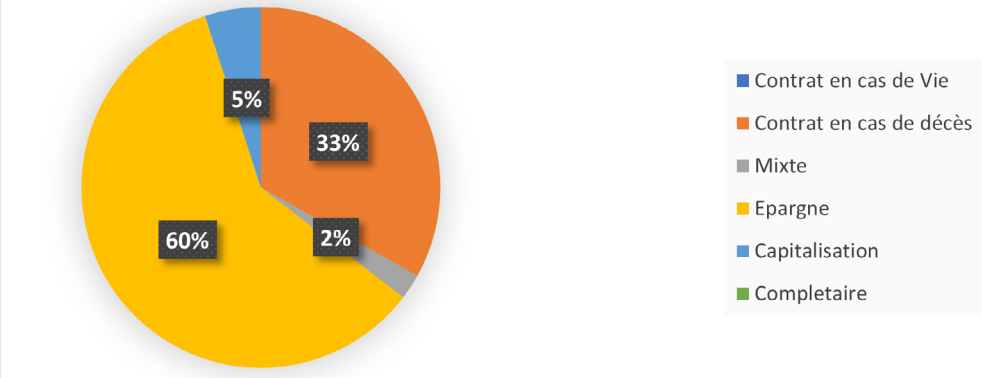


Figure 8 : Contribution dans le chiffre d'affaires des produits sur le segment assurances collectives

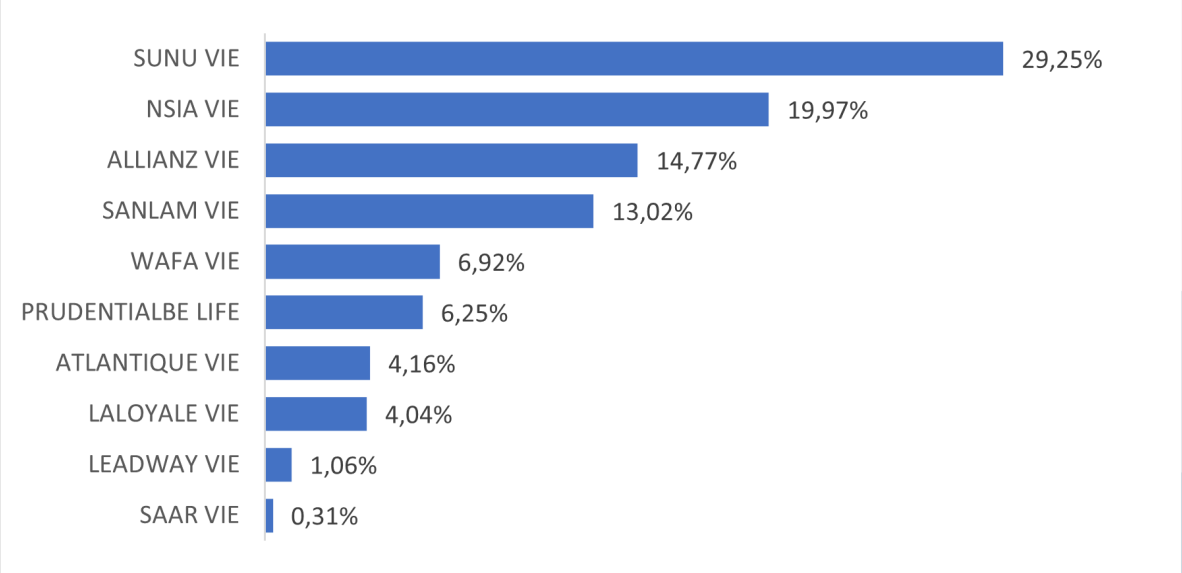
L'assurance par capitalisation

Les contrats par capitalisation sont différents des contrats d'assurance vie (contrats en cas de vie ou décès) car ils ne reposent pas sur la couverture d'un risque (décès du souscripteur). Le contrat par capitalisation est un placement financier qui offre la possibilité à une personne physique ou morale de capitaliser une somme d'argent. La compagnie d'assurance va placer une partie du capital dans des produits financiers. Ce type de contrat donne la latitude au souscripteur de disposer de son capital à tout moment. Il peut donc ajouter ou retirer de l'argent quand il le désir. Au terme du contrat, le capital final est reversé soit dans sa totalité soit sous forme de rente viagère. Une autre particularité de ce type de contrat est qu'il est toujours valable même en cas de décès du souscripteur avant le terme du contrat. Dans ce cas, il est transmis aux héritiers comme un patrimoine. Toutefois, en dépit de tous ses avantages, le contrat est soumis à deux risques majeurs à savoir la perte de capital et la solvabilité. En effet, comme tout placement financier, les rendements dépendront des variations du marché. Le deuxième risque fait intervenir la solidité de la compagnie d'assurance. Ici, ce risque est lié à la faillite de l'assureur ou sa capacité à faire face à ses engagements financiers.

Les acteurs du marché de l'assurance Vie

Le marché de l'assurance vie en Côte d'Ivoire est constitué de 10 compagnies. Le leader sur du marché est SUNU Vie avec 29,25 % de parts de marché. Il est suivi de NSIA Vie et de ALLIANZ Vie qui représentent respectivement 19,97% et 14,77% du marché. La groupe SANLAM bien que leader sur le marché de l'assurance Non-vie arrive avec SANLAM Vie en quatrième position avec 13,02% du marché. Les 5 premières compagnies ont généré à elles seules 83% du chiffre d'affaires total.

Figure 9 : Classement des compagnies d'assurance Vie selon les parts de marché



Assurances Individuelles

Avec 24,38% de parts de marché, SUNU Vie se positionne comme leader sur ce segment de marché suivie de près par NSIA Vie avec 23,94%. La compagnie SANLAM Vie arrive en troisième position avec 16,63%. Les cinq premières compagnies ont généré 86% du chiffre d'affaires total sur ce segment.

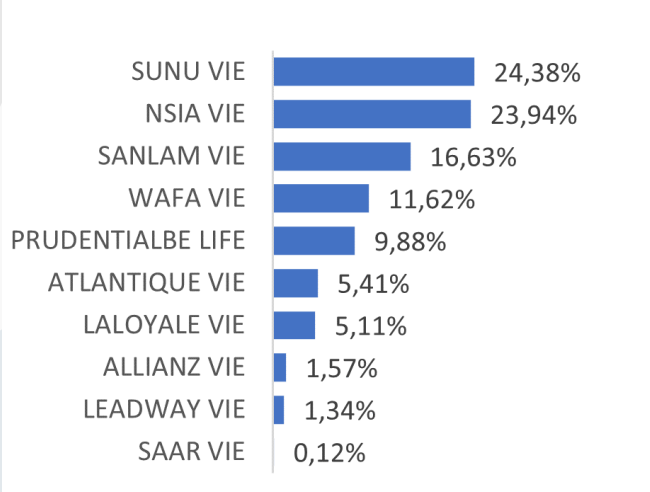
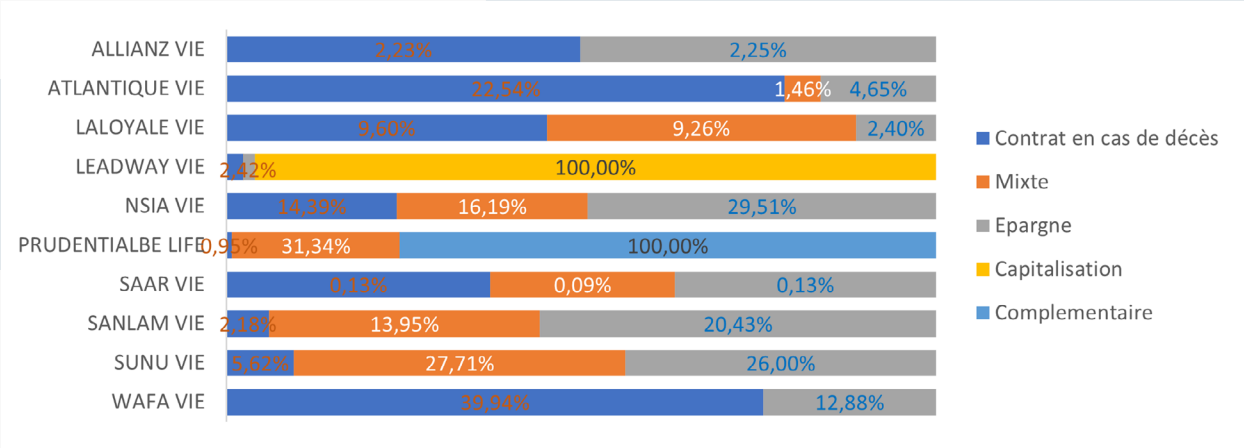


Figure 10 : Parts des compagnies dans l'offre de produits d'assurances individuelles



Toutefois, certaines compagnies se distinguent dans l'offre de produits sur le marché. En effet, la compagnie LEADWAY est la seule à avoir émis des primes pour les produits d'assurance par capitalisation. Il en est de même pour PRUDENTIALBLE LIFE pour les produits d'assurances complémentaire. Sur les autres produits, les positions varient en fonction du type d'offre. WAFA Vie est le leader sur les contrats de décès avec 39,94% de parts de marché. Sur les produits d'Epargne, NSIA arrive en tête avec 29,51%.

Assurances Collectives

Le segment de marché de l'assurance collective est dominé par trois compagnies. En effet, les trois premières compagnies ont généré à seules 85% du chiffre d'affaires total. SUNU Vie se positionne comme le leader avec 36,98% et est suivie de ALLIANZ Vie avec 34,20%. NSIA Vie arrive en troisième position avec 14,12%.

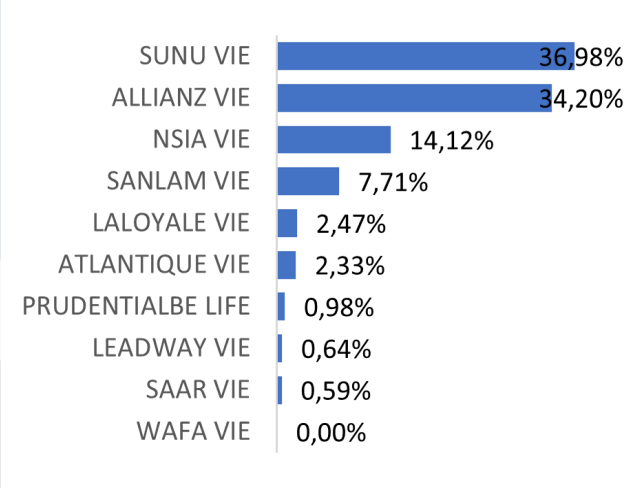
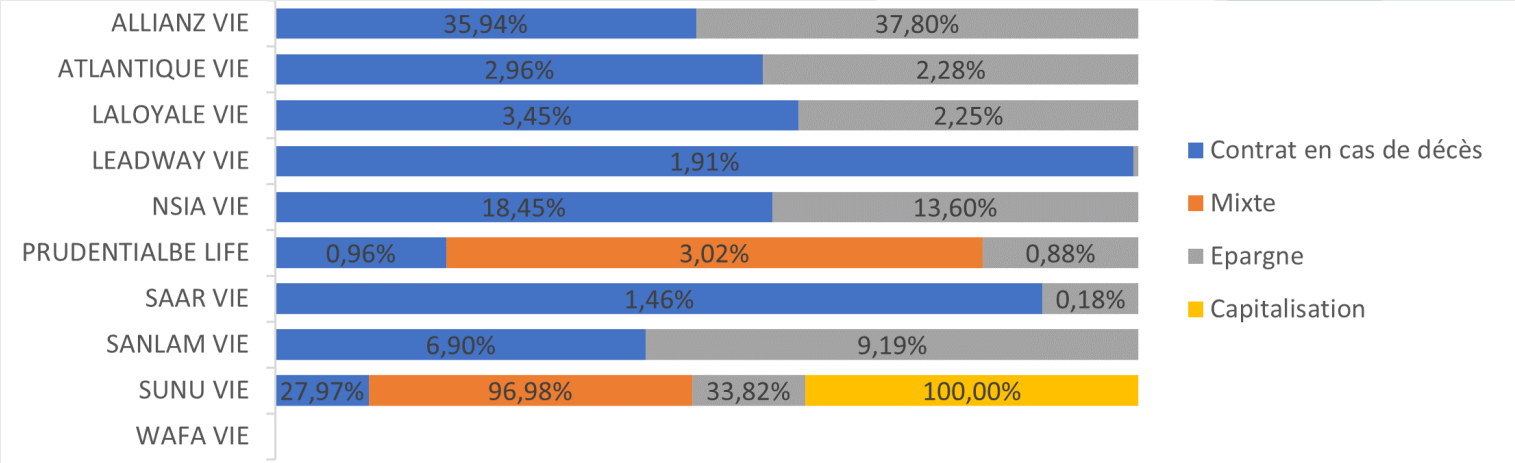


Figure 11 : Parts des compagnies dans l'offre de produits d'assurances collectives



Les compagnies SUNU Vie et ALLIANZ Vie dominent largement ce segment de marché. De plus, SUNU Vie est la seule compagnie à avoir émis des produits d'assurance par capitalisation. Il faut noter que la compagnie WAFA Vie est absente sur ce segment de marché.

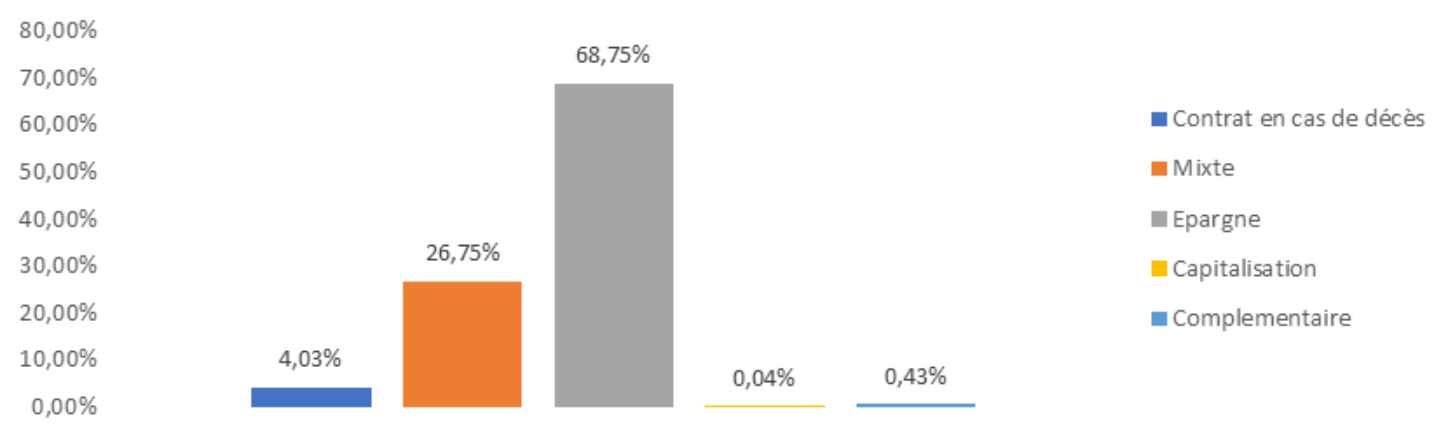
Le règlement des sinistres

En 2021, c'est plus de 134,2 milliards FCFA qui ont été versés par les compagnies d'assurance vie à leurs souscripteurs. Cela représente 55,6% des 241 milliards d'indemnités versées par les compagnies d'assurance (Non-vie et Vie) ivoiriennes. En d'autres termes, les compagnies d'assurance vie ont versé 27 milliards FCFA de plus d'indemnités que les compagnies d'assurance Non-vie. Sachant que leur chiffre d'affaires ne représente que 45,72% du chiffre d'affaires total, il ressort que, toutes proportions gardées, les compagnies d'assurance Non-vie sont plus rentables que les compagnies d'assurance Vie. Aussi, faut-il noter que sur les 134 milliards FCFA d'indemnités, 51,20% ont été versées pour les produits d'assurances individuelles contre 48,80% pour les produits d'assurances collectives.

Assurances Individuelles

En 2021, sur le segment Assurances individuelles, 68,75% du montant versé par les compagnies d'assurance vie ont concerné les les produits d'Epargne.

Figure 12 : Répartition des indemnités versées sur le segment assurance individuelles dans l'assurance Vie



Aussi, il faut noter que les cinq premières compagnies ont versé 90% des indemnités total sur ce segment de marché. La compagnie SUNU Vie a versé le plus d'indemnités avec 28,69% du montant total. NSIA Vie arrive en seconde position avec 24 ,16% suivie par SANLAM qui a versé 23,56%. A elles seules ces trois compagnies ont versé 76,42% des indemnités totales.

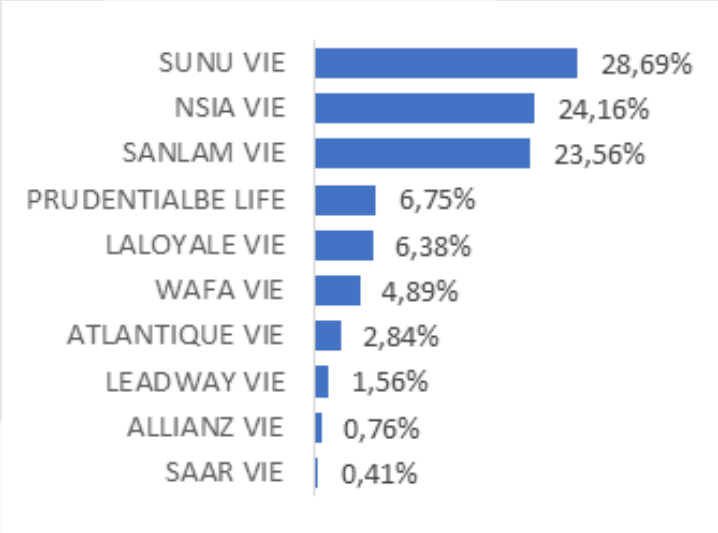
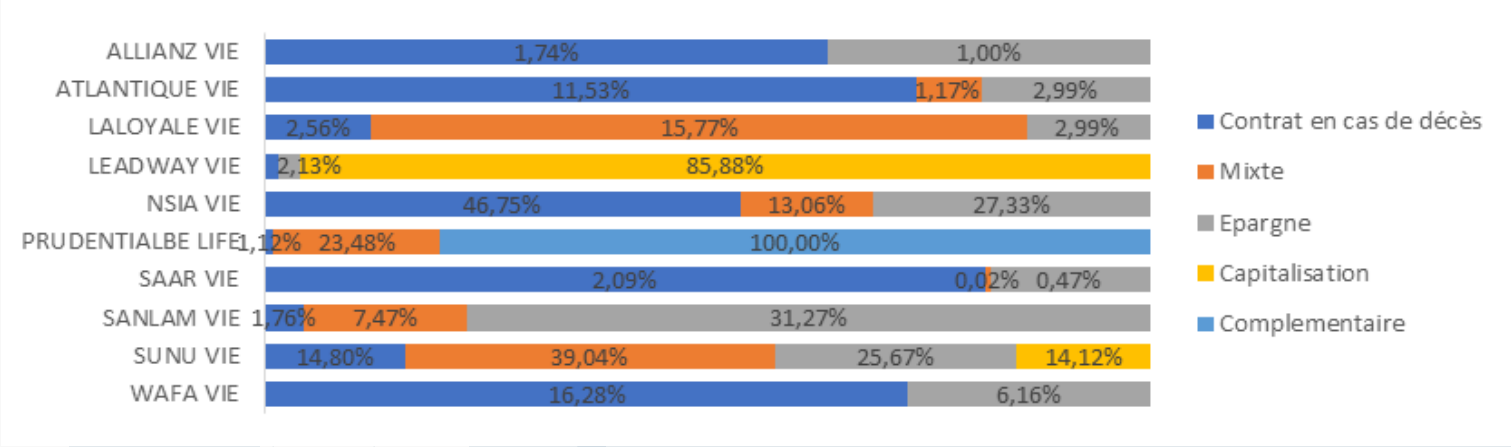


Figure 13 : Parts des indemnités versées par les compagnies en fonction des produits sur le segment assurances individuelles

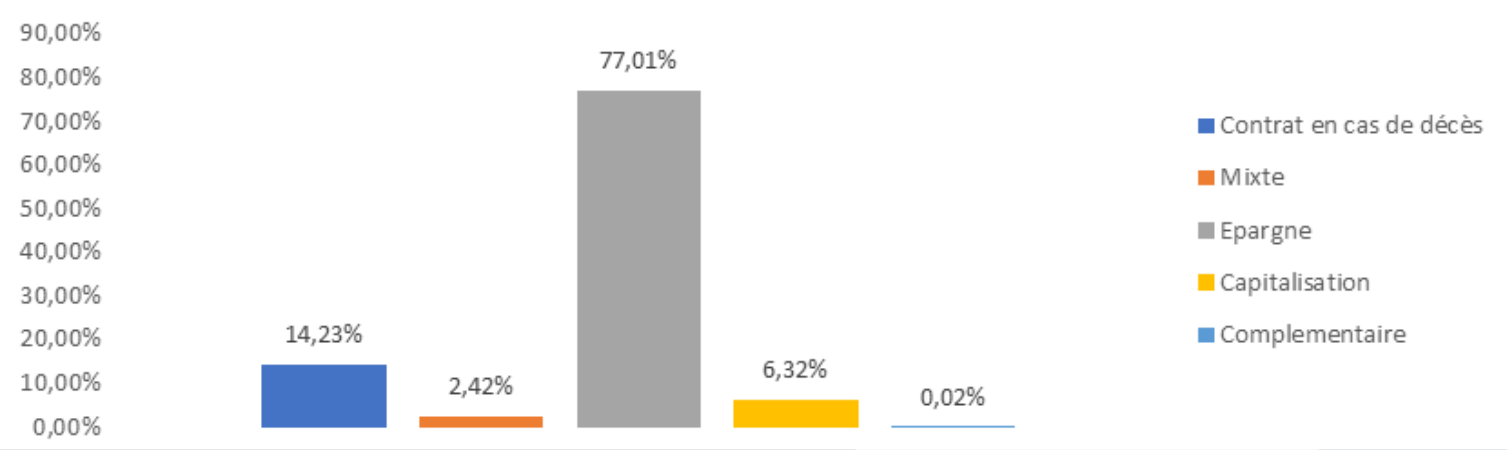


La compagnie SANLAM vie a versé le plus d'indemnités sur les produits d'Epargne avec 31,27% des indemnités. NSIA Vie quant à elle a versé 46,75% des indemnités sur les contrats en cas de décès. SUNU Vie a versé 39,04% des indemnités sur les produits d'assurances Mixte.

Assurances Collectives

Au cours de l'année 2021, c'est plus de 65 milliards de francs CFA qui ont été versés par les compagnies d'assurance vie sur le segment de marché Assurances Collectives. Les produits d'Epargne ont capté 77,01% des indemnités versées.

Figure 14 : Répartition des indemnités versées sur le segment assurance collectives dans l'assurance Vie



Trois compagnies ont versé à elles seules 88,38% des indemnités totales. La compagnie SUNU Vie a versé 41,76% des indemnités, ALLIANZ Vie 34,70% et NSIA Vie 11,93%.

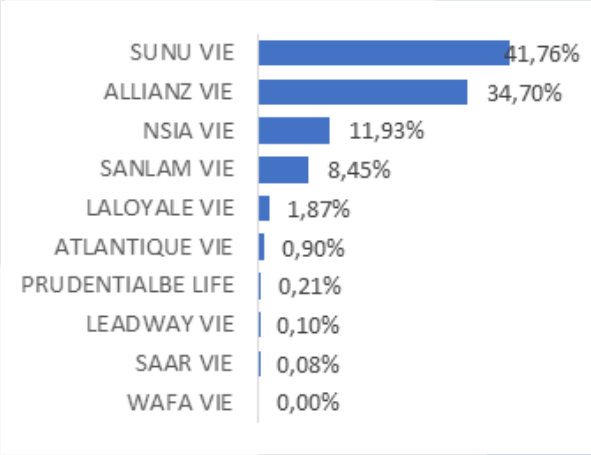
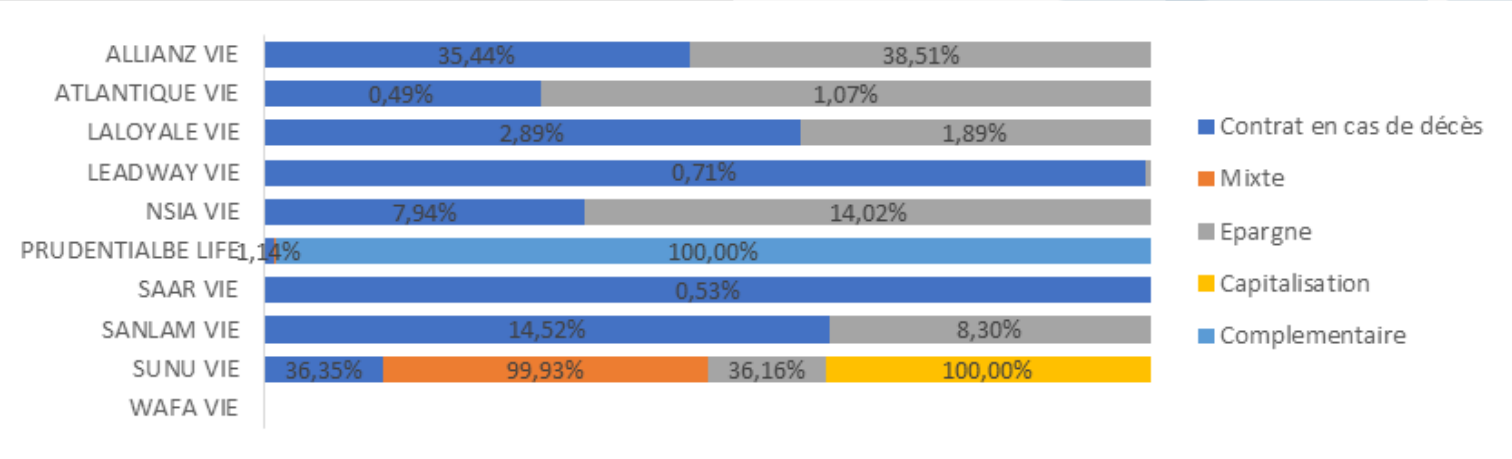


Figure 15 : Parts des indemnités versées par les compagnies en fonction des produits sur le segment assurances collectives



La compagnie SUNU Vie a versé 99,93% des indemnités sur les produits Mixtes, 36,35% et 36,16% respectivement sur les contrats en cas de décès et les produits d'Epargne. ALLIANZ Vie quant à elle a versé 38,51% et 35,44% des indemnités respectivement sur les produits d'Epargne et les contrats en cas de vie.

Par ailleurs, l'analyse de la branche assurance vie montre que les ivoiriens ne manifestent aucun intérêts pour les contrats en cas de vie. En effet, sur les dix dernières années, aucun contrat en cas de vie n'a été émis par les compagnies d'assurance vie.

! À SAVOIR

En Mai de 2022, les compagnies Allianz et Sanlam ont signé un accord portant sur la création d'une Joint-Venture. Cette nouvelle entité va combiner les opérations des deux compagnies pour former la plus large entité de services financiers non-bancaire en Afrique. La co-entreprise regroupera donc les activités des deux compagnies dans les pays où au moins l'une d'entre elle est présente à l'exception de la Namibie qui l'intégrera ultérieurement. Seul l'Afrique du Sud est exclue de cette accord. En Côte d'Ivoire, cette fusion consacrera la domination des deux géants sur le marché de l'assurance. En effet, la co-entreprise formée par ces deux compagnies cumulera, à elle seule, plus de 33% de parts de marché sur la branche de l'assurance Non-Vie et plus de 30% sur la branche Vie.

QUE RETENIR ?

Premier marché dans la zone CIMA et neuvième en Afrique, la Côte d'Ivoire est un acteur clé dans le secteur de l'assurance en Afrique.

Le pays compte 20 compagnies d'assurance Non-Vie, 10 compagnies d'assurance Vie, 8 compagnies de réassurance et 2 compagnies particulières d'assurances (FGA et la CNPS). Ces dernières sont regroupées au sein de l'ASA-CI (l'Association des Sociétés d'Assurance en Côte d'Ivoire). En tout, il faut compter sur le marché 40 compagnies d'assurance et de réassurance mais aussi plus 300 courtiers et sociétés de courtages.

Le marché de l'assurance en Côte d'Ivoire est en pleine croissance depuis le début de la décennie. En 2021, son chiffre d'affaires était évalué à 478,6 milliards soit une croissance de 22,22 % par rapport à l'année précédente. Le segment de l'assurance Non-Vie a contribué pour 54,28% à ce résultat contre 45,72% pour le segment de l'assurance Vie.

La compagnie SANLAM est le leader de l'assurance Non-vie avec 21,81% du marché. La compagnie SUNU Vie tient les rênes du marché de l'assurance Vie avec 29,25% des parts de marché.

Le secteur de l'assurance en Côte d'Ivoire reste prometteur. Toutefois, certains défis demeurent à la page notamment la digitalisation des processus afin d'optimiser la prise en charge des requêtes des souscripteurs.

SP

SINI PROPERTY

Solutions immobilières

Particulier, professionnel, vous êtes en face d'une problématique immobilière et vous ne savez pas quoi faire. Ne vous inquiétez pas.

NOUS AVONS LA SOLUTION

ACHAT - VENTE

LOCATION - GESTION - SYNDIC

4 QUESTIONS À

Interview réalisée par Laciné Diaby

JOËL CADIER,

MANAGING PARTNER KEYSFINANCES PARTNERS

Bonjour Monsieur Cadier. Merci d'avoir accepté de nous accorder cette interview. Pour ceux qui ne vous connaissent pas, vous êtes fondateur et associé gérant de KeysFinances Partners, une banque d'affaires créée en 2014, basée à Abidjan (Côte d'Ivoire) et dédiée à l'Afrique subsaharienne francophone.

1) Pour commencer, pouvez-vous expliquer à nos lecteurs ce qu'est qu'une banque d'affaires ? Et qu'est-ce qui la différencie d'une banque classique ?

Une banque d'affaires conseille des clients, qui peuvent être des entreprises industrielles ou de services, des fonds d'investissement, des sociétés publiques et parapubliques, en fait, toute organisation à but lucratif, pour conduire leurs opérations de cessions, fusions & acquisitions, de levée de fonds et de conseil stratégique et financier. Ces opérations entrent dans le cadre de leur projet stratégique de développement, de restructuration ou de désengagement, ou bien, lorsqu'il s'agit d'actionnaires, de valorisation de leur patrimoine professionnel. La banque d'affaires est, par analogie de terme, souvent confondue avec la banque commerciale alors que les métiers sont aux antipodes l'un de l'autre, le premier fait du conseil financier (il vend de la matière grise) et ne dispose pas de bilan alors que le deuxième dispose d'un bilan, les dépôts de ses clients, pour prêter de l'argent (il vend du crédit).

En tant que conseil financier nous sommes, notamment, en charge de l'analyse stratégique et financière de l'entreprise cible, analyse qui en déterminera une valeur, dans le cadre d'une cession ou

d'une levée de fonds en capital la valeur à laquelle peut prétendre notre client, dans le cadre d'une acquisition, la valeur maximale que devrait payer notre client pour l'acquérir. En cas de cession ou de levée de fonds, nous prospectons afin d'identifier les acquéreurs/investisseurs potentiels les plus pertinents pour cette transaction, nous leur présentons la cible sous ses meilleurs aspects (tout en étant prêts à répondre à toute question relative à ses faiblesses qui pourraient être détectées dans le cadre des due diligences) et nous déroulons un processus concurrentiel pour optimiser les conditions de la transaction dans le meilleur intérêt de notre client. Nous l'accompagnons dans le choix des différents conseils nécessaires au bon déroulement de la transaction (cabinets d'audits comptable, juridique, industriel, RSE..., cabinet d'avocats), et nous coordonnons les missions de chacun, représentant direct de notre client, garant de ses intérêts vis-à-vis de toutes les parties prenantes.

2) Maintenant que nous savons ce qu'est une banque d'affaires, nous aimerions savoir quels sont leurs apports dans l'accompagnement des entreprises ou des investisseurs privés dans le contexte africain ?

Aujourd'hui, après neuf ans d'activité, nous avons atteint un certain niveau de maturité qui nous a permis d'observer le marché et ses acteurs. L'un des enjeux les plus importants de la réussite de nos missions demeure celui de la disponibilité, de la qualité et de la fiabilité de l'information au sein de l'entreprise cible. Dans notre région, de nombreuses entreprises continuent de fonctionner avec une partie informelle de leur activité, établissant des états financiers bien en-deçà de la réalité. Cette faiblesse dans la transparence financière, et donc dans la connaissance exacte de leur performance opérationnelle, complexifie considérablement la réalisation des transactions. Et cela au détriment du niveau de valorisation souhaité par notre client dans la mesure où cela engendre de la méfiance de la part des acquéreurs/investisseurs qui doutent de la réelle performance de la cible. La banque d'affaires, par son accompagnement et le retraitement de l'information, présente, et démontre, dans le mémorandum de présentation, la réalité de ces performances par une structuration globale des éléments opérationnels et financiers, crédibilisant ainsi le dossier auprès des contreparties.

On s'est rendu compte aussi, qu'au-delà du conseil financier et stratégique dans le cadre de transactions déterminées, nous devions développer une activité de conseil sur des aspects non transactionnels afin d'accompagner, sur une période longue, certaines entreprises sur l'ensemble de leurs opérations de développement, l'amélioration de leur gouvernance, la mise en place de système d'information et d'outils de contrôle de gestion pertinents, aux côtés des dirigeants, permettant ainsi d'appuyer, et de crédibiliser, vis-à-vis de leurs contreparties (banques commerciales, fournisseurs, équipementiers, Autorités...), leurs stratégies de développement.

3) Récemment, KeysFinances Partners a accompagné le Groupe PLASTICA dans le cadre de l'acquisition du groupe français GUÉRIN. Pouvez-vous nous en dire plus sur le rôle joué par votre structure dans le cadre de cette opération ?

Nous sommes intervenus en tant que conseil financier exclusif du Groupe Plastica et de son Président Abbas BADREDDINE. Nous l'avons accompagné dans le cadre de cette opération qui comportait deux volets : négociation de l'acquisition avec les vendeurs et levée du financement auprès des établissements bancaires. Nous avons ainsi beaucoup agi pour rassurer nos interlocuteurs en France (propriétaires du groupe Guérin, encadrement, représentants du personnel, banquiers...) sur les capacités, et la vision stratégique, de cet acquéreur venant du continent africain. Parallèlement, nous avons préparé toute la documentation stratégique et financière et avons été le relais auprès des autres conseils pour les due diligence et la rédaction de la documentation juridique de la transaction. Enfin, nous avons organisé l'ensemble des échanges d'informations avec les différents intervenants, et accompagné notre client dans toutes les négociations tant avec les vendeurs qu'avec les banquiers jusqu'au « closing » de la transaction intervenue le 10 novembre dernier.

C'est une très belle opération, qui s'est déroulée sur 10 mois ; nous sommes vraiment fiers d'y avoir été associés et nous remercions sincèrement Abbas de nous avoir fait confiance.

4) Pour terminer, dites-nous Monsieur Cadier, selon votre expérience avec KeysFinances Partners, quelles sont les contraintes au développement des banques d'affaires en Afrique ? Et quelles sont les perspectives d'évolution de cette activité sur le continent notamment en Côte d'Ivoire ?

Le marché du M&A en Côte d'Ivoire, et plus largement en Afrique sub-saharienne francophone, est un marché qui reste encore relativement immature. Depuis 2014 que nous existons, nous avons observé un volume de transactions dans la région encore faible contrairement à l'Afrique anglophone, comme au Ghana et au Nigéria, et en Afrique de l'Est (Kenya notamment). On observe tout de même sur notre périmètre un certain nombre de transactions M&A même si elles sont, pour la plupart, réalisées de gré à gré sans banque d'affaires, restant donc sous les radars officiels. L'un des défis auquel nous faisons encore face est la méconnaissance de notre métier et de la valeur ajoutée qu'une banque d'affaires, de qualité, apporte dans une transaction au bénéfice de son client. Il y a encore beaucoup de pédagogie à faire auprès des propriétaires et dirigeants d'entreprises de notre région pour les convaincre de leur intérêt de se faire conseiller par une banque d'affaires dans le cadre de leurs opérations capitalistiques (cession, acquisition, ouverture du capital...)

Toutefois la culture M&A commence tout doucement à s'implanter dans le paysage de la région. Le marché des fusions acquisitions dans la zone est très actif depuis le début de l'année 2022, à la fois porté par les opérations de private equity (déjà 5 à 6 opérations uniquement en Côte d'Ivoire par exemple), mais aussi par les importantes opérations liées aux cessions d'actifs de certains acteurs internationaux (Engie, Bolloré, BNP Paribas, JA Delmas par exemple...). Nous restons optimistes quant au dynamisme du marché dans les années à venir, le volume des transactions continuera de croitre avec la croissance de notre région portée par la croissance de notre pays.

Nous sommes au terme de nos 4 questions. Merci Monsieur Cadier pour vos réponses.

EVENEMENT

Rapporté par Aboubacar KAMARA

SOMMET DES DIRIGEANTS ETATS-UNIS/ AFRIQUE 2022, NOUS Y ÉTIONS

Huit ans après la première édition organisée en août 2014, sous la présidence de Barack Obama, les dirigeants africains ont répondu massivement présents à l'invitation du Président Joe Biden pour le U.S.-Africa Leaders Summit qui s'est tenu du 13 au 15 décembre dernier à Washington. Ils étaient au total 49 chefs d'Etats et de Gouvernements ainsi que plusieurs hautes personnalités africaines à prendre part au sommet. Durant trois jours, les dirigeants africains et américains ont débattu de différents sujets (sécurité, économie, changement climatique, etc.). A l'issu des échanges, le Président américain a promis de dégager 55 milliards de dollars pour l'Afrique d'ici trois ans. Cela concernera, entre autres, les domaines du numérique, des infrastructures, de la santé, de la lutte contre le changement climatique et des énergies renouvelables.

Habitué des grands évènements, Le Felis était représenté à cette rencontre de haut niveau par son directeur de publication, Monsieur Laciné Diaby, qui est par ailleurs Président de Teligenx, entreprise intervenant dans le domaine de l'intelligence économique en Afrique.

En marge de ce sommet, Monsieur Diaby a participé au forum CI-USA organisé par le CEPICI à l'Ambassade de Côte d'Ivoire aux Etats-Unis. Présidé par le Premier Ministre Patrick ACHI, l'objectif de ce forum était de permettre aux hommes d'affaires ivoiriens de rencontrer dans un cadre de B to B les investisseurs américains intéressés par l'Afrique et plus particulièrement par la Côte d'Ivoire.

Le Forum a également enregistré la présence du Ministre d'Etat, Ministre des Affaires Etrangère Mme Kandia CAMARA, du Ministre du Commerce, de l'Industrie et de la Promotion des PME, Monsieur Souleymane DIARRASSOUBA, de l'Ambassadeur de Côte d'Ivoire aux Etats-Unis, Monsieur Ibrahima TOURE, du tout nouveau Président de la CGECI, Monsieur Ahmed CISSE, du Président de la CCI-CI, Monsieur Faman TOURE et de la Directrice Générale du CEPICI, Madame Solange AMICHIA.

A cette occasion, Monsieur Laciné a fait la rencontre de potentiels investisseurs américains en Côte d'Ivoire et s'est aussi entretenu avec plusieurs acteurs clés du secteur privé ivoiriens. Retour en image de quelques-unes de ces différentes rencontres.

Le Felis, toujours au cœur des grands évènements

Quelques rencontres de Monsieur Laciné Diaby, Directeur de Publication de la revue Le Felis lors de l'U.S.-Africa Leaders Summit 2022

Rencontre avec le Ministre Souleymane Diarrassouba, Ministre du Commerce, de l'Industrie et de la Promotion des PME

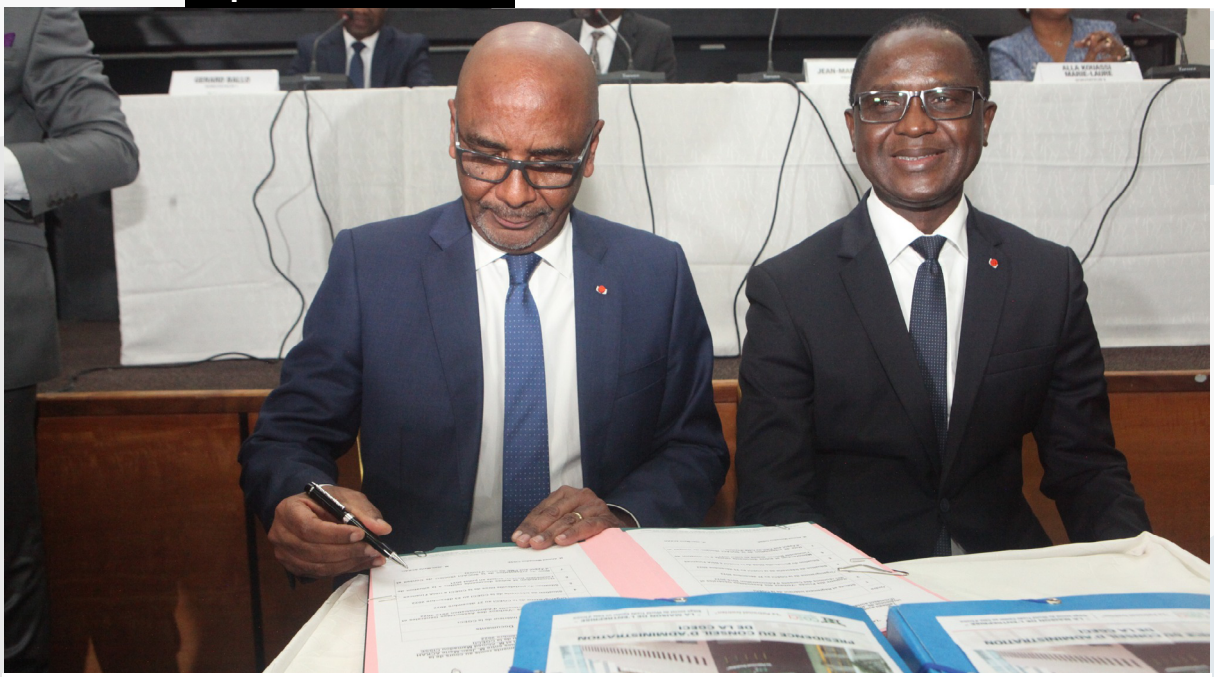
Rencontre avec Monsieur Ahmed CISSE, nouveau Président du CGECI

Monsieur Laciné Diaby, Directeur de publication de Le Felis avec Monsieur Fama Touré, Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Ivoire

DERNIÈRE HEURE

par la rédaction

PASSATION DE CHARGES ENTRE LE NOUVEAU ET L'ANCIEN PRÉSIDENT DE LA CGECI



Jean-Marie ACKAH, Président sortant de la CGECI et Ahmed CISSE, nouveau président de la confédération

Le mercredi 28 décembre 2022, s'est tenue au siège du patronat ivoirien à Abidjan-Plateau, la cérémonie de passation de charges entre le nouveau et l'ancien président de la Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire (CGECI). Après 6 années passées à la tête de l'organisation patronale, Monsieur Jean-Marie ACKAH (Président sortant) passe le flambeau à Monsieur Ahmed CISSE, élu à l'unanimité Président du Patronat lors du scrutin tenu le 30 novembre dernier.

La cérémonie qui s'est tenue en présence de Monsieur Souleymane DIARRASOUBA, Ministre du Commerce, de l'Industrie et de la Promotion des PME et de Monsieur Adama COULIBALY, Ministre de l'Economie et des Finances, a été l'occasion pour Monsieur ACKAH de dresser un bilan de son action à la tête de l'organisation.

Elu pour un mandat de 3 ans, Monsieur CISSE a indiqué qu'il s'appuiera sur le soutien de tous pour réussir sa mission. « Ce n'est jamais facile de succéder à un grand homme. Mais, je suis persuadé qu'avec son soutien et l'engagement de tous, nous parviendrons à maintenir notre Confédération sur une pente ascendante. », a-t-il déclaré dans son discours lors de cette assemblée.

A propos de Monsieur Ahmed CISSE

Engagé de longue date au sein de l'organisation patronale, Monsieur Ahmed CISSE est membre du Conseil d'Administration de la CGECI depuis 2014. Il occupe depuis 2016, la fonction de Vice-Président et est membre du Bureau Exécutif de la CGECI.

Monsieur CISSE est le Président Directeur Général de Brandon & Mcain, entreprise adhérente de la CGECI dont il est le fondateur. Il est également Président du Conseil d'Administration de Moov Côte d'Ivoire, Président du Conseil d'Administration de la Banque Atlantique du Togo et Administrateur de plusieurs sociétés.

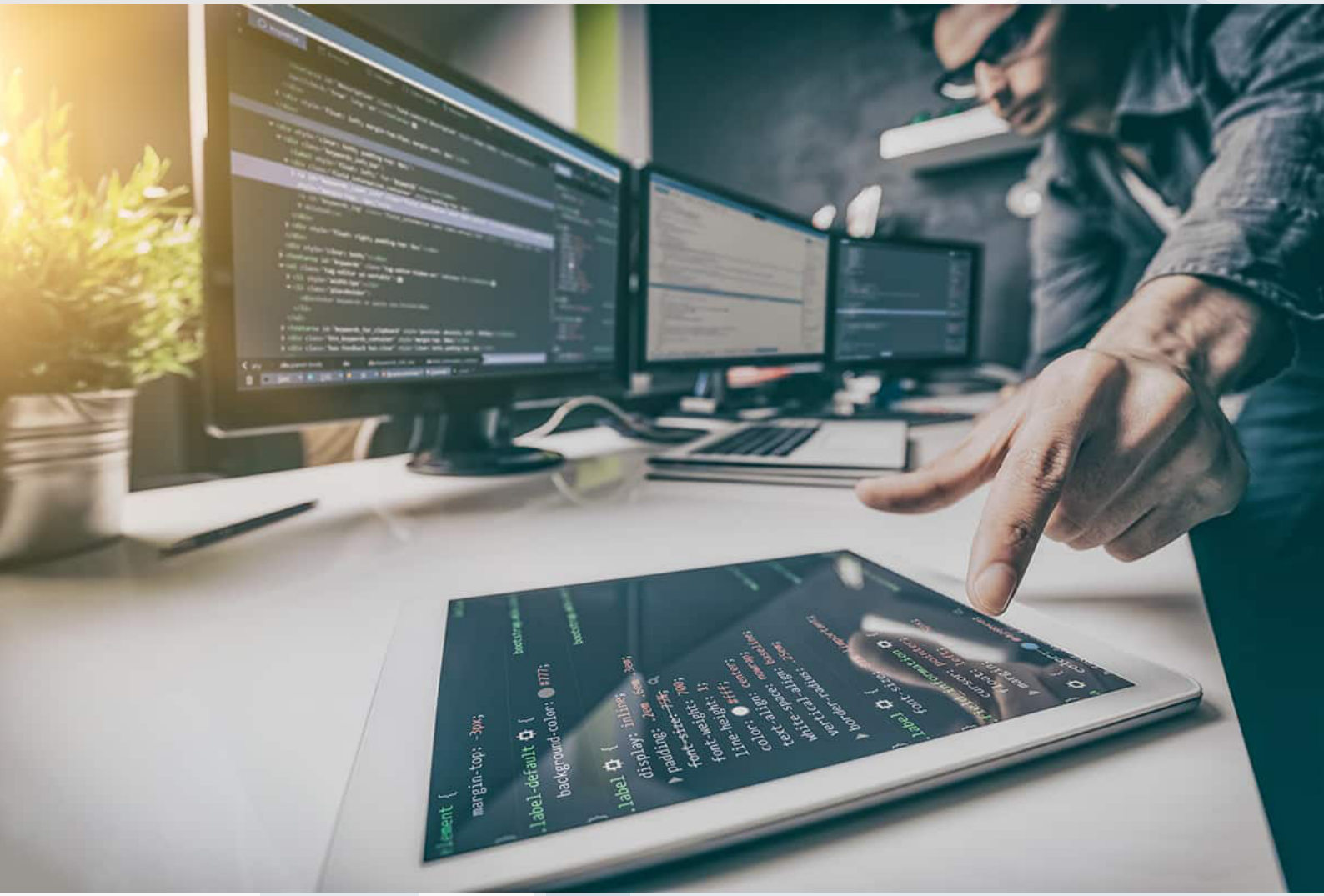
Par ailleurs, Monsieur Ahmed CISSE est Commandeur de l'Ordre National.

INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Par Aboubacar KAMARA

PROTECTION DE L'INFORMATION STRATEGIQUE EN ENTREPRISE

En plus de la veille et de l'influence, l'une des missions principales de l'intelligence économique est la protection du patrimoine informationnel des organisations. En effet, les entreprises détiennent des savoir-faire, des informations à forte valeur économique et stratégique. Ces éléments, qui définissent leur identité, sont ceux qui leurs permettent de se démarquer des concurrents et de rester compétitives sur le marché. La perte ou la divulgation de ces connaissances peuvent avoir de graves incidences sur le fonctionnement de l'entreprise voir impacter sa survie. Garantir l'intégrité de ses actifs stratégiques reste un défi majeur pour toutes les organisations. Alors, quelles informations nécessitent une attention particulière au sein de l'entreprise ? Comment s'y prendre pour les protéger ? Nous en parlons dans cet article.



Quelles informations faut-il protéger au sein de l'entreprise ?

Les entreprises disposent de plusieurs types d'information qui peuvent revêtir le caractère stratégique. On peut citer entre autres :

- les informations techniques : savoir-faire, concepts technologiques, solutions innovantes, designs, algorithmes et logiciels, etc.

- les informations commerciales : fichiers clients, fichiers fournisseurs, plans marketing, canaux et méthodes de distribution, résultats d'enquêtes marketing et d'évaluation de produits, etc.

- les informations financières : données comptables, informations bancaires, etc.

- les informations organisationnelles : projets de rapprochements, méthodes et organisations propres à l'entreprise ou au groupement, projets de recrutement, etc.

Toutefois, il est important de savoir que toutes ces informations ne nécessitent pas le même niveau de protection. Une analyse préalable des risques est donc indispensable avant de déployer une politique de protection. Celle-ci permettra de classifier les informations stratégiques de l'entreprise.

La première étape de cette démarche consiste à identifier le niveau de sensibilité de chaque information selon le préjudice qu'engendrerait sa perte, sa divulgation ou sa destruction (impact majeur, modéré, faible, etc.). Cela revient à se poser des questions du type : qu'est-ce qu'encoure l'entreprise si elle perd cette information ? Cette situation porterait-elle atteinte à un projet en cours ? Ou affecterait-elle l'image de l'entreprise ? Ou encore fera-t-elle perdre un client important ?

Ensuite, il faudrait évaluer l'occurrence du risque tout en appréciant d'où pourrait provenir la faille (technique ou humaine). Concrètement, il s'agit d'apprécier la probabilité que s'accomplisse les menaces qui pèsent sur l'information.

En agrégeant ces deux éléments (sensibilité et occurrence) dans un tableau de criticité, on peut identifier le niveau de protection que nécessite chaque information. Ainsi, les informations très sensibles dont l'occurrence de la menace est élevée devront faire l'objet d'une protection plus renforcée.

Cette analyse devra être réitérée périodiquement car une information identifiée comme très stratégique à un moment donné peut devenir moins importante ou fil du temps.

Comment protéger l'information stratégique ?

Les attaques à l'information sont une réalité et elles sont de plus en plus fréquentes dans le monde des entreprises. Qu'on soit une PME ou une multinationale, aucune entreprise n'est à l'abri d'une attaque visant son patrimoine immatériel (acte de vol, cyberattaques, manœuvre de déstabilisation de concurrents, etc.). Il revient donc à chaque entreprise de mettre en œuvre les moyens nécessaires pour garantir la protection de ses informations stratégiques. Si les politiques de protection peuvent différer d'une entreprise à une autre, quelques grandes lignes restent indispensables dans la protection de toutes les organisations.

La sensibilisation des employés

Nombreux experts en sécurité sont unanimes à dire que la plupart des données sensibles qui sont perdues par les entreprises sont liées à une faille humaine et non au piratage informatique. Lors d'échanges avec des personnes inconnues, des rencontres professionnelles (salon, colloque, etc.), de prise de parole en public, de bavardage dans les lieux fréquentés (café, restaurant, transports, etc.) certains employés divulguent par imprudence des données confidentielles sur leur entreprise. La sécurisation des informations sensibles commence donc par la sensibilisation des ressources humaines.

Cette étape est primordiale et nécessite une formation de tous les salariés sur les enjeux liés à la manipulation des données confidentielles afin qu'ils redoublent de prudence. Chaque employé doit avoir conscience de ce qui est confidentiel au sein de l'entreprise ainsi que des précautions à prendre dans les contacts avec des personnes extérieures pour éviter toute divulgation accidentelle.

En outre, l'accès à l'information au sein de l'entreprise doit être réservé ou différencié selon la sensibilité de celle-ci et la qualité du personnel. En effet, tout le monde ne doit pas avoir accès à tout dans l'entreprise. Cette disposition permet de limiter les risques de divulgation d'informations stratégiques, que cela résulte d'une inattention ou de l'exercice d'une contrainte.

Par ailleurs, le cas des stagiaires et des consultants non-salariés de l'entreprise doit faire l'objet d'une attention particulière. Ces derniers constituent des failles par lesquelles des informations stratégiques pourraient fuitées. Les contrats avec les consultants devront donc être soumis à des clauses de confidentialité sur les informations échangées. Dans le cas des stagiaires, il faudra les encadrer notamment dans le cadre de leurs rapports de stage pour qu'ils ne contiennent pas d'informations confidentielles. Les relations avec les écoles et universités doivent également être organisées pour protéger les résultats de recherches de leurs étudiants en stage dans l'entreprise.

La protection du système d'information et de télécom

Le processus de digitalisation en cours dans la plupart des organisations à démultiplier les risques d'intrusion et de piratage informatique. L'espionnage, la paralysie des systèmes informatiques, le vol de données, l'atteinte à l'image sont autant de cybermenaces auxquelles font face les entreprises au quotidien. Dans cet environnement à haut risque, le défi, pour les organisations, consiste aujourd'hui non plus à contenir les attaques mais à les anticiper. L'un des moyens pour y parvenir est de prendre assez tôt conscience de ses faiblesses. La réalisation d'un test d'intrusion (pentest) et/ou d'un audit, peut permettre à l'organisation de vérifier la vulnérabilité de son système d'information. Réalisées par des professionnels, les simulations d'attaques informatiques aideront à identifier les failles du réseau informatique, des applications utilisées ou du site web susceptibles d'être exploitées par une organisation criminelle ou un logiciel malveillant. En s'appuyant sur les résultats des différents tests, l'entreprise peut appliquer des correctifs et renforcer son niveau de sécurité informatique.

L'étape suivante est de mettre en place des solutions techniques qui auront pour but de détecter les anomalies, alerter les équipes de sécurité et bloquer les contenus malveillants.

La sécurité des locaux et du personnel

Toutes les entreprises doivent mettre en place des dispositifs et des procédures strictes pour filtrer l'accès à leurs locaux. Cela permet de limiter les risques d'intrusion et par ricochet protège les informations stratégiques de l'organisation et son personnel contre des actes malveillants.

En termes de protection physique des organisations, plusieurs aspects doivent être prises en compte à savoir :

- Bien penser sa politique de contrôle d'accès (badges, codes, barrières physiques etc.),
- Solliciter une société de gardiennage efficace,
- Installer des dispositifs de vidéosurveillance ou encore des systèmes d'alarme pour réduire la possibilité d'une intrusion malveillante,
- Restreindre l'accès à certaines zones (salle des serveurs, bureaux du PDG, Directeur juridique, R&D, etc.), etc.

Par ailleurs, la sécurité des locaux englobe également la mise en œuvre de plan de protection face à des catastrophes du type ou inondation.

Se faire aider si nécessaire

Elaborer et mettre en œuvre un plan de protection de l'information stratégique au sein d'une organisation requiert certaines compétences. En effet, mener un audit de sécurité et de sureté, par exemple, nécessite une bonne expertise pour s'assurer de ne rien omettre. Si l'entreprise ne dispose pas des ressources humaines pour exécuter ces différentes tâches, elle ne doit pas hésiter à se référer à des professionnels du domaine pour bénéficier de conseils. Cela peut nécessiter un certain coût mais il y va de la survie de l'organisation. L'enjeu en vaut donc la peine.

EXPRESSO

KeysFinance Partners

KEYSFINANCE PARTNERS ACCOMPAGNE LE GROUPE PLASTICA DANS LE CADRE DE L'ACQUISITION DU GROUPE FRANÇAIS GUERIN

ALTIUS Holding, SAS de droit français détenue par Monsieur Abbas BADREDDINE propriétaire du groupe Plastica, a finalisé l'opération d'acquisition de 100% des titres de la Financière Guérin, propriétaire des sociétés Guérin Plastiques, SAPB et Plastigolène auprès de la Famille GUÉRIN situées en Haute-Loire et en Ardèche en France.

Avec plus de 60 millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé, le Groupe GUÉRIN, créée en 1973, est un acteur historique du bassin français de la plasturgie spécialisé dans la fabrication d'emballages souples à partir de matières plastiques et notamment de polyéthylène (gaines industrielles, films agricoles, films à destination de l'industrie du bâtiment, sacherie etc...).

Détenu par l'entrepreneur ivoirien **M. Abbas BADREDDINE**, le Groupe Plastica est actif en Afrique de l'Ouest et en France dans l'industrie plastique et la logistique. Dans le cadre de sa stratégie, le Groupe a entrepris depuis quelques années plusieurs opérations de croissance externe visant à étendre son empreinte géographique et renforcer son savoir-faire technologique. Plastica se donne ainsi les moyens d'accélérer son développement sur le marché français et, au-delà, sur le marché européen dans le secteur de la plasturgie, s'inscrivant comme le leader en Afrique de l'Ouest francophone.

Abbas BADREDDINE, Président, PLASTICA « Je suis ravi de cette nouvelle acquisition et de voir le groupe Guérin rejoindre Plastica. C'est une nouvelle étape qui doit nous permettre de renforcer notre offre et notre expertise. Nous accueillons avec plaisir toute l'équipe d'experts talentueux du groupe Guérin à un moment où le recrutement de talents est clé »

André Guérin, Groupe GUÉRIN « Depuis cinquante ans, le Groupe Guérin s'est affirmé comme un acteur synonyme de qualité, de fiabilité et de satisfaction clients en matière d'emballages souples à destination des professionnels. Après des années de croissance soutenue, la famille GUÉRIN a sélectionné un repreneur, familial lui aussi, qui favorisera la pérennité et l'indépendance du Groupe Guérin »

Joel Cadier, Fondateur, KeysFinance Partners « Nous sommes heureux de continuer d'accompagner M. Abbas BADREDDINE dans sa stratégie de croissance externe. Cette nouvelle opération en France, réalisée moins de trois ans après la précédente, montre la volonté de M. Abbas BADREDDINE de construire un groupe significatif Sud-Nord dans l'univers de la plasturgie »

Cette transaction a été financée en fonds propres par le Groupe Plastica et en dette avec le support de la Banque Publique d'Investissement (BPI), la Société Générale, la Caisse d'Epargne et la banque Palatine.

KeysFinance Partners est intervenu en tant que conseil financier exclusif dans le cadre de l'acquisition et du financement. Sur le plan juridique, le Groupe a été assisté par Maître Daniel Emir, du cabinet parisien Bruguiere & Emir.

A propos de PLASTICA - www.plasticaci.com

Créé en 1999 par la famille BADREDDINE, le Groupe est principalement actif dans le secteur de la plasturgie et de la logistique, en Côte d'Ivoire, au Togo et en France. Avec un chiffre d'affaires cumulé de plus de 100 millions d'euros, le Groupe emploie en permanence plus de 2 000 personnes.

A propos du GROUPE GUÉRIN - www.Guérin-plastiques.com

Présent sur le marché Français depuis 50 ans, le Groupe GUÉRIN, basé en France, est leader dans la transformation de matières plastiques pour l'emballage souple à destination des professionnels. Armé de trois sites de production aux normes internationales situés dans les départements de la Haute Loire et de l'Ardèche, le Groupe s'est imposé comme un acteur de référence en France.

A propos de KeysFinance Partners - www.keysfinance.com

Basée à Abidjan, KeysFinance Partners est une banque d'affaires spécialisée dans les opérations de cessions, acquisitions, levées de fonds et conseil financier en Afrique subsaharienne. Depuis sa création en 2014, la société a réalisé de nombreuses opérations de M&A dans la région pour un montant cumulé supérieur à 300 millions d'euros.

Pour toutes informations complémentaires, veuillez contacter KeysFinance Partners : **info@keysfinance.com**

Veille
Protection
Influence

Visez juste

Prenez une avance décisive sur vos concurrents

Teligenx

Votre partenaire en Intelligence Economique

FOCUS ECO

Par Guy marcel KOUAKOU,
Directeur Stratégie et Développement de NS Consulting

FINTECH, QUAND LA TECHNOLOGIE ET LA FINANCE SE RENCONTRENT

Secteur en pleine croissance, le domaine des fintechs occupe une place de plus en plus importante dans les pays africains. Ces entreprises bousculent l'écosystème financier traditionnel avec des offres de services innovants qui répondent mieux aux besoins des populations. Qu'est-ce qu'une fintech ? quels sont les services offerts par ces entreprises ? Quel est leur impact au sein des économies africaines ?

Qu'est-ce qu'une fintech ?

Les fintechs sont des entreprises qui développent, grâce aux technologies, des solutions innovantes pour améliorer ou automatiser les services et processus financiers. L'acronyme « fintech » désigne la technologie financière et résulte de la contraction des mots « finance » et « technologie ».

En d'autres termes, une industrie qui fournit des services financiers par le biais d'Internet, des appareils mobiles ou de technologie logicielle est une fintech.

Généralement, les fintechs sont des startups, notamment des jeunes entreprises qui innovent et anticipent une forte croissance. Mais il arrive parfois que certains grands groupes qui exercent leurs activités depuis longtemps se présentent comme des fintechs par la mise en place de services financiers dématérialisés et innovants.

Dans la pratique, les produits fintech sont conçus pour relier les finances des consommateurs à la technologie pour en faciliter l'utilisation. Tout comme pour les individus, les fintechs proposent des services qui s'adressent également aux entreprises. On parle de technologies interentreprises (B2B).

Des solutions de paiement sur mobile en passant par les outils de gestion de portefeuille en ligne, aux plateformes de trading, les fintechs facilitent l'accès aux produits et services financiers par des canaux sécurisés et efficaces.

Quels sont les services offerts par les fintechs ?

Les services financiers proposés par les fintechs sont assez variés. On peut les regrouper en quatre grandes catégories, à savoir les services de paiement, les services d'investissement, les services de financement et les services d'assurance.

Les services de paiement

Nombreuses sont les entreprises fintech qui se sont positionnées sur les services de paiement. Par le biais de portefeuilles électroniques liés à une carte ou un compte bancaire, elles permettent aux utilisateurs d'effectuer des achats et de faire des virements. On parle plus précisément de banques en ligne et néo-banques qui sont disponibles sous forme d'applications mobiles. On retrouve aussi dans ce même segment, les fabricants de cartes qui ont généralisé le paiement sans contact, et d'un autre côté, le paiement mobile qui permet à l'utilisateur de réaliser ses achats en utilisant son smartphone. Selon une étude récente (2021) de Deloitte, MSC et Africa Fintech Forum, plus de la moitié des Fintech en Afrique francophone exercent sur ce segment.

Les services d'investissement (Trading en ligne)

Les fintechs investissent dans les activités de négociation sur les marchés financiers. Elles offrent aux consommateurs des solutions de gestion d'épargne salariale ou personnelle, des solutions pour investir en bourse ou dans le non coté. Plus exactement, l'on pourrait évoquer le trading en ligne sur le marché des changes (forex) qui a subi une forte mutation avec l'émergence de la Fintech. Il y a encore deux décennies, trader sur le marché était une activité exclusivement réservée aux banques et autres grandes institutions. Aujourd'hui, avec l'avènement de la fintech, l'activité tend à se démocratiser en ouvrant l'accès aux investisseurs particuliers. L'achat de devises, l'accès aux dernières actualités boursières sont des services qui sont relativement plus accessibles.

Les services de financement

Les fintechs à travers le financement participatif (le crowdfunding ou le crowdlending) offrent des opportunités aux start-ups de recueillir des fonds pour le développement de leurs activités. Plusieurs entreprises ayant profité du crowfunding ont rencontré un grand succès.

Les services d'assurance

Les services d'assurance ou encore l'assurtech rassemblent divers services tels que les déclarations des sinistres, les mutuelles en ligne ou encore les comparateurs d'assurances. Elles interviennent dans les domaines de l'assurance automobile, santé ou habitation en proposant des services plus rapides et plus simples avec la gestion en ligne, la dématérialisation des contrats, une souscription 100 % digitale, etc.

La place des fintechs dans l'économie africaine

Le secteur des fintechs en Afrique est en pleine expansion. Entre 2020 et 2021, le nombre de start-up en Afrique qui exercent dans le domaine de la tech aurait triplé, pour atteindre 5 200 entreprises, et un peu moins de la moitié serait des fintechs.

Selon une étude du cabinet de conseil McKinsey, les revenus du secteur sur le continent pourraient être multipliés d'ici à 2025, pour atteindre les 30 milliards de dollars soit entre cinq et près de huit fois plus que le chiffre réalisé en 2020, où il a été estimé entre 4 et 6 milliards de dollars.

Cette évolution enregistrée dans le secteur a été alimentée par plusieurs facteurs notamment l'augmentation du nombre d'utilisateurs de smartphones, la baisse des coûts de l'internet, l'extension de la couverture réseau, ainsi que par la jeunesse de population qui s'urbanise rapidement. Par ailleurs, la pandémie de Covid-19 qui a accéléré la digitalisation des économies, a permis de faire émerger un environnement fertile pour les acteurs de la fintech.

Sur un continent où le taux de bancarisation est très faible et où 90 % des transactions se font encore en espèces, les fintechs disposent de véritables opportunités de développement. Elles proposent des solutions à forte valeur ajouté qui répondent aux nouvelles attentes des consommateurs : simplicité et flexibilité.

CinetPay, Wave, Djamo, Wizall, Green Pay ou encore Chipper Cash, font partie des entreprises à succès de la fintech africaine.

Si la plupart des start-ups sont concentrées dans les pays anglophones, notamment au Kenya et au Nigeria, l'Afrique francophone non plus n'est pas en reste avec certains pays tels que le Sénégal, le Maroc, le Cameroun, ou encore la Côte d'Ivoire qui présentent également un fort de potentiel de croissance dans ce secteur.

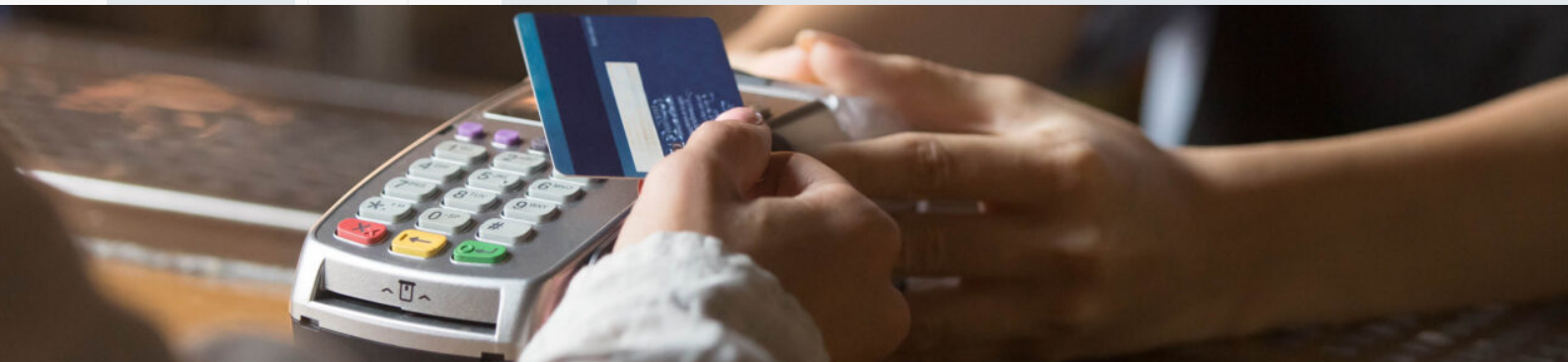
En Côte d'Ivoire, l'écosystème des fintechs comptait 37 entreprises en 2020. Environ 95 % de ces fintechs interviennent dans le segment du paiement numérique et du transfert d'argent. Le pays fait partie, par ailleurs, de l'Africa Fintech Network, une plateforme qui rassemble les leaders de la fintech africaine.

En parallèle, l'émergence des fintechs dans le monde de la finance n'a pas manqué de bousculer les systèmes traditionnels. Que ce soit dans le secteur des assurances, de l'investissement, des banques ou encore du trading, les fintechs tendent à proposer des modèles de transaction innovantes. Les acteurs dits « historiques » sont obligés de se réinventer pour faire face à la concurrence.

Cependant, il faut noter que certaines banques optent plutôt pour une collaboration avec les Fintechs. C'est le cas, par exemple, d'Ecobank et UBA qui ont tissé un partenariat avec Wave pour l'accompagner dans ses activités.

Pour les fintechs, le fait de s'associer à des banques reconnues leur permet d'acquérir plus de visibilité, de la notoriété et l'accès à des réseaux d'affaires plus importants.

Par ailleurs, cette collaboration vise à contourner certaines contraintes réglementaires dans la cadre de l'exercice de leurs activités. En effet, l'une des grandes difficultés auxquelles font face les fintechs sur le continent est la réglementation. Dans un contexte de progrès technologique extrêmement rapide, les régulateurs ne suivent pas toujours au même rythme. Cette situation freine l'expansion des entreprises. La Banque centrale des États de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) a, pour sa part, décider de prendre le contre-pied. Dans un communiqué publié le 22 avril, la BCEAO a annoncé la création d'un Bureau de connaissance et de suivi des fintech (BCSF). Selon l'institution émettrice des huit pays de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (Uemoa), il s'agit d'une « initiative en faveur de la promotion des innovations financières ». Celle-ci permettra d'organiser les échanges entre le régulateur et les acteurs de la fintech.



TUTO

METTRE EN PLACE UN SYSTÈME DE VEILLE EN ENTREPRISE

Par Dagbaud Gobri Axel Ulrich

Sur un marché de plus en plus complexe où les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont redéfini les échanges, l'entreprise doit être en mesure de détecter les menaces et les opportunités de son environnement avant les autres. Cette contrainte lui impose de s'approprier des techniques afin de traiter et diffuser les informations pertinentes. De ce fait, l'entreprise doit être en posture permanente de recherche et d'exploitation d'informations en vue de se positionner d'où l'importance de la maitrise du cycle de l'information (la veille). La veille est un processus qui repose sur quatre éléments : l'analyse des besoins, la collecte de données, l'exploitation des données et la diffusion de l'information. Comment implémenter ce processus au sein de l'entreprise ?

L'analyse des besoins

L'analyse des besoins a pour objectif de définir le périmètre de surveillance à mettre en place. Ici, l'analyste devra tenir compte de deux éléments : l'entité et les attentes du destinataire final.

Dans un premier temps, il faudra comprendre son environnement. Cela débute par l'exploitation des documents internes, documents stratégiques, etc. de l'entité (Entreprise ou Economie). A ce niveau, il existe des outils d'aide à la réflexion ayant déjà fait leurs preuves (Analyse SWOT, analyse des cinq forces de Michael Porter, l'analyse VIP, etc.) Cette étape devra conduire à la conception d'un document stratégique.

Dans un second temps, il faudra être en mesure de connaitre les attentes du destinataire final. Pour se faire, des entretiens devront être organisés. Ils auront pour but de permettre à l'équipe d'analystes de recenser et comprendre au mieux les besoins informationnels du destinataire final. Aussi, cela permettra de définir les besoins critiques en information et les besoins secondaires. A la fin de cette étape, un document de synthèse des besoins informationnels devra être produit.

La collecte d'information

La collecte d'information ou collecte de données consiste à aller chercher l'information à sa source. Pour que la collecte soit optimale, il faudra mettre en place un dispositif destiné

à alerter et/ou automatiser la collecte d'informations nouvelles. Ce processus fait appel des outils spécifiques. Dans la recherche d'informations pertinentes, il est possible de se retrouver sur une page internet ou une base de données en ligne. L'objectif sera de suivre cette page ou cette base et rendre compte au quotidien de son évolution. La première chose à faire est de vérifier si le site dispose de Newsletter. Sinon, il est possible, si le site dispose de flux RSS, de suivre celui-ci grâce à un agrégateur RSS ou un Monitoring de page web. L'un des outils les plus puissant de veille informationnelle sur internet mais aussi des plus couteux est l'Editeur de plateformes intégrées.

Il est aussi possible d'utiliser des outils plus généraux et plus accessible. Il s'agit des Crawler. Ces outils permettent de parcourir le web à la recherche de pages pertinentes à partir des mots clés. On peut citer Google Alertes, Mention, Talkwalker... Après l'étape de la collecte, il sera question de stocker la donnée. Pour cela, il est préférable de se doter d'un système de gestion de base de données et/ou d'un système de gestion électronique de document (GED).

L'exploitation des données

Une fois la donnée collectée, l'analyste devra ajuster le flux d'information et ne retenir que les données les plus pertinentes. Ce processus se fera par itération et sera plus ou moins long en fonction de l'expérience de l'analyste.

L'exploitation de l'information ramène aussi à son traitement. A ce niveau, plusieurs méthodes d'analyse existent. En pratique, la décision de choisir une méthode est fortement guidée par le profil de l'analyste. Les grandes méthodes sont :

- Les méthodes d'analyses structurées (ex : Structured Analysis of Competing Hypotheses)
- Les méthodes d'analyses par opposition (ex : Red Team Analysis)
- Les méthodes prospectives (ex : "What if ?")
- Les méthodes d'analyses statistiques (ex : La Régression)

L'analyse et le traitement des informations implique donc de combiner des compétences techniques, économiques, commerciales, financières, etc.

La diffusion des résultats

La diffusion de l'information reste une étape délicate. Il convient donc de formaliser les règles de publication et d'évaluation de l'information, en étroite coopération avec le dirigeant. A ce stade, il faut se poser les questions suivantes :

- Qui est notre lectorat ?
- Quelles sont attentes en terme thématique ?
- Quel est le niveau d'analyse ?
- Quelle est la fréquence de publication ?
- Quelle sera le format du livrable ?

L'approche Target-Centric de Robert Clark[1] se révèle particulièrement adapté pour répondre à ces questions.

La veille est un processus qui permet à l'entreprise de regarder au bon endroit avec des capteurs adéquats. Elle permet à l'entreprise de disposer en temps réel de l'information utile de façon synthétique, organisée et digeste afin de prendre des décisions éclairées. Toute entreprise qui désire s'imposer sur son marché devra donc en faire son cheval de bataille.

[1] *Intelligence analysis, a Target-centric approach*

BOITE À OUTILS

LA MÉTHODE ACH (ANALYSES DES HYPOTHÈSES CONCURRENTES)

Par Laciné DIABY

La méthode ACH a été développée dans les années 1970 par Richards Heuer, analyste de la CIA. L'ACH est depuis utilisée dans de nombreux domaines d'analyse (finance, recherche universitaire, analyse décisionnelle...). Cette méthode a pour objectif de réduire les biais cognitifs lors de l'analyse des informations. En d'autres termes, elle permet d'être objectif et d'éliminer les effets des éléments non factuels comme les opinions politiques, religieuses, etc. qui viennent perturber l'appréciation des faits. Elle est donc à l'opposé de l'analyse intuitive.

La méthode ACH est un outil d'aide à la décision très pertinent dans les situations où plusieurs questions restent en suspend et requièrent un examen attentif des différentes réponses envisageables. Du fait de sa rigueur, elle est particulièrement appropriée pour les questions controversées et les situations de crise.

Pour Richards Heuer, l'analyste doit se poser une question à savoir : Si cette hypothèse est vraie, puis-je espérer de façon réaliste obtenir les preuves de cela ? Il développe donc un processus en huit étapes pour répondre à cette question.

Cet article décrit la méthode ACH à partir d'un cas pratique dans lequel le concurrent d'une entreprise envisage de se développer.

Etape 1 : Identification de toutes les hypothèses possibles et envisageables

La première étape consiste à énumérer toutes les hypothèses possibles. Pour plus d'efficacité, il est souhaitable de travailler en groupe. En effet, les situations d'incertitude exigent que le développement et la comparaison d'hypothèses impliquent des analystes qui ont souvent des perspectives différentes sur un problème. Ces différences peuvent résulter de différents niveaux de formation, d'expérience, de préjugés organisationnels ou d'accès à l'information. Le fait de réunir des analystes leur permet de comparer les connaissances de base et les observations provenant de plusieurs sources pour former et fournir des inférences sur des hypothèses concurrentes. Les hypothèses devront s'exclurent entre-elles. En d'autres termes, si une hypothèse est vraie, toutes les autres doivent-être fausses.

Maintenant supposons qu'une entreprise A exerce dans une ville dans le nord du pays. Cette entreprise apprend que des locaux sont à céder dans la ville et correspondent aux besoins d'un concurrent direct. L'un des locaux est très proche de l'une de ses enseignes et pourrait affecter sa clientèle. A ce stade, trois hypothèses peuvent être formulées :

H1 : Mon concurrent va s'installer à proximité de mon enseigne (zone A)

H2 : Mon concurrent va s'installer dans ma ville mais loin de mon enseigne (zone B)

H3 : Mon concurrent ne s'installera pas dans cette ville, le choix étant trop restrictif

Etape 2 : Etablissement d'une liste d'éléments de preuve pour chacune des hypothèses

Il s'agira de faire une liste d'éléments permettant de justifier que telle ou telle hypothèse est vraie ainsi que les arguments pour ou contre.

En l'espèce, les éléments de preuve pourraient être les suivants :

- Le loyer est moins cher dans la zone B
- La clientèle de la zone A correspond plus au type de clients ciblés par mon concurrent
- Un projet de création d'une zone commerciale aux abords de la zone B est à l'étude
- La zone B est plus facile d'accès que la zone A
- Le concurrent connaît depuis quelques temps des difficultés financières

Etape 3 : Création la Matrice ACH

À l'aide d'une matrice, l'analyste applique des preuves contre chaque hypothèse dans le but de réfuter autant de théories que possible. Certaines preuves auront une plus grande attention que d'autres, c'est-à-dire que certaines seront plus utiles pour juger de la probabilité relative d'hypothèses alternatives.

Cette étape est la plus importante, selon Heuer. Au lieu d'examiner une hypothèse et toutes les preuves ("travailler vers le bas" de la matrice), l'analyste est encouragé à considérer un élément de preuve à la fois et à l'examiner par rapport à toutes les hypothèses possibles ("travailler sur" la matrice). Avec dans la partie supérieure les hypothèses précédemment identifiées et sur le côté les divers éléments de preuve. Ensuite, il faudra évaluer pour chaque preuve la crédibilité des hypothèses retenues. Afin de remplir la matrice, l'analyste peut utiliser les symboles +/- ou encore les lettres C, I et N (Cohérent, Incohérent, Neutre). Le but est d'effectuer un jugement et d'évaluer son degré de cohérence par rapport aux données de la matrice.

DANS QUELLE ZONE MON CONCURRENT VA-T-IL S'INSTALLER ?			
	ZONE A – À PROXIMITÉ DE MON ENSEIGNE	ZONE B – LOIN DE MON ENSEIGNE MAIS DANS LA MÊME VILLE	LE CONCURRENT N'OUVRIRA PAS D'ENSEIGNES DANS MA VILLE
LE LOYER EST MOINS CHER DANS LA ZONE B	-	+	-
LA CLIENTÈLE DE LA ZONE A CORRESPOND PLUS AU TYPE DE CLIENTS CIBLÉS PAR MON CONCURRENT	+	-	-
UN PROJET DE CRÉATION D'UNE ZONE COMMERCIALE AUX ABORDS DE LA ZONE B EST À L'ÉTUDE	-	+	-
LA ZONE B EST MIEUX DESSERVIE EN STATIONS DE MÉTRO QUE LA ZONE A	-	+	-
LE CONCURRENT CONNAÎT DEPUIS QUELQUES TEMPS DES DIFFICULTÉS FINANCIÈRES	-	-	-
TOTAL DES INCOHÉRENCES	**1**	**3**	**0**

Etape 4 : Ajustement de la matrice

L'analyste examine les conclusions, identifie les lacunes et recueille toute preuve supplémentaire nécessaire pour réfuter autant d'hypothèses restantes que possible.

Concrètement, cela consiste à revoir les hypothèses et supprimer les preuves et arguments qui n'ont aucune valeur pour le diagnostic final. Après avoir créé la matrice, il pourrait apparaître que certaines preuves ou hypothèses doivent être dédoublées, combinées ou supprimées. Par ailleurs, le libellé exact des hypothèses est évidemment crucial pour les conclusions que l'on pourra tirer de l'analyse. Il ne faut donc pas hésiter à les reformuler.

Dans notre exemple, le fait qu'il n'y ait que deux locaux correspondant aux attentes du concurrent ne permet pas de réfuter les hypothèses émises. Cet élément de preuve n'a aucune influence sur l'analyse finale. En effet, cela ne nous permet pas de prendre position sur une hypothèse précise, d'autant plus que le fait que le choix pour le concurrent soit limité à seulement deux lieux peut aussi vouloir dire qu'il n'en choisira aucun.

Ainsi il convient de procéder à une reformulation, de revoir les données et informations qui sont à disposition, et trouver des éléments plus exploitables. Heuer préconise ici de conserver les éléments supprimés dans une liste séparée.

Etape 5 : Etablissement des conclusions provisoires sur la probabilité relative de chaque hypothèse

L'analyste cherche ensuite à tirer des conclusions provisoires sur la probabilité relative de chaque hypothèse. Moins de cohérence implique une moindre probabilité. Les hypothèses les moins cohérentes sont éliminées. Alors que la matrice génère un total mathématique définitif pour chaque hypothèse, l'analyste doit utiliser son jugement pour tirer la conclusion finale. Le résultat de l'analyse ACH elle-même ne doit pas annuler les propres jugements des analystes.

Il s'agit ici de comptabiliser pour chaque hypothèse le nombre de points négatifs attribués. Le but de cette étape est de permettre à l'analyste de passer plus de temps sur ce qui lui paraît être le moins probable. Dans notre cas, il semble assez peu probable que les hypothèses H1 et H3 soient retenues par le concurrent. L'analyse va donc devoir s'articuler sur les éléments de preuve qui ont fait apparaître cette conclusion, car ils apparaissent comme primordiaux dans le processus décisionnel. La question qu'il faudra alors se poser est la suivante : Quels éléments de preuve m'ont permis de rejeter les hypothèses H1 et H3 ?

Etape 6 : Analyse des hypothèses clés et éléments de preuves qui apparaissent comme essentiels

A cette étape, il s'agit d'envisager les conséquences si les preuves étaient fausses, trompeuses ou sujettes à une interprétation différente. L'analyste teste les conclusions à l'aide d'une analyse de sensibilité , qui évalue dans quelle mesure la conclusion serait affectée si les preuves ou arguments clés étaient erronés, trompeurs ou sujets à différentes interprétations. La validité des preuves clés et la cohérence des arguments importants sont revérifiées pour assurer la justesse des piliers et des moteurs de la conclusion.

Etape 7 : Les conclusions

La septième étape consiste à présenter la probabilité relative de toutes les hypothèses, et pas seulement celles qui apparaissent comme étant les plus probables. Si votre rapport doit être utilisé comme base de prise de décision, il sera utile pour le décideur de connaître la probabilité relative de toutes les possibilités de remplacement.

Enfin, l'analyste fournit au décideur ses conclusions, ainsi qu'un résumé des alternatives qui ont été envisagées et pourquoi elles ont été rejetées. L'analyste identifie également les jalons du processus qui peuvent servir d'indicateurs dans les analyses futures.

Etape 8 : Identification des éléments futurs qui pourraient modifier l'analyse.

Les conclusions d'analyse doivent toujours être considérées comme provisoires. Il est donc utile de préciser à l'avance ce qui vous ferait changer d'avis.

Au cours d'une enquête, les analystes peuvent avoir besoin d'identifier les incohérences dans un ensemble d'hypothèses. L'utilisation d'ACH améliore la capacité d'un analyste à évaluer et à valider une hypothèse avec une assertion dont la fiabilité a été testée.

La méthode ACH présente plusieurs avantages. Elle permet au décideur ou à d'autres analystes de comprendre les mécanismes qui ont conduit au résultat de l'analyse. La matrice créée n'étant pas figée, les éléments de preuves et hypothèses peuvent être facilement modifiés. De plus, le système de matrice permet une plus grande impartialité dans l'analyse et la prise de décision qui en découle.

En dépit de ses avantages, quelques reproches légitimes peuvent êtes faites à la méthode ACH. D'une part, l'ACH demande de faire trop de jugements distincts. Par exemple, avec 20 éléments de preuve et 5 hypothèses, il faudrait faire 100 jugements. Par ailleurs, ces jugements sont « maigres » s'ils sont étudiés hors contexte des hypothèses et des éléments de preuve.

GUIDE BUSINESS

Par Judith KOUASSI,
Directeur des Opérations de Alternative Invest

CRÉER UNE ENTREPRISE DE COURTAGE EN ASSURANCE EN CÔTE D'IVOIRE

Les courtiers en assurance sont les intermédiaires entre les compagnies d'assurance et les clients. Leur rôle est de trouver aux clients les produits d'assurance les mieux adaptés à leurs besoins et aux meilleurs prix. Toutes personnes souhaitant exercer ce métier a la possibilité de se constituer en personne morale et créer une société de courtage ou bien se constituer en personne physique pour être courtier indépendant.

En Côte d'Ivoire, la profession de courtier en assurance est réglementée. Avant d'exercer, l'entreprise ou l'individu doit suivre une procédure légale qui aboutit à l'obtention d'un agrément : l'agrément des courtiers et des sociétés de courtage. Il s'agit d'une autorisation administrative délivrée par le ministère en charge des assurances (Ministère de l'Économie et des Finances). Celle-ci permet au courtier (Personne physique) ou à la société de courtage (Personne morale) de commercialiser les produits d'assurances. Elle fait également l'objet d'un arrêté publié au Journal Officiel. L'obtention de cet agrément est soumise à un certain nombre de conditions. Ce sont à la fois des conditions d'ordre administratif, d'honorabilité, de capacité professionnelle et des garanties financières

1. Les conditions d'ordre administratif

Les documents à fournir à ce niveau diffèrent selon qu'on soit une personne physique ou une personne morale.

Personne physique

La liste de documents à fournir lorsque l'on veut exercer comme courtier est :

- Acte de naissance ou jugement supplétif tenant lieu datant de moins de six (6) mois ;
- Extrait de casier judiciaire datant de moins de trois (3) mois
- Copies certifiées conformes des diplômes et attestations professionnelles en assurance
- Récépissé d'inscription au registre du commerce
- Fiche de déclaration sur l'honorabilité visée par le Procureur de la République, des personnes qui

seront habilitées à présenter des opérations d'assurances au public

- Certificat de nationalité
- Une carte de résident pour les ressortissants étrangers d'un État membre de la CIMA ou d'un État accordant en la matière la réciprocité à un État membre de la CIMA
- Comptes prévisionnels détaillés pour les trois premiers exercices ;

Personne morale

- Les documents dont on a besoin pour l'obtention d'un agrément pour une société de courtage sont :
- Statuts de la société
- Certificat notarié ou du commissaire aux comptes indiquant le montant du capital libéré
- Récépissé d'inscription au registre du commerce
- Fiche de déclaration sur l'honorabilité visée par le Procureur de la République, des personnes qui seront habilitées à présenter des opérations d'assurances au public ;
- Liste des actionnaires ou porteurs de part avec indication de leur nationalité et montant de leur participation
- Liste, selon la forme de la société, des administrateurs, directeurs généraux et gérants avec indication de leur nationalité
- Un dossier administratif (acte de naissance datant de moins de six (6) mois, extrait de casier judiciaire datant d'au moins de trois (3) mois diplômes et attestations professionnelles, certificat de nationalité) pour les présidents, directeurs généraux, gérants ou représentants légaux de la société
- Comptes prévisionnels détaillés pour les trois premiers exercices
- Tout autre document jugé nécessaire

En outre, les personnes physiques et morales doivent justifier d'un établissement permanent sur le territoire d'exercice de l'activité.

2. Conditions d'honorabilité

Ne peuvent exercer la profession de courtier d'assurance :

- Toutes personnes ayant fait l'objet d'une condamnation pour crime ou délit ;
- Toutes personnes ayant fait l'objet d'une mesure de faillite personnelle ou autres mesures d'interdiction relative au redressement et à la liquidation judiciaire des entreprises ;
- Toutes personnes ayant fait l'objet d'une mesure de destitution de fonction d'officier ministériel en vertu d'une décision de justice
- Toutes personnes condamnées pour infraction à la législation ou à la réglementation des assurances

3. Conditions de capacité professionnelle

- Les courtiers d'assurances, les associés ou tiers qui gèrent ou administrent une société de courtage doivent satisfaire à une des conditions suivantes
- Avoir un diplôme de Maîtrise des Sciences et Techniques d'Assurances (MSTA) ou tout autre diplôme jugé équivalent par l'Institut des Assurances (IIA) de Yaoundé et avoir effectué un stage de six mois
- Avoir un Diplôme de Technicien d'Assurances (DTA) ou tout autre diplôme jugé équivalent par l'IIA et avoir une expérience professionnelle de deux (2) ans.
- Avoir exercé à temps complet, pendant deux (2) ans au moins, dans une entreprise d'assurance ou de courtage, des fonctions relatives à la production et avoir effectué un stage professionnel
- Avoir exercé à temps complet, pendant un an au moins, une activité en qualité de cadre ou de dirigeant dans une entreprise d'assurance ou de courtage
- Avoir exercé, pendant deux (2) ans au moins, des fonctions de responsabilité en qualité de cadre ou de dirigeant dans une entreprise industrielle ou commerciale et avoir effectué un stage professionnel en assurance
- Avoir exercé, pendant deux ans, des fonctions de responsabilité en tant que cadre dans une administration de contrôle des assurances.

4. Garantie financière

Les courtiers et sociétés de courtage doivent justifier, à tout moment, d'une garantie financière résultant d'un engagement de caution pris par un établissement de crédit habilité à cet effet ou une entreprise d'assurances dont le montant est au minimum égal à dix (10) millions de F.CFA

Ils doivent également justifier, à tout moment, de l'existence d'un contrat d'assurance les couvrant contre les conséquences pécuniaires de leur responsabilité civile. Ce contrat doit prévoir une garantie de dix (10) millions de FCFA par sinistre et par année.

Les incompatibilités à l'exercice de la profession de courtage d'assurances

Les incompatibilités concernent les activités exercées par :

- Les administrateurs, dirigeants, inspecteurs et employés des sociétés d'assurances ;
- Les constructeurs automobiles et leurs filiales, les garagistes, concessionnaires, agent de vente ou réparateurs de véhicules automobiles, les entreprises et agents d'entreprise de crédit automobile ;
- Les entrepreneurs des travaux publics et de bâtiments, les architectes ;
- Les représentants des sociétés industrielles et commerciales ; les experts comptables ; les conseillers juridiques et fiscaux et les experts d'assurances
- Les agents immobiliers, les administrateurs de biens, les mandataires en vente ou location de fonds de commerce, les administrateurs et agents de sociétés de construction ou de promotions immobilières
- Les personnes physiques ou morales appartenant à une entreprise quelconque pour la négociation et la souscription des contrats d'assurances de cette entreprise ou de ses filiales.
- Il est interdit aux agents généraux de gérer et d'administrer, directement ou par personne interposée, un cabinet de courtage et plus généralement un intérêt quelconque dans un tel cabinet. La même interdiction s'applique par réciprocité aux courtiers et sociétés de courtage d'assurances.
- Il est également interdit aux courtiers d'assurances d'exercer toute autre activité industrielle ou commerciale, sauf autorisation du Ministre en charge du secteur des assurances.

Selon des statistiques récentes (2022), la Côte d'Ivoire compte 318 courtiers et sociétés de courtage qui possèdent un agrément et exercent la profession.

FICHE MÉTIER

Par Judith KOUASSI,
Directeur des Opérations de Alternative Invest

EXPERT- COMPTABLE

Professionnel de la comptabilité, l'expert-comptable est un maillon clé au sein de l'entreprise. Quelles sont ses missions ? Pourquoi est-il aussi important dans l'entreprise ? Le Felis vous fait découvrir le métier.

En quoi consiste le métier d'expert-comptable ?

L'expert-comptable est chargé d'assurer la régularité des comptes de l'entreprise. Il contrôle les comptes en période de bilan, établit des rapports périodiques et des comptes prévisionnels. Ses missions varient d'une structure à une autre. En plus d'assurer une bonne gestion comptable au sein de l'entreprise, l'expert-comptable apporte son expertise dans plusieurs autres domaines (juridique, fiscale ou sociale).

Au sein d'une petite structure, l'expert-comptable est polyvalent et assure des missions plurielles. Dans une PME, il gère le service comptabilité. Il dirige une équipe de comptables chargés des écritures et des bilans. Il contrôle et entérine leur travail.

Dans les structures de taille importante, l'expert-comptable travaille au sein d'une équipe pluridisciplinaire et collabore avec des juristes, des informaticiens ou encore de fiscalistes. Il arrive que dans certaines entreprises, l'on rencontre l'expert-comptable sur des postes de cadre financier.

En pratique, près de 90% des experts-comptables exercent en libéral, en cabinet d'expertise ou avec des associés. Nombreux sont ceux qui ont débuté en tant que salarié avant de s'installer à leur propre compte. Le passage en entreprise leur a permis de confirmer leur expertise et se construire un bon carnet d'adresse.

Quelles sont les qualités requises pour exercer le métier d'expert-comptable ?

L'expert-comptable est rigoureux et méthodique. Qu'il travaille dans un cabinet ou dans le service comptabilité d'une grande entreprise, il est l'expert, à savoir celui qui possède le plus haut niveau de connaissances sur les questions d'ordre financier. Vu qu'il gère souvent une équipe, il doit faire preuve de leadership et être un bon manager.

Il a le sens du contact et ses capacités relationnelles sont excellentes. Diplomate, et négociateur, il a les aptitudes pour convaincre et exprimer son point de vue.

L'expert-comptable est curieux et autodidacte. Il sait jongler avec les chiffres. Il est méticuleux et pointilleux, car la qualité de son travail dépend de la profondeur et de la justesse de ses analyses.

Le travail de l'expert-comptable et ses relations avec la clientèle exigent des déplacements fréquents. Ses horaires sont extensibles et irréguliers, surtout au moment des bilans et des comptes annuels.

Quelle formation pour devenir expert-comptable en Côte d'Ivoire ?

L'expert-comptable est un professionnel assermenté. Pour pouvoir exercer le métier, il faut obtenir obligatoirement trois diplômes successifs, notamment :

- Le DCG : Diplôme de Comptabilité et de Gestion, de niveau licence bac + 3 ;
- Le DSCG : Diplôme Supérieur de Comptabilité et Gestion, de niveau master bac + 5 ou le DESCOGEF (Diplôme d'Etudes Supérieures de Comptabilité et Gestion Financière) au grade master ;
- Le DEC : Diplôme d'Expertise Comptable, bac + 8 ou le Diplôme d'Expert-Comptable Financier (DECOFI).

Après l'obtention du DSCG ou du DESCOGEF, les candidats à la formation d'experts-comptables enchaînent avec trois ans de stage, alternant entre cours magistraux et apprentissage dans des cabinets d'expertise-comptable.

Au terme des trois années de stage, les candidats présentent un mémoire. S'ils obtiennent au moins la note de 12/20, ils recevront officiellement leurs DEC.

Il est possible de réaliser son stage dans un cabinet situé à l'étranger. Cependant, la durée ne devra pas excéder deux ans et la dernière année se fera obligatoirement en Côte d'Ivoire ou dans un Etat membre de l'UEMOA.

Pour préparer les diplômes cités plus haut, notamment le DGC et le DSGC, on peut recourir au Centre de Préparation aux Diplômes de l'Expertise Comptable (Cpdec) qui représente dans le pays le Cnam-Intec (Institut National des Techniques Économiques et Comptables) de Paris.

En ce qui concerne le DESCOGEF, l'accès à la formation se fait par appel candidature lancé par l'Etat Ivoirien par le biais de l'INPHB.

En Côte d'Ivoire, la fonction d'expert-comptable est régie par l'ordre des experts-comptables. Pour l'exercer, le professionnel, après avoir obtenu tous ses diplômes, doit obligatoirement prêter serment et être inscrit à l'ordre des experts-comptables. Il est soumis à une déontologie rigoureuse (secret professionnel, code de déontologie, procédures et normes professionnelles, contrôle d'activité, etc.).

Quel est le salaire de l'expert-comptable ?

Il est difficile d'établir une grille précise du salaire de l'expert-comptable. Sa rémunération dépend en effet de son expérience, du lieu où il travaille, de ses missions ou encore de ses tarifs et de son portefeuille clients s'il exerce à titre libéral.

Quelles sont les perspectives d'évolution de carrière ?

L'expert-comptable dans son évolution professionnelle peut passer du statut de salarié à celui de libéral. Il peut alors décider de créer son cabinet comptable ou se lancer avec des associés.

Quelquefois, l'expert-comptable peut, dans les grandes entreprises, occuper les postes de directeur comptable, de commissaire aux comptes ou de directeur financier.

VOCABGENX

L'AFFACTURAGE

Par Zainab CISSE, Doctorante en Sciences de Gestion UAOB

Pour faire face aux difficultés de financement, les entreprises ont souvent recours à des moyens de financement alternatif. L'affacturage fait partie de ceux-ci. Peu connue et peu utilisée en Afrique, cette solution pourrait, cependant, aider les entreprises notamment les TPE et les PME à améliorer leur trésorerie. Qu'est-ce que l'affacturage ? Comment fonctionne-t-il ? Quelles sont les différentes formes d'affacturages ? Quels sont les avantages et les inconvénients de cette solution ? Les détails dans cet article.

Qu'est-ce que l'affacturage ?

L'affacturage ou factoring, est une technique de gestion financière qui consiste, pour une entreprise, à confier, dans le cadre d'un contrat, la gestion de ses créances clients à une société financière appelée affactureur ou factor. Celle-ci procède, moyennant une rémunération, au recouvrement des créances, à la gestion des encaissements et à la garantie des risques clients. Ce procédé permet à l'entreprise de financer ses créances et de récupérer à court terme de la trésorerie. Le principe fondamental de l'affacturage est donc de recevoir des liquidités rapidement plutôt que d'attendre la durée des conditions de crédit.

Ce mode de financement est une opportunité pour les entreprises notamment les TPE et PME confrontées à des contraintes de financement dans le cadre de leur expansion.

Fonctionnement de l'affacturage

Lorsqu'une entreprise sollicite un contrat d'affacturage, l'établissement sollicité analyse les états financiers de l'entreprise, mais aussi les postes client afin d'évaluer le risque. Le factor vérifie particulièrement la solvabilité des clients.

En cas d'avis favorable, le factor et l'entreprise signe le contrat d'affacturage dans lequel sont décrites les clauses de la cession des factures. Après la signature du contrat, l'entreprise envoie les factures concernées au factor au fur et à mesure de leur émission. Ce dernier versera à l'entreprise le montant des factures en y déduisant les frais et garantie convenus.

Dans les Etats membres de l'UMOA, l'affacturage est une opération de crédit, au sens de la Loi portant réglementation bancaire. De ce fait, elle relève de la compétence exclusive des établissements de crédit ou les Systèmes Financiers Décentralisés (SFD) agréés dans les Etats membres de l'union.

Les différentes formes d'affacturages

Il existe plusieurs formes d'affacturage :

L'affacturage classique dit « notifié »

Dans ce modèle, l'entreprise cède sa créance client au factor contre un financement immédiat (entre 24h et 48h). Ensuite, le client est informé de l'existence du factor à qui il devra régler la facture à l'échéance.

L'affacturage confidentiel dit « en gestion délégué »

Dans ce cas, le client n'est pas informé de l'existence du factor. Et l'entreprise gère elle-même les comptes clients. Elle est tenue de régler le facteur à l'échéance. C'est une forme d'affacturage réservée aux entreprises qui ont une structure financière solide et une certaine notoriété.

L'affacturage semi confidentiel

Ici, les clients sont mis au courant du contrat d'affacturage. En revanche, l'entreprise gère elle-même ses relations commerciales avec ces derniers. Elle se charge du recouvrement et est tenue de payer le factor à l'échéance.

L'affacturage à but déconsolidant

Cette technique consiste à retirer définitivement de ces actifs une partie ou la totalité des créances cédées. Elle permet d'améliorer les états financiers en transformant les factures à encaisser en factures encaissées.

L'affacturage inversée ou « inverse factoring » qui finance les fournisseurs et non les clients.

Dans ce type d'affacturage, le factor règle les factures des fournisseurs de l'entreprise avant les délais de paiement contractuel. Cela permet à l'entreprise de pouvoir bénéficier d'acomptes commerciales et de préserver sa trésorerie. L'entreprise devra régler le factor à l'échéance normale des factures.

L'affacturage d'import-export

Réservé aux entreprises qui exercent leurs activités à l'international, il ressemble à l'affacturage classique ou à l'affacturage inversé. Dans le cas de l'affacturage d'importation, le factor finance les factures des fournisseurs de l'entreprise à l'étranger avant les délais de payement. A l'échéance, l'entreprise règlera le factor. A l'export, l'entreprise cède ses créances client à l'étranger au factor et reçoit à court terme de la liquidité. Le factor se chargera du recouvrement de la créance auprès du partenaire étranger.

Avantages de l'affacturage

L'affacturage offre de nombreux avantages aux entreprises. En effet, il permet de :

- Réduire les délais d'encaissement
- Avoir de la liquidité en cédant ses factures en cours et donc mieux faire face au besoin en fonds de roulement et améliorer la trésorerie de l'entreprise
- Réduire les coûts liés aux délais de recouvrement et se concentrer sur son cœur de métier : le recouvrement des créances étant l'affaire de la société d'affacturage, l'entreprise n'engage plus de frais pour les recouvrements et n'y perd plus non plus de temps. Elle peut donc se concentrer sur son activité principale.
- Se protéger contre le risque d'impayés et avoir une meilleure garantie des paiements des clients à travers l'externalisation de la gestion du portefeuille client confié à des spécialistes de la gestion et du recouvrement
- Diversifier les sources de financement
- Accorder de meilleurs délais aux clients sans se soucier de problèmes de trésorerie

En somme, l'affacturage est un mode de financement souple qui convient à toutes types d'entreprises et à tout moment.

Les inconvénients

Les principaux inconvénients de l'affacturage sont :

- Des coûts supplémentaires : c'est une opération qui a un coût (commission ou frais du factor)
- Le risque d'une relation client en péril : faire recours à l'affacturage implique qu'on ne gère plus ou en partie les relations avec les clients. De plus, une mauvaise relation entre la société d'affacturage et le client est susceptible de ternir les relations avec ce dernier.
- L'affacturage ne gère pas les créances avec les particuliers. Il ne prend en compte que les créances entre entreprises.

L'affacturage en Afrique

Selon la FCI*, le continent africain ne représente que 0,9 % du chiffre d'affaires mondial de l'activité d'affacturage. Dans l'espace UEMOA, la part de l'affacturage dans le volume global de crédits bancaires est de 4 %. L'usage de ce mécanisme de financement reste donc marginal dans nos économies. Pour pallier cette situation, la Banque Centrale des Etats d'Afrique de l'Ouest (BCEAO) a décidé de déployer une stratégie de promotion de l'affacturage dans la zone. Cela a abouti à l'adoption, le 10 décembre 2020, du projet de loi relative à l'harmonisation des réglementations de l'affacturage dans l'espace UEMOA. Cette nouvelle loi a ouvert l'exercice de l'activité d'affacturage aux institutions de micro-finance afin de la rendre plus inclusive. Le 10 novembre 2021, la Côte d'Ivoire a adopté ce projet de loi en Conseil des Ministres. Aujourd'hui, on dénombre plusieurs établissements financiers qui proposent l'affacturage dans le pays. Il s'agit entre autres de la BNI, BICICI, NSIA, Fidelis Finance, Bridge Bank, la SGCI...

* FCI est un réseau mondial de sociétés ayant pour but de faciliter le commerce international par la promotion de l'affacturage et des services financiers connexes

Teligenx

BONNE & HEUREUSE ANNEE

www.teligenx.com