le felis

LA REVUE AFRICAINE DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

N° 020 - Janvier - Février 2023

ENQUÊTE

LA CÔTE D'IVOIRE EN 2023,

BILAN ET PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

• **INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE**

INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET DIPLOMATIE ÉCONOMIQUE

• **FOCUS ÉCONOMIQUE**

ZOOM SUR ABIDJAN, UNE VILLE EN PLEINE TRANSFORMATION

• **TUTO**

REPONDRE A UN APPEL D'OFFRE AVEC SUCCES

• **4 QUESTIONS À**

AHMED CISSE

PRÉSIDENT DE LA CGECI

EDITO

Par LACINE DIABY
Directeur de publication

ZONE DE LIBRE-ÉCHANGE CONTINENTALE AFRICAINE, UN RÊVE QUI PEINE À SE FAIRE RÉALITÉ

Le 19 février dernier, les rideaux tombaient sur le 36ème sommet des chefs d'États de l'Union Africaine à Addis-Abeba, en Éthiopie. L'un des objectifs phares de ce sommet était l'accélération du processus de mise en œuvre de la zone de libre-échange continentale africaine (Zlecaf). Si l'on peut se réjouir des avancées notables au niveau des adhésions, le chemin à parcourir pour une opérationnalisation effective du projet reste encore long. La Zlecaf est loin d'être une réalité sur le continent.

Entré en vigueur le 1er janvier 2021, l'accord sur la zone de libre-échange continentale africaine (Zlecaf) a déjà été signé par 54 pays sur les 55 que compte l'Afrique et ratifié par 47 d'entre eux. Projet phare de l'agenda 2063 de l'UA, la Zlecaf est en discussion depuis 2012.

Selon les analystes de l'UA, menée à bien, la Zlecaf donnera naissance au plus vaste espace de libre-échange au monde : un marché intérieur de 1,3 milliards de personnes pour un PIB cumulé de 3 400 milliards de dollars, dans lequel circuleraient librement les personnes, les biens, les services et les capitaux. Avec la suppression des barrières tarifaires et non tarifaires au commerce, le marché commun devra porter les échanges commerciaux intra-africains à plus de 50 %. Notons que ceux-ci représentent, actuellement, moins de 20 % du commerce totale de l'Afrique. La Zlecaf, c'est également la promesse d'une diversification économique et de la création d'emplois sur le continent.

Présentée sous cet angle, l'idée à l'air belle et les retombées « théoriques » de ce marché commun pour l'Afrique suscitent de l'intérêt. Mais, les choses sont loin d'être aussi simples qu'elles paraissent. Et les défis à relever pour une entrée en vigueur effective de la Zlecaf sont nombreux.

Tout d'abord, il faut noter que l'Afrique est composée d'économies très hétérogènes n'ayant pas le même niveau d'industrialisation et la même participation au commerce internationale. Des petites économies se trouveront donc sur le même marché que des mastodontes.

Des pays comme le Maroc, l'Égypte, le Kenya ou l'Afrique du Sud devront tirer un meilleur parti de ce marché continental. En effet, Il faut accumuler environ 88 lignes de produits, listés selon la Classification Type pour le Commerce International (CTCI), pour atteindre 75 % des exportations du Maroc, 80% pour l'Afrique du Sud, 75% pour la Tunisie et 40% pour le Kenya. Dans le même temps, une seule ligne (le pétrole) totalise 82% des exportations du Tchad. Il est donc clair que sans mécanisme adapté de compensation ou de péréquation, la Zlecaf risque de creuser les inégalités entre les pays plutôt que de profiter à tous. C'est l'une des inquiétudes majeures liées à cet accord. Les grands perdants risques d'être les pays les moins industrialisés et ceux qui ne disposent pas d'assez de ressources naturelles ou même d'accès à la mer.

Un autre défi à l'opérationnalisation de la Zlecaf est l'harmonisation des politiques commerciales et douanières. Eliminer les barrières douanières signifie, pour la plupart des États africains, renoncer à une grande source de revenus. Les recettes douanières (nous le savons tous) occupent une place importante dans les budgets de plusieurs États. A court terme, la mise en œuvre du marché commun aura donc de fortes conséquences sur les finances publiques. Nos Etats sont-ils bien préparés à cela ? Les négociations sur le calendrier de mise en application des réductions des droits de douane risquent de prendre encore du temps.

Aussi, la réussite de ce projet nécessite-elle des investissements importants dans les infrastructures, notamment les routes, les ports et les aéroports, indispensables pour faciliter la circulation des marchandises et des personnes entre les pays participants. Sur ce volet, beaucoup reste encore à faire sur le continent.

Vous l'aurez compris, la mise en place d'une zone de libre d'échange en Afrique est complexe et n'est qu'à ses prémices. De nombreux préalables restent à satisfaire avant l'effectivité de ce marché commun. En outre, il est peut-être trompeur de croire que la simple mise en place de la Zlecaf stimulera, comme par un coup de baguette magique, l'intégration des marchés africains. L'Afrique compte déjà 14 Communautés Economiques Régionales. Et chacune d'entre elles peine encore, à ce jour, à être intégrée.

Par ailleurs, comment faire accepter aux populations africaines de patienter encore 40 ans pour prétendre à une vie meilleure ? Après les promesses non tenues au lendemain des Indépendances des années 60, l'espoir déçu du vent de l'Est des années 90, l'échec du projet NEPAD et les désillusions nées des politiques d'émergence 2020, les africains ne veulent plus se laisser berner par leurs dirigeants.

Ainsi donc, le processus d'opérationnalisation de la Zlecaf risque d'être plus long et plus pénible que l'on veut le croire. Et il faudra les mesures d'accompagnement nécessaires pour susciter la franche adhésion de tous. Des mesures qui permettent aux populations de ne pas plier sous le poids des réalités conjoncturelles.

SOMMAIRE

02 **EDITO**
Zone de Libre-échange continentale africaine, un rêve qui peine à se faire réalité

03 **SOMMAIRE**

05 **ENQUÊTE**
La Côte d'Ivoire en 2023, bilan et perspectives économiques

14 **4 QUESTIONS À**
Ahmed CISSE,
Président de la Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire (CGECI)

17 **INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE**
Intelligence Economique et diplomatie économique

20 **EXPRESSO**
La BRVM réorganise ses compartiments et démarre l'année avec de nouveaux indices

22 **FOCUS ECO**
Zoom sur Abidjan, une ville en pleine transformation

25 **TUTO**
Répondre à un appel d'offre avec succès

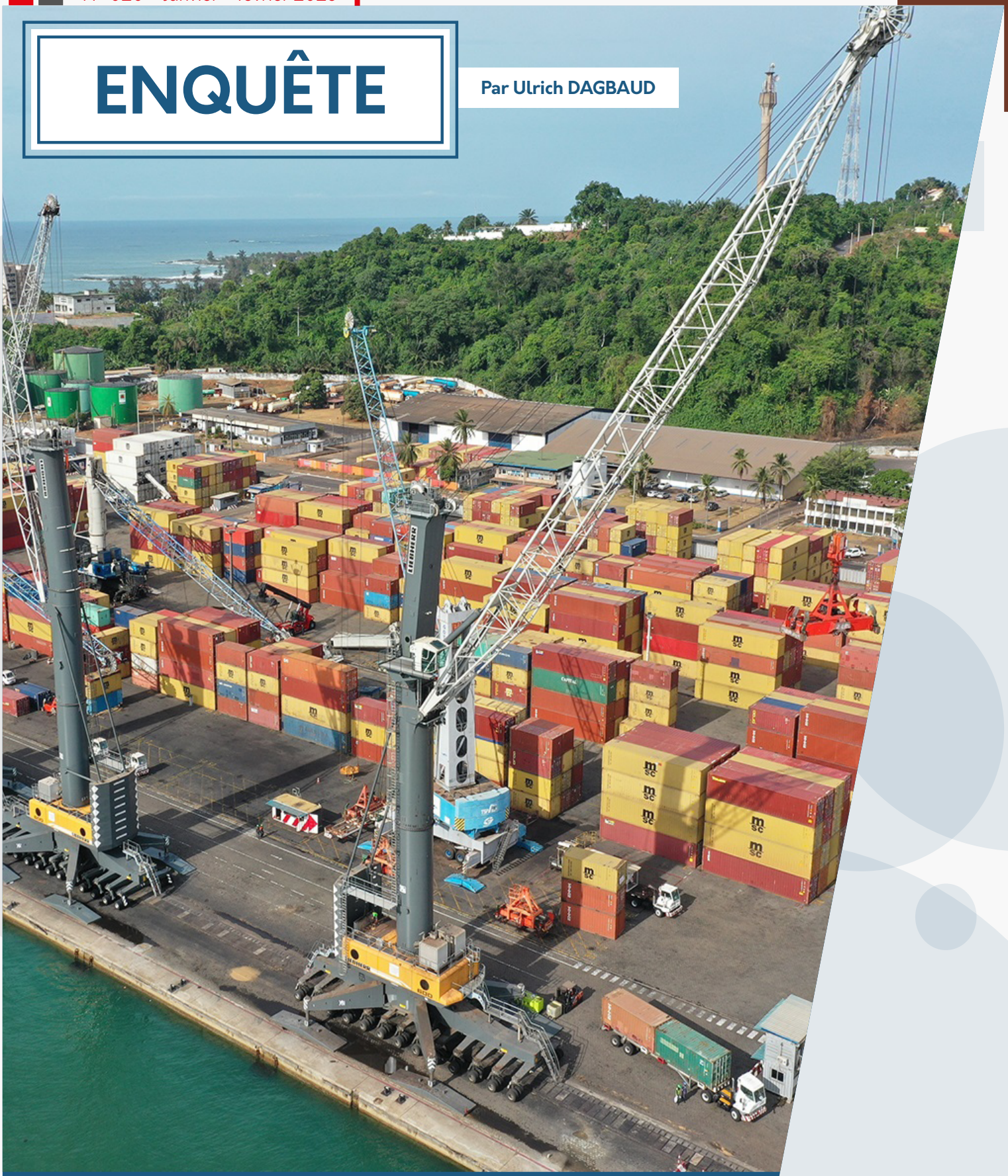
27 **BOITE À OUTILS**
Le modèle des 4C de robert Lauterborn

31 **FICHE MÉTIER**
Notaire

33 **VOCABGENX**
L'effet de lévier

ENQUÊTE

Par Ulrich DAGBAUD

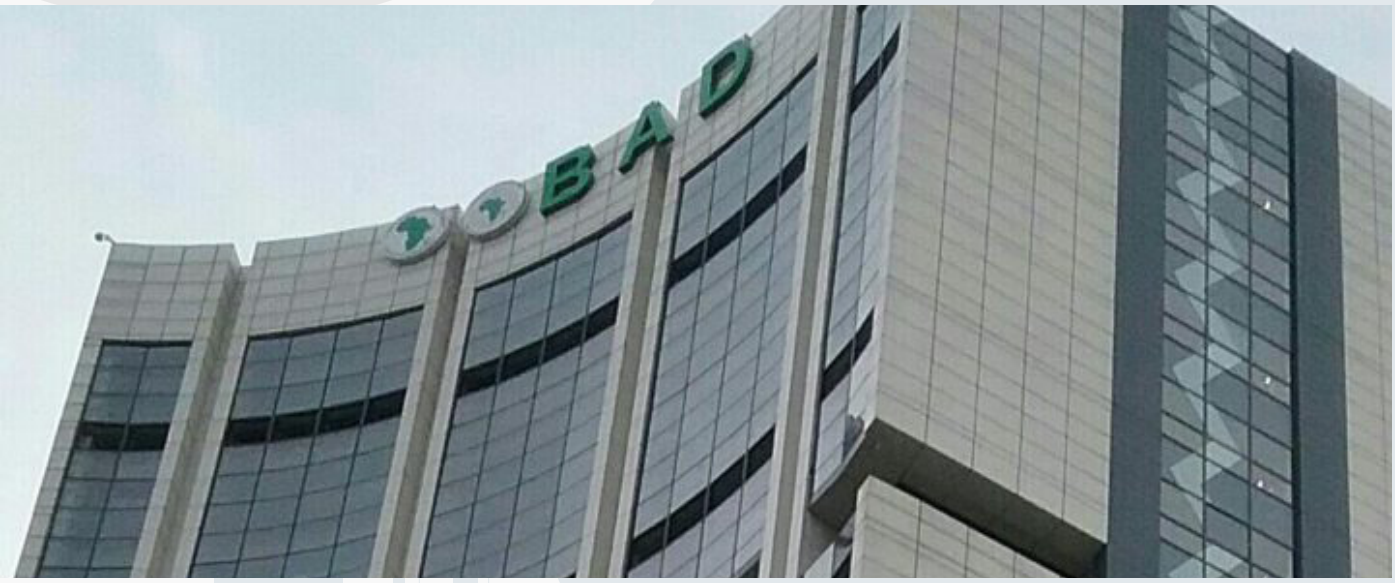


LA CÔTE D'IVOIRE EN 2023, BILAN ET PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

Après la crise sanitaire de la Covid-19, les économies africaines ont subi de nouveaux chocs en 2022 notamment le conflit en Ukraine qui a fortement impacté les prix des matières premières. Ces différents chocs ont eu pour effet direct de créer une crise inflationniste, perturber les chaînes d'approvisionnement mondial et d'augmenter le coût du capital et les services de la dette. Au-delà du conflit en Ukraine, les impacts du changement climatique et le risque lié à une réapparition de la Covid-19 dans certaines régions comme la Chine ont particulièrement amplifier la situation de crise dans plusieurs Etats africains.
Par ailleurs, l'année 2022 a été marquée par une forte appréciation du Dollar US. Cette situation a fortement impacté les économies africaines à travers une augmentation des services de la dette, une hausse des prix des biens importés et le durcissement des conditions financières sur les marchés internationaux.

Certaines monnaies africaines ont été fortement impactées par cette variation des cours du dollar. C'est le cas du Cedi ghanéen. Au cours de l'année écoulée, cette monnaie a perdu plus de 55% de sa valeur. Ces différents évènements majeurs de l'année 2022, ont eu pour conséquence un ralentissement de la croissance moyenne sur le continent. Selon les chiffres de la Banque Africaine de Développement (BAD), la croissance moyenne estimée du Produit Intérieur Brut (PIB) réel en Afrique est passée de 4,8% en 2021 à 3,8% en 2022 et devrait s'établir à 4% cette année. En Afrique de l'Ouest, un ralentissement de la croissance moyenne est aussi constaté. En effet, la croissance moyenne du PIB réel dans la zone Afrique de l'Ouest est passé de 4,4% 2021 à 3,6% en 2022. Cela est essentiellement dû au ralentissement des deux grandes économies de la zone (Côte d'Ivoire et Nigeria). De plus les statistiques de la BAD stipulent que environ 15 millions de personnes supplémentaires sont tombées dans l'extrême pauvreté en Afrique en 2022. Cette crise humanitaire est essentiellement dû la hausse du prix des matières premières sur les marchés et plus particulièrement les prix des denrées alimentaires et de l'énergie.

De façon générale, 2022 a été une année relativement difficile pour la plus part des économies et plus particulièrement en Afrique. De plus, un ralentissement marqué et généralisé devrait être constaté pour cette année. Toutefois, les perspectives de croissance pour les années avenir restent optimistes. Selon Banque Mondiale, la croissance de l'économie mondiale devrait s'établir à 1,7 % en 2023, puis à 2,7% en 2024.



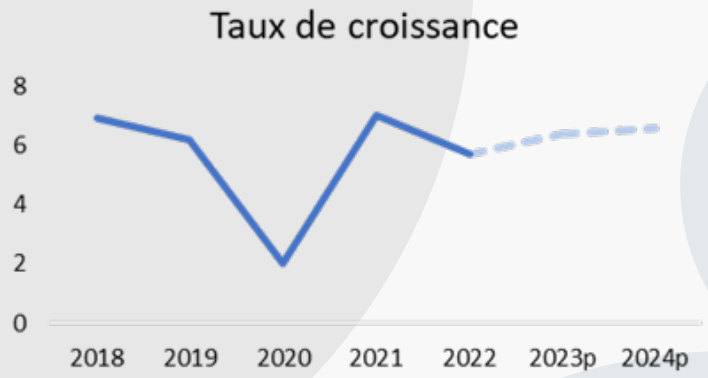
« La crise qui menace le développement s'aggrave à mesure que les perspectives de croissance mondiale se dégradent, déclare le président du Groupe de la Banque mondiale, David Malpass. Les économies émergentes et en développement connaissent depuis plusieurs années une croissance en berne en raison d'un lourd endettement et d'investissements insuffisants, car les capitaux mondiaux sont absorbés par les économies avancées confrontées à des niveaux de dette publique extrêmement élevés et à des taux d'intérêt en hausse. La faiblesse de la croissance et des investissements des entreprises aggravera les reculs déjà dévastateurs en matière d'éducation, de santé, de réduction de la pauvreté et d'infrastructures, ainsi que les nécessités liées au changement climatique. »

Devant ce bilan mitigé de l'année 2022, il devient dès lors important de se demander ce qu'il en est du bilan de la Côte d'Ivoire. Comment le pays a-t-il subi les différents chocs de l'année 2022 ? et quelles sont les perspectives pour l'année 2023 ?

Cette enquête, loin d'être exhaustive, vise à dresser un bilan économique de l'année 2022 en Côte d'Ivoire et donner les perspectives de croissance pour 2023.

L'ÉCONOMIE IVOIRIENNE : UNE ECONOMIE RÉSILIENTE

« A moyen terme (2023-2025), le taux de croissance moyen est projeté à 7,2% et l'inflation devrait être maîtrisée en dessous de la norme communautaire de 3% » tels étaient les propos du Ministre de l'Economie et des Finances, Adama Coulibaly lors de la mission de visite des services du Département Afrique du Fonds Monétaire International (FMI) qui s'est tenu en décembre 2022 à Abidjan. Qu'en est-il vraiment ?

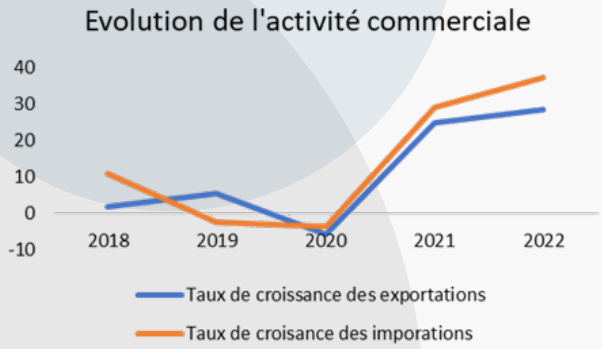


Source 1 : Banque mondiale. Note : p = prévision. Les prévisions de la Banque mondiale sont fréquemment actualisées en fonction des nouvelles données et de l'évolution de la conjoncture (mondiale). Par conséquent, les projections présentées ici peuvent être différentes de celles mentionnées dans d'autres documents de la Banque mondiale, même si les évaluations de base des perspectives des pays ne diffèrent pas de façon significative à un moment donné.

L'économie ivoirienne a été durement impactée par la crise de la COVID-19 mais s'est montrée très résiliente. Le pays faisait partie des cinq économies africaines les plus performantes de la période pré-Covid-19. Ces cinq pays sont le Rwanda (7,9 %), la Côte d'Ivoire (7,1 %), le Bénin (6,4 %), l'Éthiopie (6,0 %) et la Tanzanie (5,6 %). La Côte d'Ivoire est à nouveau sur une dynamique de forte croissance qu'elle pourrait maintenir à moyen et long termes. Après une forte baisse de sa croissance qui est passé de 6,2% en 2019 à 2% en 2020, l'économie s'est renforcée à nouveau avec une croissance du PIB de 7,4 % en 2021. Les prévisions de croissance pour l'année 2022 avaient été estimées à 6% par BAD. De façon effective, les taux de croissance estimé à la fin de l'année 2022 était inférieur aux prévisions et s'est établi à 5,7%. Les perspectives de croissance pour l'année 2023 ont-elles aussi été revues passant de 6,7% à 6,4%. Cette croissance devrait être soutenue par l'agriculture, l'activité industrielle, les bâtiments et travaux publics, les transports, le commerce, les télécommunications, ainsi que les investissements et la consommation. Il est important de constater que les prévisions de croissances de la Banque Mondiale s'avèrent être moins optimistes que celles de la BAD qui estime à 7,1% les taux de croissance de la Côte d'Ivoire en 2023.

COMMERCE ET BALANCE DES PAIEMENTS

La fermeture des frontières a fait chuter les échanges commerciaux entre les Etats. Le pays a enregistré un taux de croissance négatif à la fois des exportations et importations des biens et services entre 2019 et 2020. Ces taux étaient respectivement de -5,6% et de -2,%. (Banque Mondiale). En 2020, les exportations de biens de la Côte d'Ivoire avec l'extérieur ont atteint 19,3 Mds EUR, soit une baisse de 6,3% par rapport à 2019 selon la BCEAO.
Avec l'allégement des mesures restrictives en 2021, l'on constate une relance économique et un nouveau dynamisme de l'activité commerciale. En 2021, les activités ont repris avec une croissance de 24% et de 28% en 2022. Les mesures prises pour contenir la crise sanitaire ont eu des effets néfastes sur l'activité commerciale du pays.



Source 2 : Banque mondiale

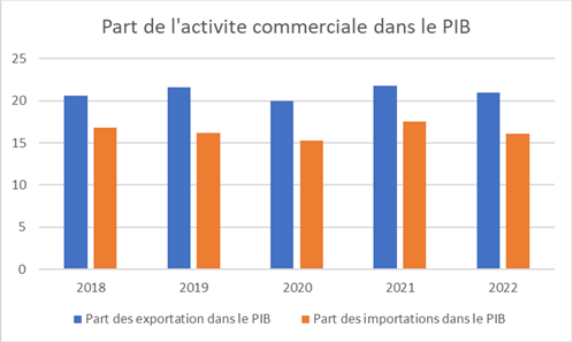
L'évolution à la baisse des exportations est largement due au choc sur le marché pétrolier avec une baisse des ventes de produits pétroliers de 44,1%. Les exportations de café vert quant à elles ont baissé de 45,6%.

Les exportations de la Côte d'Ivoire sont principalement destinées à l'Europe avec 44,8%, l'Afrique avec 22,8%, dont près de 55% vers l'UEMOA et l'Asie avec 20,8% des exportations. Les principaux pays partenaires de la Côte d'Ivoire sont les Pays-Bas avec 10% du total des exportations, les Etats-Unis avec 6,7% et la Suisse avec 6,5%. Sur le continent africain, les principaux partenaires sont le Mali avec 23,2% des exportations, l'Afrique du Sud avec 19% et le Burkina Faso avec 17,9%. Il faut noter que jusqu'en 2017, la France était le 1er partenaire commercial de la Côte d'Ivoire.

Au niveau des importations, la Côte d'Ivoire a enregistré une baisse de 3,1% 2020 selon la Banque Mondiale. Depuis 2021, une hausse des importations est constatée. En effet, des taux de croissances de 29% et 37% ont respectivement été constaté entre 2021 et 2022. Le premier poste est constitué des biens de consommation avec 44,1% dont près de 50% de produits alimentaires. Les produits énergétiques représentent 19,6% des importations totales, les biens d'équipement 18,5% et des biens intermédiaires 17,8%.

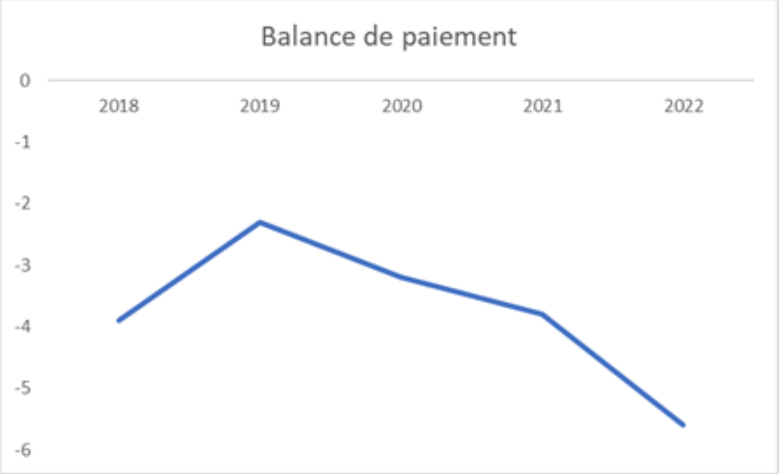
Les continents européens et asiatiques représentent respectivement 36% et 31,2% des importations de la Côte d'Ivoire en 2020 tandis que 25% des importations sont en provenance du continent africain. Les principaux fournisseurs du pays sont la Chine avec 15% des importations totales, le Nigéria avec 14,3% et la France avec 11%.

De plus, la part des exportations de marchandises dans le PIB totale reste relativement supérieure à celle des importations de marchandises.



Source 3 : Banque mondiale

Toutefois, il ne faudra pas seulement se fier à cette statistique pour évaluer la bonne santé du commerce extérieur du pays. De par sa structure économique, la Côte d'Ivoire exporte essentiellement des matières premières. Avec ses dotations en ressources naturelles, le pays importe très peu de matières premières à l'exception des denrées alimentaires. Par contre, le pays importe essentiellement des services et biens produits manufacturiers. Cette situation fait que le pays se retrouve avec un déficit commercial de plus en plus grand. En 2022, celui-ci représentait 5,6% du PIB.



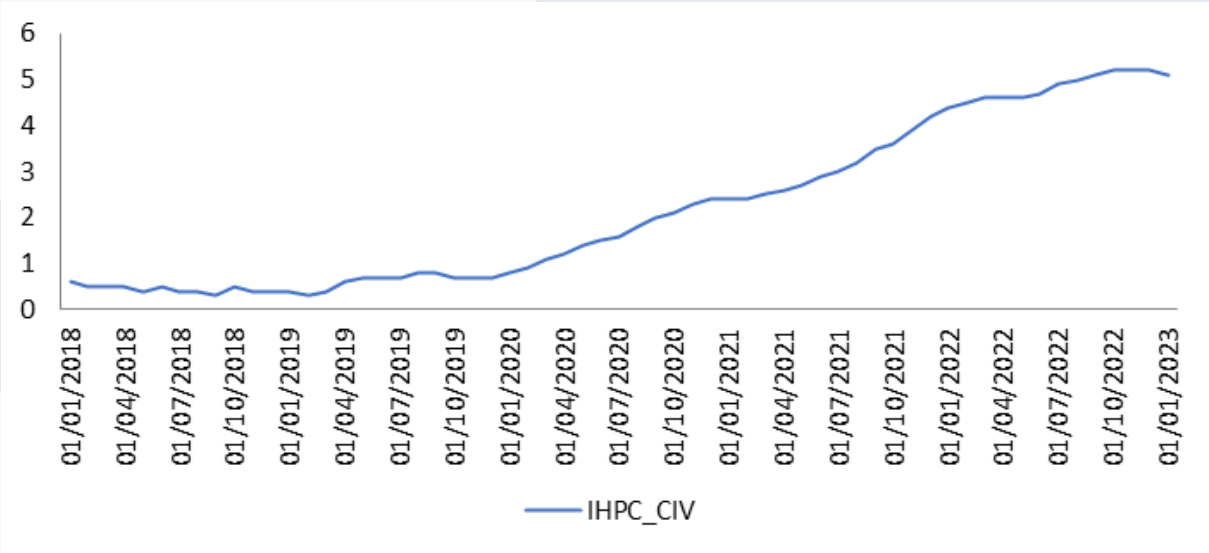
Source 4 : Banque mondiale

INFLATION

L'inflation est un terme économique qui se définit comme une hausse généralisée des prix des biens et des services au cours d'une période donnée. Elle correspond à la hausse du coût de la vie et entraine la baisse du pouvoir d'achat. En Côte d'Ivoire, le taux d'inflation est calculé à partir de l'Indice Harmonisé des Prix à la Consommation (IHPC). Cet indice est calculé chaque mois à partir d'un panier de bien.

Depuis les trois dernières années, le niveau de l'évolution de l'inflation en Côte d'Ivoire a atteint des niveaux records en une décennie d'activité économique. D'un taux d'inflation inférieur à 1% entre 2018 et 2019, le niveau d'inflation n'a cessé de croître jusqu'à atteindre 5,1% en janvier 2023. Même si au mois de janvier 2023 une baisse de 0.03% du taux d'inflation par rapport au mois précédent a été constatée, cela reste relativement faible. En effet, d'après les résultats de l'INS,

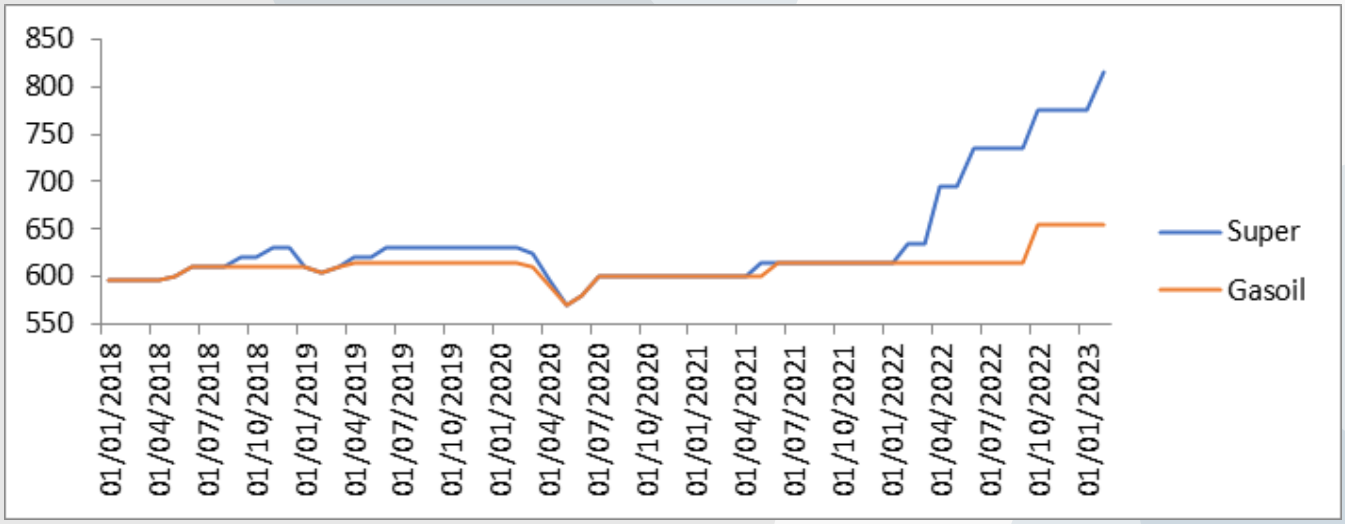
Figure 1 : Taux d'inflation de Janvier 2018 à Janvier 2023



Source 5 : L'Institut National de la Statistique (INS) de Cote D'ivoire

comparativement à janvier 2022, le niveau général des prix (IHPC) a progressé de (+4,8 %) en lien avec les fonctions Produits alimentaires et boissons non alcoolisées (+6,0 %), Transports (+9,5 %) et Restaurants et Hôtels (+7,2 %). L'indice de cette fonction enregistre une baisse de -0,4 % en ce mois de janvier 2023 par rapport au mois précédent. Ce fléchissement est dû à la baisse des prix des postes tubercules et plantain (- 4,0 %), sel, épices, sauces et produits alimentaires (-9,2 %), volaille (-4,1%). Les prix du transport ont été les plus affecté. Cela est dû au conflit en Ukraine qui a entrainé une hausse des prix des produits pétroliers sur le marché internationale. En Côte d'Ivoire, entre janvier 2018 et Janvier 2023, les prix sont passés de 595 Francs CFA à 815 Francs FCA pour le super et de 595 Francs CFA à 655 Francs CFA pour le gasoil.

Figure 2 : Evolution des prix du carburant Janvier 2018 à Février 2023



Source 6 : Direction Générale des Hydrocarbures (DGH)

POPULATION ET DÉVELOPPEMENT : LES LEÇONS DU RGPH 2021

En 2021, la Côte d'Ivoire a réalisé le 5ème Recensement Général de la population et l'Habitat (RGPH 2021). Cette opération a pour objectif de produire des statistiques socio-économiques et démographiques sur toute la population vivant sur l'étendue du territoire. Elle permet aux pouvoirs publics d'avoir des statistiques fiables et actualisés pour l'élaboration des politiques de développement. Aussi, elle servira de base pour le suivi-évaluation du PND, des politiques sectorielles et des agendas internationaux. Les résultats du recensement montrent une forte croissance de la population. Avec un taux de croissance annuel estimé à 2,9%, la population totale résidente en Côte d'Ivoire est passée à 29 389 150 habitants.

Toujours d'après le recensement, 21,5% de la population vit à Abidjan.

Le taux d'urbanisation est estimé à 52,5%. Les populations délaissent de plus en plus les zones rurales au profit des grandes villes se qui occasionne de véritables problèmes d'urbanisations. Celles-ci partent des zones rurales car elles manquent d'infrastructure et d'opportunité. Afin de palier ce problème, l'Etat a réalisé avec ses partenaires plusieurs projets dans ce sens au cours de l'année écoulé. C'est le cas du Projet de Renforcement de l'Alimentation en Eau Potable et d'Assainissement en Milieu Urbain avec la Banque Mondiale. Les acquis du projet sont les suivants :

- 489 840 personnes, dont 48,9% de femmes, ont accès à des services d'eau améliorés dans six centres urbains du nord au sud du pays ;

- La construction de près d'une dizaine d'usines de traitement d'eau et de réservoirs a été réalisée ;

- Le projet a également permis la pose de 214 km de conduites de transport et de distribution d'eau dans l'ensemble des villes ciblées et de recenser 25 896 ménages demandeurs de branchements sociaux et de réactivations ;

- 7 511 compteurs ont été installés dans les ménages vulnérables ;

- 981 emplois ont été créés.

Aussi, faut-il noter que la population ivoirienne est très jeune. L'âge moyen de la population est de 23 ans avec 44% de la population ayant moins de 18 ans. A cet effet, le gouvernement s'atèle à mettre l'accent sur l'éducation. En 2022, Le Projet d'Amélioration de la Prestation des Services Educatifs (PAPSE), encore appelé projet « mon enfant apprend mieux à l'école » en partenariat avec la Banque Mondiale :

- A permis à 63 398 enfants des classes de CP1, CP2 et CE1, dont 31 887 de filles, d'améliorer leur niveau en lecture-écriture et en mathématiques ;

- A amélioré le développement de la petite enfance en accompagnant 13 996 enfants, dont 6 974 filles ;

- A encouragé la scolarisation de 8 595 élèves filles grâce à la distribution de kits scolaires complémentaires ;

- A renforcé les capacités pédagogiques de 769 enseignants en lecture-écriture et 1 033 enseignants en mathématiques.

Réduire l'inégalité sociale reste aussi un défi majeur. Ainsi, pour la première fois, au cours des trois dernières décennies, la tendance haussière du taux de pauvreté s'est inversée entre 2011 (55,4%) et 2020 (35%).

PLAN NATIONAL DE DÉVELOPPEMENT (PND 2021-2025) : LA BOUSSOLE POUR TROUVER LE CHEMIN DU DÉVELOPPEMENT

Le gouvernement ivoirien a entamé la mise en œuvre de son nouveau Plan National de Développement (PND 2021-2025). À travers ce PND qui devra mobiliser 59 000 milliards de FCFA, le gouvernement compte accélérer la transformation structurelle de l'économie. Il envisage également de poursuivre le développement du secteur privé, en lui donnant un nouveau souffle. Cela passe notamment par la transformation locale des matières premières, le renforcement des infrastructures et la promotion des champions nationaux, afin de créer plus d'emplois, en particulier pour les jeunes et les femmes.

Dans cette optique, le PND 2021-2025 met l'accent sur six piliers que sont : l'accélération de la transformation structurelle de l'économie par l'industrialisation et le développement de grappes ; le développement du capital humain et la promotion de l'emploi ; le développement du secteur privé et de l'investissement ; le renforcement de l'inclusion, de la solidarité nationale et de l'action sociale ; le développement régional équilibré, la préservation de l'environnement et la lutte contre le réchauffement climatique et le renforcement de la gouvernance, la modernisation de l'État et la transformation culturelle.

L'objectif principal du PND 2021-2025 est de réaliser la transformation économique et sociale nécessaire pour hisser la Côte d'Ivoire, à l'horizon 2030, au rang des pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure. La mise en œuvre de ce plan s'articulera autour des points suivants : développer l'industrie nationale ; assurer une meilleure productivité des facteurs et renforcer la gouvernance de l'Etat.

! CADRE DE PARTENARIAT PAYS (CPF) : CAS DE LA BANQUE MONDIALE

Le Groupe de la Banque mondiale en Côte d'Ivoire l'un des partenaires les plus important de l'Etat dans la mise en œuvre du PND. Toutefois, son action s'articule autour de trois priorités :

- Initier une dynamique de croissance tirée par le secteur privé ;
- Développer le capital humain indispensable au développement économique et à la cohésion sociale ;
- Renforcer la gestion des finances publiques, la transparence et la redevabilité des institutions.

À la suite d'un examen à mi-parcours dans l'optique d'évaluer les progrès de ce partenariat dans la réalisation du PND, la Banque mondiale a recentré ses priorités sur le développement du capital humain et de l'inclusion sociale. Un nouveau cadre de partenariat (CPF 2022-2026) en cours de préparation et vise à soutenir les piliers du PND 2021-2025.

Le portefeuille actif actuel de la Banque mondiale s'élève à plus de 2700 milliards de francs CFA répartis sur 30 projets actifs, dont 24 projets nationaux d'un montant total de plus de 2400 milliards de francs CFA et 6 projets régionaux IDA financés à plus de 280 milliards de francs CFA. Le portefeuille est réparti de manière équilibrée entre tous les secteurs, les investissements les plus importants sont consacrés aux transports (15 %), au développement urbain et au foncier (13 %) ainsi qu'à la santé (12%) et à la protection sociale (12 %).

QUE RETENIR ?

Après deux crises mondiales majeures (la pandémie de COVID-19 et le conflit en Ukraine), l'année 2023 débute avec l'espoir d'une relance économique sur le continent. L'économie ivoirienne s'est montrée résiliente. Avec des prévisions de croissance en hausse, la relance des activités commerciales et un ambitieux Plan National de Développement, le pays peut retrouver le chemin de la croissance. Toutefois, il faudra compter avec une inflation qui, non contrôlée, pourrait sérieusement mettre à mal les plans de relance.

Le pays a une population très jeune et les défis sociaux à relever sont nombreux. L'Etat devra donc mettre l'accent sur l'éducation et les programmes visant à réduire les inégalités.

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

AHMED CISSE,

Président de la Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire (CGECI)

Bonjour Monsieur Ahmed CISSE. C'est un réel plaisir pour nous de vous recevoir dans cette interview. Tout d'abord, nous tenons particulièrement à vous féliciter pour votre brillante élection à la tête de la CGECI.

1) Plus d'un mois que vous avez officiellement pris fonction à la tête de cette organisation. Alors, comment se porte la CGECI ?

La Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire se porte très bien. Je vous remercie de l'opportunité que vous m'offrez d'en parler et de votre message de félicitations et d'amitié à mon égard.

J'ai effectivement pris fonction, début janvier 2023, après avoir été élu en novembre dernier par le Conseil d'Administration, comme le prévoient nos textes. Je voudrais réitérer mes remerciements aux Administrateurs qui ont porté leur choix sur ma modeste personne pour poursuivre l'œuvre commencée par nos pionniers et prédécesseurs.

J'ai également mis en place le nouveau Bureau Exécutif de l'organisation qui s'est mis déjà au travail. Pour réussir les nombreux défis qui se présentent à nous, je sais pouvoir compter sur les compétences diverses de notre organisation. C'est grâce à la cohésion et à l'implication de ses membres, groupements, associations et entreprises que la CGECI a su se positionner comme un acteur incontournable de l'écosystème des affaires en Côte d'Ivoire et un partenaire crédible pour l'Etat et les autres acteurs institutionnels.

Pour conduire notre mission, nous avons récemment organisé une retraite stratégique et travaillé sur un nouveau Plan Stratégique 2023-2025. Ce Plan constituera notre nouvelle feuille de route, pour un patronat plus impactant.

2) Vous accédez à la tête de la CGECI dans un environnement économique marqué par des crises successives (crise sanitaire de la Covid-19 et guerre en Ukraine). Quels sont les défis liés à ce contexte particulier ? Et quelles seront les grandes orientations de votre action à la tête de l'organisation ?

Face à ces crises successives qui rendent l'environnement économique international de plus en plus complexe et incertain, les défis à relever par les entreprises sont multiples : augmentation des coûts des facteurs de production du fait de l'inflation, insécurité énergétique, perturbations des chaînes d'approvisionnement, tensions financières et contraction des marchés, pour ne citer que ceux-là. Alors que les entreprises se remettaient progressivement de la pandémie, la guerre russo-ukrainienne est venue bouleverser les progrès accomplis.

La mauvaise nouvelle, c'est que les crises vont continuer à se succéder. La bonne, c'est que nous savons que derrière chaque crise, il y a des opportunités à saisir. Les entreprises doivent, par conséquent, s'adapter sans cesse à cet environnement changeant, notamment par l'innovation et par l'amélioration de leur compétitivité.

A la tête de la CGECI, j'entends mettre l'accent sur le renforcement des actions d'accompagnement, de soutien, d'assistance aux entreprises, particulièrement aux PME.

Je reste convaincu que c'est de cette manière que notre Confédération pourra les aider à conquérir plus de marchés aux plans national et international. Il faudra aller vite dans ces efforts en raison de l'environnement de plus en plus concurrentiel et des perspectives qu'offre la Zone de Libre Echange Continentale Africaine (ZLECAf). En résumé, c'est aussi tout le sens de mon engagement en faveur de la création et de l'accélération des Champions nationaux.

3) Le Plan National de Développement (PND) 2021-2025 a placé le secteur privé au cœur de la transformation économique du pays avec une contribution financière projetée de l'ordre de 74% (44.000 milliards F CFA). Comment la CGECI entend mobiliser le secteur privé pour l'atteinte de cet objectif ? Par ailleurs, quelles sont vos principales attentes vis à vis des pouvoirs publics pour une contribution effective du secteur privé au financement du PND ?

La CGECI est partie prenante du PND 2021-2025 en cours. Elle a, en effet, participé à son élaboration, et plusieurs de ses recommandations, notamment celles issues de son Livre Blanc pour l'industrialisation de la Côte d'Ivoire, ont été intégrées à ce Plan principalement dans l'axe sur la transformation structurelle de notre économie qui entrevoit la création de plusieurs grappes industrielles. C'est vous dire que la Confédération est déjà mobilisée pour la réussite de ce PND dont deux de ses principaux piliers reposent sur le secteur privé.

Nous entendons renforcer le dialogue avec l'Etat pour permettre aux entreprises locales de saisir des opportunités d'investissements. Pour cela, j'ai soumis aux plus hautes autorités du pays la demande de la CGECI d'abriter des rencontres entre les Ministres concernés et les entreprises afin que les différents projets sectoriels soient présentés au secteur privé. Il s'agit pour nous de mieux connaitre le niveau de maturité des projets et surtout ceux qui peuvent encore faire l'objet d'attribution.

Nous comptons également nous impliquer fortement au sein du dispositif institutionnel de suivi de la mise en œuvre du PND et nous veillerons à l'élaboration des réformes envisagées en faveur du secteur privé pour un climat propice aux investissements.

4) Le Felis est une revue qui fait la promotion de l'Intelligence Economique en Afrique. Nous avons également noté la présence d'une commission d'Orientation et de Veille Stratégique au sein de la CGECI, une preuve de l'importance que vous accordez à la maîtrise de l'information. Quel est donc votre mot à l'endroit des entreprises qui restent encore sceptiques sur l'utilité de l'intelligence économique ?

Comme vous l'avez si bien souligné, la CGECI a pris des initiatives et déployé des efforts dans le domaine de l'intelligence économique, en particulier en ce qui concerne la veille économique. L'objectif est de mettre à la disposition des dirigeants d'entreprises des informations utiles pour faciliter les prises de décision, anticiper la situation des marchés et l'évolution de la concurrence.

L'intelligence économique permet également de détecter les menaces et les opportunités pour définir les actions les mieux adaptées à la stratégie de développement.

Je voudrais encourager les entreprises, quelle que soit leur taille à s'investir dans l'intelligence économique car leur compétitivité repose largement sur leur capacité à accéder aux informations qui leur sont nécessaires, et à traiter celles-ci de façon efficace en interne.

Nous sommes au terme de nos 4 questions. Merci Monsieur CISSE pour vos réponses. Et plein succès à vous dans votre nouvelle fonction.

Je voudrais encourager les entreprises, quelle que soit leur taille à s'investir dans l'intelligence économique car leur compétitivité repose largement sur leur capacité à accéder aux informations qui leur sont nécessaires, et à traiter celles-ci de façon efficace en interne.

INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Par Aboubacar KAMARA

INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET DIPLOMATIE ÉCONOMIQUE

La mondialisation et la globalisation des échanges ont poussé les Etats à repenser leurs pratiques diplomatiques. On parle de plus en plus de diplomatie économique. Cette approche se veut plus dynamique et vise la conquête de marchés extérieurs au profit de l'économie nationale.

Mais, réussir sur ce sentier exige une parfaite maîtrise de son milieu d'action d'où la nécessité de faire appel aux outils de l'Intelligence Economique (IE). Qu'est – ce que la diplomatie économique ? Comment l'IE peut contribuer au renforcement de la diplomatie économique pour le rayonnement de la nation ? Nous en parlons dans cet article.

De la diplomatie traditionnelle à la diplomatie économique

La diplomatie est la pratique des relations internationales. Elle organise les échanges politiques entre les Etats et gouvernements en vue d'assurer une coopération pacifique ou la restauration de la paix après une phase de conflit. La diplomatie est également un outil de pouvoir qui permet d'asseoir le rayonnement international d'un Etat.

Traditionnellement, la notion de diplomatie fait référence aux acteurs étatiques. Mais, la fin de la guerre froide et le courant de mondialisation ont conduit à l'affirmation dans le jeu diplomatique de nouveaux types d'acteurs : les organisations économiques multilatérales (OMC, FMI, Banque Mondiale, etc.), les institutions économiques régionales, les ONG, les grandes multinationales, les chambres de commerces internationales, les organismes de réflexion (think tanks, forum, etc.).
Dans ce nouvel environnement, la raison économique émerge comme le mobile principal conduisant les relations internationales. Les affrontements entre États sont désormais essentiellement de nature commerciale et la conquête des marchés a pris la place des conquêtes territoriales.

Ainsi, d'une diplomatie traditionnelle, on a progressivement glissé vers une diplomatie économique qui met en avant le positionnement économique du pays sur l'échiquier international. Celle-ci mobilise tous les outils de la politique étrangère pour appuyer les acteurs économiques nationaux dans la conquête de marchés extérieurs.

Qu'est-ce que la diplomatie économique ?

La diplomatie économique peut être définie comme l'ensemble des mécanismes et pratiques de politiques étrangères adoptés par des acteurs, publics ou privés dans le but de réaliser les objectifs économiques d'un État. Elle touche à des domaines divers et variés comme le commerce, l'investissement, la migration, l'aide au développement, et utilise comme outils les relations, l'influence et la négociation.

Cette approche peut être menée à différents niveaux, du gouvernement central aux organisations régionales et locales. Elle peut impliquer des représentants diplomatiques tels que des ambassadeurs, des attachés commerciaux et des conseillers économiques, ainsi que des représentants d'entreprises et d'organisations sectorielles.

La diplomatie économique a trois fonctions principales : faciliter les débouchés des entreprises nationales à l'étranger, attirer les investisseurs extérieurs sur le territoire domestique et infléchir les règles internationales dans le sens des intérêts domestiques. Elle est donc un moyen pour l'État de renforcer sa puissance économique et son positionnement dans le monde.

Cependant, réaliser les objectifs de la diplomatie économique nécessite une parfaite maîtrise de l'information économique. L'intelligence économique en tant qu'outil de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations économiques au profit des décideurs publics et privés, peut être particulièrement utile à cet effet.

La diplomatie économique, quels apports de l'IE ?

La diplomatie économique et l'intelligence économique sont deux approches complémentaires qui visent à promouvoir les intérêts économiques d'un pays. A travers les outils qu'elle développe, l'IE peut aider à renforcer la diplomatie économique de l'Etat. Voici quelques exemples d'application de l'intelligence économique à la diplomatie économique :

Analyse de marché : l'IE peut aider les diplomates dans la collecte et l'analyse des données sur les marchés étrangers, les tendances économiques, les réglementations, les normes et les habitudes de consommation de marchés cibles. Ces informations peuvent être utilisées pour aider les entreprises nationales à identifier des opportunités d'exportation ou d'investissement dans des pays étrangers.

Veille concurrentielle : L'IE peut également être utilisée pour surveiller les concurrents étrangers. Les représentants diplomatiques peuvent ainsi fournir des informations utiles aux entreprises pour les aider à adapter leur stratégie commerciale en fonction des stratégies concurrentes.

Analyse des risques : l'IE peut aider à évaluer les risques liés à l'investissement dans des pays étrangers. Les informations recueillies par les services d'intelligence économique peuvent aider les acteurs nationaux à évaluer les risques politiques, économiques et réglementaires associés à un marché étranger particulier. Les services d'intelligence économique peuvent également accompagner les entreprises nationales dans le cadre de due diligence.

Promotion de l'image de marque du pays : l'IE peut contribuer à promouvoir l'image de marque du pays auprès des tiers étrangers. Les informations collectées par les services d'intelligence économique peuvent aider les diplomates à identifier les avantages comparatifs de leur pays et à les promouvoir auprès des investisseurs étrangers. En outre, l'IE peut appuyer les diplomates ou les conseillers économiques dans les négociations avec les potentiels investisseurs à travers des arguments pertinents tirés des études réalisées ou de la veille.

L'influence : Les décisions et règles provenant des organisations régionales et ou multilatérales sont souvent issues de confrontations de lobbies (publics ou privés). Parler de diplomatie économique, c'est donc très souvent faire référence à l'influence. En effet, il y a dans cette approche un volet lobbying assez important. Cela consiste à agir en amont sur les décisions dans les plus hautes instances (régionales ou internationales) en vue de défendre les intérêts de la nation. De telles opérations nécessitent une parfaite connaissance de son environnement d'action notamment les personnes avec qui on communique, les personnes à cibler, les codes culturels, la manière de s'exprimer, la manière de rédiger les messages, etc. Il y a donc un véritable travail de renseignement à effectuer. L'intelligence économique peut répondre avec efficacité à ce besoin. L'IE permet d'avoir une parfaite maîtrise de l'environnement. Elle participe également à une meilleure coordination des stratégies d'influence des différents acteurs nationaux pour éviter une dispersion des moyens et obtenir une efficacité de l'action.

En somme, tout État doit appuyer le déploiement international de ses entreprises en orientant le renseignement national sur les questions économiques. Cette démarche est l'une des clés du succès sur les concurrents. Dans une compétition économique où la concurrence internationale s'oppose sur le moindre contrat, les campagnes commerciales des entreprises locales doivent être appuyées par des opérations de renseignement, d'influence et bénéficier de soutiens gouvernementaux de toutes sortes sur ce segment.

En un mot, la mise en place d'un dispositif national d'intelligence économique est essentielle pour aider la diplomatie économique à réussir sa mission de promotion des intérêts économiques du pays à l'étranger.

EXPRESSO

LA BRVM RÉORGANISE SES COMPARTIMENTS ET DÉMARRE L'ANNÉE AVEC DE NOUVEAUX INDICES

La Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM) a démarré l'année 2023 avec de nouveaux Compartiments sur son marché Actions (« Prestige », « Principal » et « Croissance ») et de deux nouveaux indices boursiers (« BRVM 30 » et « BRVM Prestige »).

Cette nouvelle configuration du marché s'inscrit dans le cadre des orientations stratégiques de la BRVM visant à rendre le marché plus attractif, à s'adapter aux évolutions des marchés de capitaux et à se conformer, sans cesse, aux meilleurs standards internationaux dans son secteur.

Ainsi, le marché Actions de la BRVM est organisé en trois compartiments définis suivant de nouveaux critères plus représentatifs de l'évolution du marché, et prenant en compte le niveau de la capitalisation boursière, du flottant et le respect des obligations de diffusion d'information financière ainsi que les exigences d'historique de comptes certifiés et de bénéfice net.

Pour être éligibles au Compartiment Prestige, les sociétés cotées doivent justifier, entre autres, d'un minimum de 10 ans d'activité, d'une capitalisation boursière d'au moins 50 milliards de francs CFA, d'un flottant d'au moins 20% du capital, correspondant à un minimum de 4 millions de titres, de la publication régulière et dans les délais prescrits de toutes les informations financières requises sur l'exercice précédent et de leur engagement en matière de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE). Le compartiment Prestige regroupe ainsi les valeurs phares du marché des Actions. Quant au Compartiment Croissance, il est destiné à accueillir les PME et les entreprises à fort potentiel de croissance.

Avec cette nouvelle organisation de la cote, les sociétés précédemment classées aux Premier et Deuxième Compartiments de la Bourse sont désormais reclassées dans les Compartiments « Prestige » et « Principal », conformément aux critères d'éligibilité.

Par ailleurs, la BRVM publie désormais, deux nouveaux indices de marché, en plus de son indice composite :

L'indice « BRVM Prestige » qui regroupe l'ensemble des valeurs inscrites sur le Compartiment Prestige. La révision se fera sur une base annuelle suivant les critères d'éligibilité des sociétés au Compartiment Prestige ;

L'indice « BRVM 30 » qui regroupe les trente (30) valeurs les plus échangées sur un trimestre et qui vient remplacer l'indice BRVM 10. Cet indice est plus diversifié et tient compte de l'évolution de la liquidité du marché au cours des dernières années.

L'indice « BRVM Composite » qui regroupe l'ensemble des sociétés cotées à la BRVM reste inchangé.

Les indices « BRVM Prestige » et « BRVM 30 » sont rentrés en vigueur le lundi 2 janvier 2023 avec une base 100.

Ces changements introduits par la BRVM sur son marché Actions viennent apporter davantage de lisibilité pour les investisseurs et les gestionnaires d'actifs. Ils permettent également aux sociétés cotées d'améliorer leur vie boursière, notamment à travers le développement d'une relation de communication et d'attraction toujours plus poussée avec leurs actionnaires et leurs clients.

Source : BRVM

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

ZOOM SUR ABIDJAN, UNE VILLE EN PLEINE TRANSFORMATION

Abidjan, capitale économique de la Côte d'Ivoire, fait partie des villes africaines les plus dynamique. Avec ses 6,3 millions d'habitants, la ville s'est considérablement développée ces dernières années. Ponts, routes, échangeurs, etc., de nouvelles infrastructures sont constamment mises en place pour répondre aux besoins de la population grandissante. Quels sont les chantiers phares de la ville ? quels sont les effets de la transformation de la ville sur les populations ? Focus sur Abidjan et ses grands chantiers.

Abidjan, une ville à démographie galopante

La population de la ville d'Abidjan a connu une croissance rapide au cours des dernières années. La ville est passée d'un peu plus de 2 millions d'habitants en 2000 à plus de 6 millions d'habitants aujourd'hui. Selon le dernier Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH 2021), Abidjan regroupe 36% de la population urbaine de la Côte d'Ivoire. Cette croissance démographique rapide pose de nombreux problèmes, notamment une pression accrue sur les infrastructures et les services publics, un déficit de logements et une pollution accrue.

Le poids démographique de la ville pèse particulièrement sur la mobilité urbaine. Les autorités en ont pleinement conscience et s'attachent à relever ce défi.

Une ville en plein essor

Comptant de nombreuses banques et entreprises, Abidjan est considérée comme un important centre financier et commercial en Afrique de l'Ouest. Elle est également un centre culturel et artistique majeur, avec une variété de festivals, musées et lieux d'exposition.

La ville a connu un développement rapide au cours des dernières années, principalement grâce aux gros investissements en infrastructures (routes, ponts, echangeurs, etc). En effet, le gouvernement ivoirien a mis en place un ambitieux programme d'investissement public et privé afin d'améliorer les infrastructures et les services, tels que les transports et l'énergie. Le but est de faire de la capitale économique du pays une ville moderne. Mais surtout faciliter la mobilité urbaine et décongestionner la ville.

Le développement des infrastructures a eu un impact direct sur l'attractivité économique de la capitale. Le tourisme d'affaires a repris de ses couleurs et la ville accueille de plus en plus d'événements de portée internationale.

Aujourd'hui, de nombreux grands projets sont encore en cours. Voici quelques-uns qui vont redessiner le paysage urbain abidjanais :

- **Le projet du Métro d'Abidjan :** le métro d'Abidjan reliera la commune d'Anyama à celle de Port-Bouët sur un linéaire de 37,4 km. Son itinéraire comprend 2 voies, 18 stations, 21 ponts-rails et routes, et 1 pont viaduc sur la lagune Ebrié. Une fois achevé, cet ouvrage va permettre à plus de 500.000 ivoiriennes et ivoiriens de se déplacer chaque jour plus aisément. Initialement évalué à 1,36 milliard de dollars, son coût devrait être revu à la hausse.

- **le projet du 4e pont de la ville d'Abidjan** est un projet majeur pour la capitale économique de la Côte d'Ivoire. Long de 1 400 mètres, ce projet vise à améliorer la fluidité du trafic et donner une alternative aux usagers de la route qui empruntent l'autoroute du Nord suivant le trajet Yopougon-Adjamé-Plateau. Ce pont devrait réduire le temps de parcours Yopougon-Plateau de 60 à 10 minutes. Coût initial du projet : 142 milliards FCFA.

- **Le projet du 5ème pont d'Abidjan :** Le 5ème pont d'Abidjan relie la commune résidentielle de Cocody, par la baie, à celle du Plateau. Lancé en 2019, et censé s'achever en 2022, le projet a accusé un retard dû à la pandémie de la Covid-19. Aujourd'hui, le projet est à 95% de réalisation et l'ouvrage sera ouvert à la circulation au mois d'Avril 2023.

Réalisé par le chinois China Road and Bridge Corporation (CRBC), le 5ème pont d'Abidjan a coûté 77,5 milliards de F CFA. Il s'intègre dans le projet d'aménagement de la baie de Cocody qui compte également deux autres projets :

- la construction d'un échangeur avec plusieurs infrastructures routières pour un investissement de 23,9 milliards de F CFA

- l'ouverture de l'embouchure du fleuve Comoé à Grand-Bassam pour la sauvegarde de la baie de Cocody de 21,7 milliards de F CFA

Quels impacts sur la vie des populations ?

Les projets de développement d'Abidjan ont un impact positif sur l'économie du pays. La construction des infrastructures créent des emplois, ce qui contribue à améliorer le niveau de vie des habitants et à stimuler la croissance économique. De plus, ils participent à l'attractivité économique de la capitale et à la promotion des investissements étrangers.

Mais, d'un autre côté, la transformation de la ville entraîne des conséquences notamment la cherté de la vie. Augmentation du prix des loyers, hausse du coût du transport font partie des réalités du nouvel Abidjan.

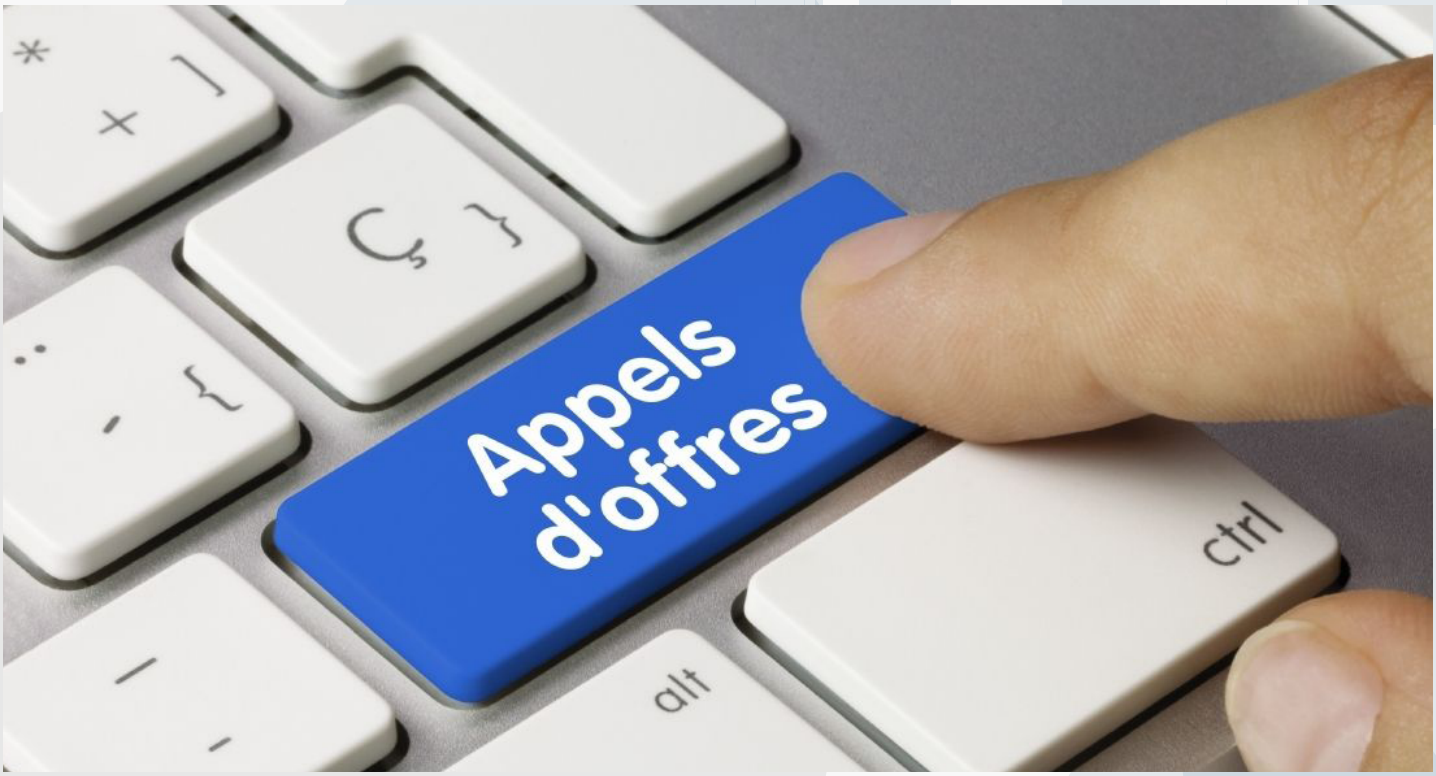
De même, les travaux de construction conduisent au déguerpissement de nombreuses populations résidentes sur les espaces devant accueillir les infrastructures. Celles-ci devront être dédommagées ou relocalisées vers de nouveaux sites. Selon les estimations de l'Etat, plus de 132 quartiers précaires où vivent plus d'un million de personnes seront détruits d'ici 2025. Comme quoi, la modernisation a un prix. Il revient à l'État de prendre des mesures idoines pour amortir les répercussions sur la vie des populations.

Abidjan est une ville en pleine transformation, qui a connu une forte expansion démographique au cours des dernières années. Les investissements dans les infrastructures et les services publics devraient contribuer à améliorer la vie des populations, stimuler l'économie et attirer les investissements étrangers. Aujourd'hui, de nombreux grands projets sont en cours et leurs impacts positifs sur la croissance et le développement de la ville sont très attendus.

TUTO

REPONDRE A UN APPEL D'OFFRE AVEC SUCCES

Par Benjamin DEH-DEH



Répondre à un appel d'offre est tout un savoir-faire qui ne laisse aucune place à l'improvisation. Si vous voulez mettre toutes les chances de votre côté, il y a certains détails que vous devrez prendre en compte pour soigner votre candidature. Découvrez dans ce tuto, quatre (4) principales recommandations pour maximiser vos chances d'être gagnant aux appels d'offres.

1. Anticiper

Dans un processus d'appel d'offres, la rédaction de la réponse est une étape importante. L'entreprise qui candidate à des appels d'offres doit avoir du contenu déjà prêt : offre technique type, offre financière type, présentation de l'entreprise, etc. Vous pouvez rédiger un dossier de candidature type que vous aurez à modifier en fonction de chaque appel d'offre à traiter. L'avantage de cette mesure est qu'elle vous permet de gagner du temps et d'être toujours prêt lorsqu'une opportunité se présente. Mais, prenez garde. Il ne s'agit pas de soumettre des documents identiques à chaque appel. Vous devrez obligatoirement ajuster vos documents afin de répondre aux contraintes de chaque marché.

Aussi, il faudra se faire connaitre positivement dans son environnement professionnel et sur les diverses plateformes à travers l'excellence de ses résultats de prestations. Il s'agit ici, pour vous de développer votre notoriété auprès des potentiels demandeurs cibles.

Cherchez également à découvrir les points de sensibilité du demandeur cible. Certains organismes, par exemple, sont sensibles aux questions environnementales et privilégient des propositions qui tiennent compte de ce fait. La prise en compte de ce détail peut contribuer à votre succès.

2. Faire une veille « Marchés Publics »

Pour candidater à des appels, vous devez d'abord en trouver. On parle de veille « marchés publics ». En effet, les avis d'appels d'offres sont très nombreux tant sur le plan national que sur le plan international. Et, il ne s'agit pas pour l'entreprise de répondre à tous les marchés potentiellement intéressants. Il lui faut sélectionner, sur la base de critères pertinents, les avis susceptibles de l'intéresser et d'être des marchés "gagnables". En pratique, le responsable des marchés et son équipe doivent visiter régulièrement les plateformes de publication des avis pour sélectionner les appels d'offre correspondants aux attentes de l'entreprise. Sans quoi, elle risque de récolter un taux de réussite décevant et de s'épuiser dans des démarches peu fructueuses.

La veille dans ce sens devient donc un élément essentiel qui vous aidera dans votre démarche. Vous pouvez recourir aux sites institutionnels tels que celui de la Direction Générale des Marchés Publics. D'autres acteurs privés mettent également à disposition des entreprises (moyennant un abonnement), des services pour trouver des avis de marché. Il vous est, par ailleurs, possible à travers certains outils de mettre en place un système d'alertes automatiques directement sur votre courriel. Vous pourrez ainsi recevoir, par email, les notifications des avis de marchés qui correspondent à vos critères de recherches sans devoir vous connecter au quotidien sur les plateformes.

3. Comprendre les procédures de passation des marchés de l'acheteur

Les procédures de passation des marchés sont parfois complexes. Lorsque vous souhaitez répondre à un avis de marché, il est important de drainer le maximum d'informations sur l'opportunité qui se présente : Quelles sont les principales caractéristiques du marché ? Quelle est la date limite de réception des candidatures ou des offres ? Quels sont les critères d'attribution ou de choix des offres ? Quelles sont les modalités de réponse (Papier dans certains cas, réponse électronique, adresse de remise des plis, ...) ? La lecture attentive de l'avis d'appel d'offres et des différentes conditions de soumission permettent de connaitre précisément les besoins de l'acheteur. Une attention particulière à ces préalables vous permet d'augmenter vos chances de réussite.

4. Respecter les procédures de soumission

Le respect des règles de soumission est l'une des conditions d'acceptation de votre candidature. Lisez attentivement l'avis de marché. Préparez tous les documents demandés. Respectez les formats exigés pour les documents et le délai de soumission.

Classez le dossier tel qu'il a été demandé dans le dossier d'appel d'offres. Relisez attentivement votre dossier de candidature et faites relire si possible par d'autres personnes. Vous devez présenter un document clair, compréhensible et irréprochable. Soignez l'orthographe et la syntaxe de vos écrits, gages de votre image auprès de l'acheteur.

N'hésitez pas à joindre quelques visuels dans votre proposition. Il ne s'agit pas de faire un catalogue mais juste d'illustrer votre dossier pour le rendre plus attractif.

Pour finir, archivez une copie de toutes les pièces transmises, pour avoir l'historique de vos réponses, des prix et des méthodes de calculs. Ces éléments seront importants pour la négociation.

Comme mentionné plus haut, répondre à un appel d'offres ne s'improvise pas. C'est un véritable travail qui nécessite de l'investissement. Nous espérons que les conseils de ce tuto vous seront utiles pour répondre avec succès à vos prochains appels d'offres.

BOITE À OUTILS

LE MODÈLE DES 4C DE ROBERT LAUTERBORN

Par Laure Ténédja YEO

Développé en 1990 par Robert Lauterborn, le modèle des 4Cs est un système de classification mis à jour des 4Ps. Ce modèle a tout simplement déplacé l'attention des producteurs vers les consommateurs et est devenu un meilleur outil pour les entreprises qui commercialisent à un public de niche.

Cet article décrit les composantes du modèle et explique comment une entreprise peut le mettre en place pour mieux vendre.

QUELS SONT LES 4C ?

Selon Lauterborn, le modèle 4Ps n'est plus pertinent et utile pour aider les spécialistes du marketing d'aujourd'hui à résoudre les problèmes réels qui se posent. Il a donc plutôt énuméré les variables qu'il jugeait nécessaires. Il commence le modèle de marketing 4Cs avec « **les désirs et les besoins des consommateurs** » comme objectif essentiel pour les entreprises. Son deuxième « C » du marketing est le « **coût à satisfaire** » basé sur la non-pertinence du prix parmi de nombreux facteurs. Le troisième facteur, la « **commodité d'achat** » est un concept important car il est primordial de prendre en compte la manière dont les consommateurs peuvent trouver et obtenir votre produit à leur convenance. La dernière variable du modèle 4C est la « **communication** » qui est ici perçue comme un processus de dialogue bidirectionnel entre le client et l'entreprise.

1. Les désirs et les besoins des consommateurs

Selon le modèle, au lieu de commencer la stratégie avec le produit, l'accent devrait être mis sur la vente uniquement de ce que le client souhaite acheter. Ce processus de marketing exige que les spécialistes du marketing passent du temps à étudier ce que les clients veulent et ce dont ils ont besoin, puis à les attirer un par un. En effet, ce n'est qu'avec cette compréhension détaillée qu'une entreprise parviendra à vendre avec précision. Bien sûr, le produit lui-même est au cœur de toute stratégie marketing, mais ce n'est que la pointe de l'iceberg, car le produit doit être quelque chose que les clients trouvent souhaitable d'acquérir. Les étapes les plus efficaces pour y parvenir sont:

- Comprendre les clients cibles ainsi que le bon marché inexploité ;
- Etre clair sur la valeur des produits.

Vous devez savoir ce que les consommateurs veulent et ensuite le créer pour eux. Ainsi, ils viendront acheter chez vous.

2. Le Coût à satisfaire

Lorsqu'elle est correctement comprise, la variable coût fournit plus d'informations sur le client que le prix. Le prix ne représente qu'une partie du coût total encouru pour satisfaire les désirs et les besoins des clients. Le client supporte beaucoup plus de dépenses dans l'acquisition de vos biens et services. Le sous-ensemble de coûts de commercialisation comprend les coûts monétaires et non monétaires. Voici quelques-uns d'entre eux:

- Le prix : le montant qu'un consommateur est prêt à payer pour acquérir un bien ou un service.
- Le coût supplémentaire d'acquisition : les frais supplémentaires qui pourraient être encourus lors de l'achat de produits (carburant pour se rendre chez le vendeur, temps et argent consacrés à la recherche du produit).

- Coût d'opportunité : il s'agit d'un avantage que qu'un consommateur aurait pu recevoir mais auquel il a renoncé en achetant vos produits et services.

En mettant l'accent sur la valeur totale nécessaire pour satisfaire les désirs ou les besoins des consommateurs, on parvient à mieux apprécier les informations essentielles sur le client qu'avec le prix d'achat.

3. La commodité d'achat

Le troisième facteur du modèle de marketing 4Cs est la commodité d'achat. En effet, la prolifération du commerce électronique, des cartes de crédit et des smartphones a fait de la fourniture de produits au client un tout nouveau jeu.

L'émergence de différents canaux d'achat et la facilité d'accès obligent les spécialistes du marketing à se concentrer sur :

- Fournir plus de commodités d'achat grâce à une adaptation constante, plutôt que des canaux de distribution traditionnels et rigides ;
- Rechercher et découvrir tous les canaux potentiels que les clients pourraient envisager lors d'un achat ;
- Détecter et éliminer tous les obstacles auxquels vos clients sont confrontés lors de l'achat de vos produits.

4. La communication

Avec le développement d'internet et des médias sociaux, la communication fonctionne avec un accent beaucoup plus large sur l'ensemble de l'expérience d'achat. À cet égard, le modèle 4Cs du marketing vise à établir un dialogue avec les prospects, à comprendre leurs désirs et leurs besoins et à les inciter à agir immédiatement. Il y a plus qu'une simple relation de donnant-donnant entre l'acheteur et le vendeur.

Considérer la publicité comme une forme de communication peut aider un marketeur à mieux comprendre son public, ce qui contribue à stimuler les ventes et la fidélité des clients. Et pour cela, vous devez savoir quels sont leurs intérêts. Ce n'est qu'en écoutant ce que le client a à dire que vous pourrez lui proposer des solutions sur mesure.

LES 4 C DE LAUTERBORN

CLIENT

Quels sont les besoins et attentes fondamentales des clients ?

COUT

Quel budget le client est-il prêt à mettre, à quels arbitrages procède-il ?

COMMUNAUTE

Quelles interactions développer avec le client sur le long terme ?

COMMODITE D'ACHAT

Où et comment le consommateur veut-il acheter/consommer ?

DES 4P AUX 4C

Le marketing est en perpétuelle mutation, surtout avec l'avènement d'internet, ce qui influence le comportement d'achat du consommateur.

Les 4C du marketing, en particulier, visent précisément à comprendre les habitudes et les comportements de vos clients. Ces aspects peuvent être utilisés pour aider votre entreprise à augmenter les ventes.

Les 4C du marketing vous permettent de :

- Améliorer la qualité de votre produit/service ;
- Mieux connaître votre public ;
- Attirer et fidéliser plus de clients ;
- Fournir un service client entièrement personnalisé ;
- Optimiser les processus clients et réduire les coûts.

COMMENT APPLIQUER LE MODELE ?

Maintenant que vous connaissez le concept de chaque C du marketing et l'importance de chacun d'entre eux, voyez ci-dessous comment les utiliser dans votre stratégie commerciale.

1. Connaitre sa cible

Si vous souhaitez développer votre entreprise, il est essentiel d'identifier au préalable votre niche de marché afin d'obtenir de bons résultats.

Donc, en se basant sur les C de Client et de Coût, définissez votre cible. Pour ce faire, réalisez une étude de marché efficace et pertinente, définissez votre public, créez votre *buyer persona* et définissez les coûts que cela implique.

En effet, il est important de mieux connaître vos clients pour créer et développer une stratégie marketing ciblée. Vous pourrez ainsi adapter votre communication marketing et même aller plus loin en vous informant sur leurs loisirs.

Il faut également chercher les raisons qui poussent les clients à acheter chez vous. Mieux vous connaîtrez vos clients, meilleurs seront vos résultats.

Pour réussir, il est donc indispensable d'étudier le marché, ainsi que de faire une étude de la concurrence. Cela vous permettra d'apporter des changements et des améliorations à vos produits ou services afin de répondre efficacement aux attentes de vos clients.

2. Améliorez l'expérience utilisateur

En lien avec C de Commodité, l'expérience utilisateur est un concept de plus en plus utilisé dans tous les types d'entreprises, car il est fortement lié à la satisfaction du client.

Étudiez donc chaque étape du processus d'achat, voyez quels points peuvent être améliorés et réduisez les efforts et la complexité afin de faciliter l'accès à votre produit.

La satisfaction du client doit être au cœur de votre stratégie d'entreprise, aucun détail ne doit être négligé.

3. Investissez dans le marketing digital

Le client a besoin de sentir votre présence à toutes les étapes du parcours d'achat. Avoir une communication efficace est donc primordial à la réussite de votre entreprise. Aujourd'hui, avec le développement d'internet et des réseaux sociaux, le marketing digital est devenu un outil essentiel pour toutes entreprises. L'inclure dans le plan de communication de votre entreprise est donc indispensable (quatrième C) pour accroitre votre notoriété. Cette stratégie vous permettra d'attirer plus de clients et de les persuader d'acheter votre produit.

Retenons que les 4C aident à l'élaboration d'une stratégie marketing efficace orientée vers la satisfaction du client. Les points clé à retenir est d'identifier et de comprendre les consommateurs cibles ainsi que leurs désirs et leurs besoins. Vous pourrez alors offrir des produits ou des services sur mesure qui ont du sens et de la valeur pour le client et qui peuvent entraîner une augmentation de vos ventes.

FICHE MÉTIER

NOTAIRE

Par Judith KOUASSI,
Directeur des Opérations de Alternative Invest

Officier public ministériel, le notaire donne une valeur légale aux actes et contrats en les authentifiant. Plus connu dans le domaine immobilier, il intervient également dans plusieurs autres domaines de la vie individuelle et du monde des affaires. Quelles sont ses missions ? Comment devenir notaire en Côte d'Ivoire ? Les réponses dans cette fiche métier.

En quoi consiste le métier de notaire ?

Professionnel du droit, le notaire est un officier public qui bénéficie d'une délégation de puissance publique. Nommé par arrêté du Garde des Sceaux, Ministre de la Justice, il agit pour le compte de l'Etat.

Ses compétences couvrent essentiellement trois grands domaines du droit, à savoir le droit familial (donation, contrat de mariage, succession – adoption, divorce, ...), le droit immobilier (placements, acquisitions de biens immobiliers neufs ou anciens, avantages ou inconvénients fiscaux, ...) et le droit des affaires (constitution de société, fusion, ...).

La première mission du notaire est d'authentifier et de conserver les actes et contrats. En apposant son sceau et sa signature, il sécurise les contrats, les donations, les reconnaissances de dettes, les testaments, etc. Les documents qu'il authentifie ont un fort caractère juridique. Et en cas de litige, les actes notariés peuvent jouer un rôle décisif.

Dans le prolongement de ses missions, le notaire conseille aussi ses clients sur les meilleurs contrats en fonction de leur situation. Rédaction de contrat de mariage, de testaments, de règlements de succession, il apporte assistance et conseils à toute personne qui sollicite son aide.

Au niveau des entreprises, le notaire joue un rôle important. A la création de l'entreprise, il conseille les clients sur la forme juridique (SARL, SA, etc.) idéale à adopter pour leur entreprise. Selon la nature de l'activité, la situation familiale ou le patrimoine du client, il sait l'orienter vers l'option la plus adaptée. Il accompagne également les entrepreneurs dans les formalités d'immatriculation de leur entreprise.

Après la constitution, le notaire peut intervenir dans la gestion juridique de l'entreprise, la modification des statuts ou de la forme juridique, etc.

En Côte d'Ivoire, la fonction notariale est régie par la Loi N° 2018-897 du 30 novembre 2018 portant statut du notariat. Le 30 septembre 2020, le gouvernement ivoirien a également adopté en Conseil des Ministres deux importants décrets sur la fonction de notaire :

- Le premier fixe les modalités d'application de la loi n° 2018-897 du 30 novembre 2018 portant statut du notariat.
- Le deuxième fixe les modalités de nomination du notaire salarié et d'exercice de sa profession.

Quelles sont les qualités requises pour exercer le métier de notaire ?

Le notaire doit avoir une bonne connaissance du droit (immobilier, familial, droit des affaires, etc.). Il doit également posséder une parfaite maitrise des procédures judiciaires, civiles et pénales.

Au niveau personnel, il doit être diplomate. Les qualités telles que l'écoute et l'empathie lui sont indispensables car il est au quotidien en contact avec les hommes. Il doit se tenir informé de l'actualité juridique et suivre de près l'évolution des textes de lois. Un sens d'analyse poussé lui sera utile dans l'application subtile des textes de loi.

Le notaire est un tiers de confiance. Il doit être une personne intègre qui travaille avec rigueur et probité. Avoir le sens de l'équité est également une qualité qui lui permettra d'apporter satisfaction à chaque partie lors de la rédaction des contrats.

Dans l'exercice de sa fonction, le notaire doit être discret. En raison de la sensibilité des informations qu'il traite, il est tenu au secret professionnel au même titre que l'avocat.

Quelle formation pour devenir notaire en Côte d'Ivoire ?

En Côte d'Ivoire, l'accession au métier de notaire se fait par voie de nomination. Le candidat à la profession est nommé par un arrêté du Garde des Sceaux, Ministre de la Justice. Il n'existe pas encore d'école de formation à la profession de notaire. Prévue pour être effectuée à l'INFJ (Institut National de Formation Judiciaire), cette formation n'a pas encore vu le jour.

Celui qui souhaite exercer le métier de notaire doit d'abord être titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en Droit.

Après l'obtention de son diplôme, le candidat à la profession doit obtenir un stage pratique dans l'étude d'un notaire ou un cabinet d'avocat.

Il portera le titre de clerc. Notez que le clerc est le collaborateur direct du notaire. Sous la supervision de ce dernier, il est chargé du traitement des dossiers. Il acquiert de fait les rudiments du métier et une expertise en la matière.

À l'issue d'une période de stage de deux ans, l'étudiant en qualité de clerc pourra se présenter à un examen professionnel de notaire. S'il satisfait à l'examen, il se verra attribuer un diplôme d'aptitude à la profession notariale et sera nommé par arrêté du Garde des Sceaux, Ministre de la Justice, suivant la disponibilité des charges.

Il convient de noter que certaines personnes peuvent obtenir le statut de notaire sans avoir effectué d'examen professionnel. Il s'agit notamment des magistrats, et des enseignants docteurs en droit, des greffiers en chef, les fonctionnaires de l'administration des concours et ceux du service de l'enregistrement ainsi que les avocats. Toutefois, ceux-ci doivent suivre un stage d'un (1) an dans une étude de notaire. Cette formalité satisfaite, ils obtiennent du Ministre de la justice un certificat d'aptitude à la profession.

Quel est le salaire du notaire ?

Malgré qu'il soit investi par l'Etat d'une mission d'autorité publique, le notaire n'est pas un fonctionnaire. Il travaille dans un cadre purement indépendant comme un chef d'entreprise. C'est un professionnel libéral qui est payé par ses clients.

Le notaire perçoit des honoraires qui sont fixés par décret. Il est tenu de ne percevoir aucun autre droit, ni honoraires, que ceux décrétés par la loi.

Quelles sont les perspectives d'évolution de carrière ?

Le notariat est une profession libérale. Une fois diplômé et nommé, ce juriste peut débuter sa carrière comme notaire salarié dans une étude. Cela permettra d'engranger de l'expérience en vue d'ouvrir plus tard son propre office. En effet, l'objectif de tout notaire est d'être titulaire de son propre office. Mais cela dépend de la décision du Ministère de la justice qui crée les offices notariaux selon les besoins.

Dans l'exercice de sa fonction, le notaire peut également évoluer en se spécialisant dans un domaine de compétences plus précis comme le droit rural. Il peut également dispenser des formations selon sa spécialité dans des centres de formation ou des universités.

VOCABGENX

L'EFFET DE LEVIER

Par Abdourahmane OUATTARA

L'effet de levier est un mécanisme financier largement utilisé par les fonds d'investissement, les grandes entreprises et de manière plus large, par tous les investisseurs en recherche de profits. Si ce procédé permet de décupler la rentabilité d'un investissement, il présente également certains risques. Découvrons ce thème en détail dans cet article.

Qu'est-ce que l'effet de levier ?

L'effet de levier est un concept qui décrit l'utilisation de l'endettement ou de la dette pour accroître le rendement des capitaux propres sur un investissement. Il s'agit d'utiliser une petite somme d'argent (comme un acompte) pour contrôler une somme beaucoup plus importante d'actifs (comme une action, un bien immobilier, etc.).

L'effet de levier est un puissant instrument qui permet aux investisseurs d'obtenir de meilleurs rendements sur les fonds investis. Mais, le recours à ce moyen est autant risqué qu'il peut être avantageux. En effet, plus le levier utilisé est élevé, plus le risque de perte est amplifié.

Aujourd'hui, l'effet de levier s'applique dans de nombreux types d'investissements et de transactions à travers le monde. Ci-dessous quelques exemples de cas dans lesquelles il intervient :

- Les hedge funds (fonds spéculatifs) qui utilisent souvent l'effet de levier pour augmenter les rendements sur leurs investissements. Ils empruntent de l'argent pour acheter des actifs à forts potentiels de rendements tels que des actions, des obligations, des devises, etc.

- Les sociétés à la recherche de financement pour acheter des actifs ou pour financer leur développement utilisent souvent l'effet de levier en empruntant de l'argent.

- Les investisseurs qui achètent des biens immobiliers à des fins locatives utilisent souvent l'effet de levier. Ils empruntent de l'argent pour acheter le bien, en espérant que les loyers perçus seront supérieurs aux charges liées à l'emprunt.

- Les traders ou investisseurs individuels qui utilisent des effets de levier sur les produits dérivés pour augmenter leur exposition sur les marchés financiers.

Par ailleurs, il est important de noter que l'effet de levier peut être utilisé aussi bien dans les investissements traditionnels (actions, obligataires, etc.) que dans le cadre d'investissements en crypto-monnaies.

Les étapes d'un investissement utilisant l'effet de levier

Il existe plusieurs façons de procéder à un effet de levier. Nous vous donnons les grandes lignes d'un investissement par endettement faisant intervenir ce procédé :

Déterminez vos objectifs d'investissement : Avant de procéder à un effet de levier, il est important de déterminer vos objectifs d'investissement et d'évaluer si l'effet de levier est approprié pour atteindre ces objectifs.

Évaluez votre profil de risque : Il est important de comprendre vos propres préférences en matière de risques et de déterminer si l'effet de levier est approprié pour votre profil de risque.

Obtenez de la dette : Pour procéder à un effet de levier, vous devez obtenir de la dette. Cela peut se faire en passant par un prêt bancaire, un crédit à la consommation, un crédit immobilier, en utilisant une carte de crédit, ou en souscrivant à des actions à crédit.

Investissez l'argent emprunté : Une fois que vous avez obtenu de la dette, vous pouvez investir l'argent emprunté dans l'actif ou les actifs que vous souhaitez acheter. Cela peut être des actions, des obligations, des devises, des biens immobiliers, etc. Rapprochez-vous de professionnels pour vous assurer du potentiel de rentabilité de l'actif que vous visez.

Surveillez vos investissements : Il est important de surveiller vos investissements pour vous assurer qu'ils se déroulent comme prévu et pour prendre des mesures correctrices en cas de besoin. Il en est de même pour le remboursement de la dette. Vous devez vous assurer que celui-ci soit réalisable dans le délai imparti.

Notons que ces étapes sont à titre indicatif. Elles peuvent donc varier en fonction des différents types de dettes utilisés et des investissements visés.

Avantages de l'effet de levier

Il y a plusieurs avantages à utiliser l'effet de levier dans les investissements :

- **Rentabilité accrue :** en utilisant l'effet de levier, un investisseur peut augmenter de manière significative les rendements potentiels sur son investissement

- **Investissement plus important :** l'effet de levier permet aux investisseurs de contrôler une somme beaucoup plus importante d'actifs avec une mise de fonds relativement faible.

- **Opportunités d'investissement supplémentaires :** l'effet de levier permet aux investisseurs de saisir des opportunités d'investissement qui leur seraient autrement inaccessibles en raison de manque de fonds propres.

- **gains potentiels plus élevés :** si l'investissement réussit, l'effet de levier peut entraîner des gains plus élevés que si l'investissement avait été réalisé sans l'utilisation de la dette.

Il est, cependant, important de noter que ces avantages sont liés à des risques importants. Il est nécessaire de les évaluer avec attention avant d'utiliser l'effet de levier.

Les limites

Il y a plusieurs limites à l'utilisation de l'effet de levier dans les investissements :

Risques accrus : en utilisant l'endettement pour augmenter son investissement, un investisseur augmente également le risque de pertes importantes. Si l'investissement ne se déroule pas comme prévu, les pertes encourues sont énormes. On parle d' "effet de levier inverse" où les pertes sont plus importantes que les gains.

Intérêts et frais : lorsque l'effet de levier est obtenu à travers un emprunt, les investisseurs doivent payer des intérêts et des frais sur la dette, ce qui peut réduire les rendements réels de l'investissement.

Nécessité de surveillance constante : lorsque l'effet de levier est utilisé, il est nécessaire de surveiller en permanence l'investissement pour s'assurer qu'il se déroule comme prévu et pour prendre des mesures en cas de besoin.

Contrainte de liquidité : l'effet de levier est très dépendant de la rentabilité de l'actif cible sur lequel porte l'investissement. Dans un cas d'endettement, si cet actif est difficile à vendre ou si les prix sont en baisse, les investisseurs peuvent être en manque de liquidité pour rembourser l'emprunt contracté.

Risque de surendettement : l'utilisation d'un effet de levier trop élevé peut entraîner une situation de surendettement pour l'investisseur, ou pour l'entreprise qui l'emploie. Cela peut conduire à une situation financière critique.

Il est important de noter qu'utiliser l'effet de levier n'est pas nécessairement une mauvaise chose. Mais cela doit être fait avec précaution et en évaluant les risques et les avantages en fonction de son profil de risque et ses objectifs d'investissement. Il est aussi recommandé de ne pas utiliser un effet de levier trop important pour ne pas prendre des risques excessifs.

Teligenx

BONNE & HEUREUSE ANNEE

www.teligenx.com