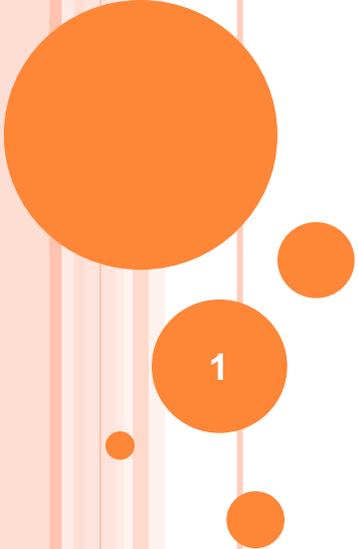


# LA CONCURRENCE INTERNATIONALE EN AFRIQUE



1

DKHISSI SAID

# PLAN

I. Introduction

II. Enjeux de la concurrence internationale en Afrique

III. Internationalisation de la concurrence

IV. Globalisation de la concurrence

V. Conclusion

# I. INTRODUCTION

- **Le constat:**

L'Afrique est redevenue, durant les deux dernières décennies, un enjeu stratégique mondial et un espace de compétition entre les entreprises étrangères appuyées par leurs Etats

- **La question:**

-Quels sont les enjeux et les tendances de cette concurrence?

## II. ENJEUX DE LA CONCURRENCE INTERNATIONALE EN AFRIQUE

- Si, aujourd'hui, la concurrence en Afrique est intensive c'est que les enjeux sont de taille
- Les principaux enjeux économiques peuvent être résumés ainsi:

## 2.1. RESSOURCES NATURELLES

- L'économie mondiale est aujourd'hui confrontée à un grave problème: la raréfaction des ressources naturelles.

Les principales causes:

- L'épuisement progressif des ressources non renouvelables ( les matières premières minérales)
- L'utilisation intensive des ressources renouvelables mais limitées dans leur quantité; (eau, terres,...)
- La demande considérable et croissante des pays émergents (taille des économies et poids démographique...)

- L'Afrique qui dispose d'importantes potentialités, peut contribuer à desserrer cette contrainte de raréfaction des ressources naturelles

## Ressources énergétiques

10% des réserves mondiales de pétrole

### Matières premières minérales

- 80% des réserves mondiales en platine, coltan, chrome
- 60% des réserves en manganèse
- 30% des réserves en or, cobalt, uranium et bauxite
- 25% des réserves en titane

### Ressources agricoles

- Ressources importantes en eau
- Réserves considérables en terres arables (80% des réserves mondiales avec l'Amérique Latine)
- D'importants gisements de productivité agricole

## 2.2. NOUVEAUX MARCHÉS

- L'économie mondiale se caractérise également par une lutte acharnée pour la conquête de nouveaux marchés.
  - Avec la stagnation des économies développées, (crises financières, vieillissement de la population, déclin démographique), les marchés des économies émergentes et des économies en développement deviennent un enjeu stratégique
  - Le dynamisme des pays émergents accentue la recherche de nouveaux marchés
- L'Afrique dispose, à cet égard, d'un potentiel de consommation important:

**-Une population en forte croissance: 1 Mds d'habitants actuellement, 2 milliards en 2050**

-Une urbanisation galopante: 44% de la population africaine est aujourd'hui citadine avec 52 villes dépassant un million d'habitants

-Une classe moyenne en émergence : la part de la population dont le revenu annuel par ménage se situant entre 5000 et 20000 dollars représentait 29% en 2000 et pourrait atteindre 40% en 2020 (Mckinsey Global Institute ,2010)

-Un continent où les besoins fondamentaux sont encore considérables

## 2.3. RÉDUCTION DES COÛTS SALARIAUX

- Avec le processus de mondialisation, les marchés nationaux du travail sont, indirectement, mis en concurrence. Les entreprises soucieuses de préserver leur compétitivité ont tendance à délocaliser les segments de leur chaîne de valeur intensifs en travail
- De par son profil démographique, l'Afrique représente un potentiel important en ressources humaines (les 2/3 de sa population ont moins de 25 ans et elle abriterait en 2050 un tiers de la population mondiale de moins de 25 ans)

### III. L'INTERNATIONALISATION DE LA CONCURRENCE

Avec la fin de la guerre froide et l'accélération du processus de mondialisation, le monopole des anciennes puissances coloniales en Afrique commence à être remis en cause sous le double effet de la concurrence de nouveaux acteurs et du redéploiement des acteurs traditionnels

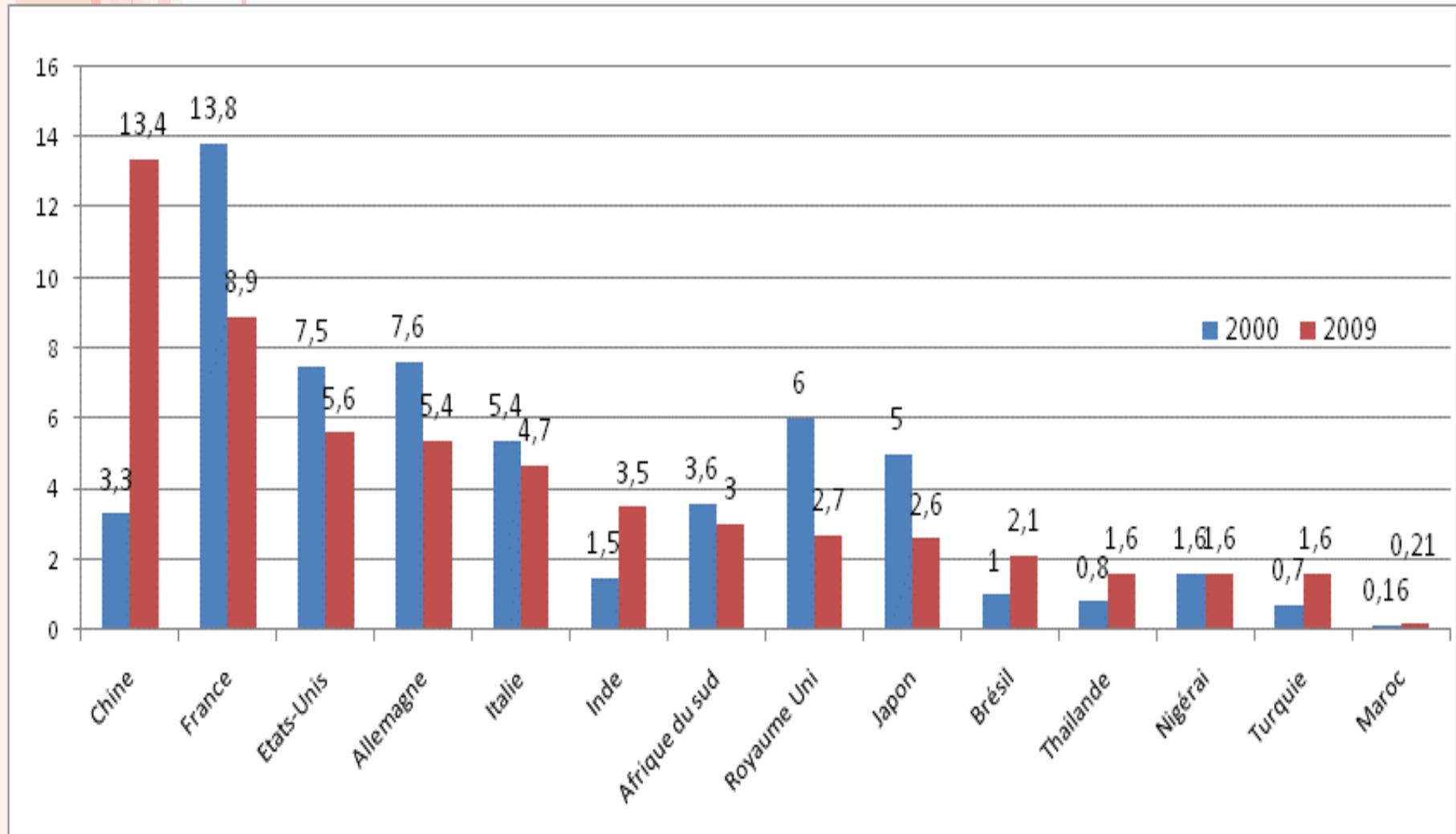
### 3.1. L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX ACTEURS

En modifiant progressivement les rapports de force, les nouveaux acteurs (pays émergents, pays du Golf et certains pays africains) introduisent une nouvelle dynamique de concurrence en Afrique

**PART DE CHAQUE RÉGION DANS LES IDE**  
**EN AFRIQUE (%)**

	Flux	
	<u>1995-1999</u>	<u>2000-2008</u>
<b>Monde</b>	100,0	100,0
Pays développés	79,0	72,1
PED	17,7	20,8
- Asie	6,7	15,2
- Afrique	5,1	4,9
- Amérique latine et Caraïbes	5,5	0,7
- Europe du sud-est et CEI	0,3	0,0

# PARTS DE MARCHÉ EN AFRIQUE (%)



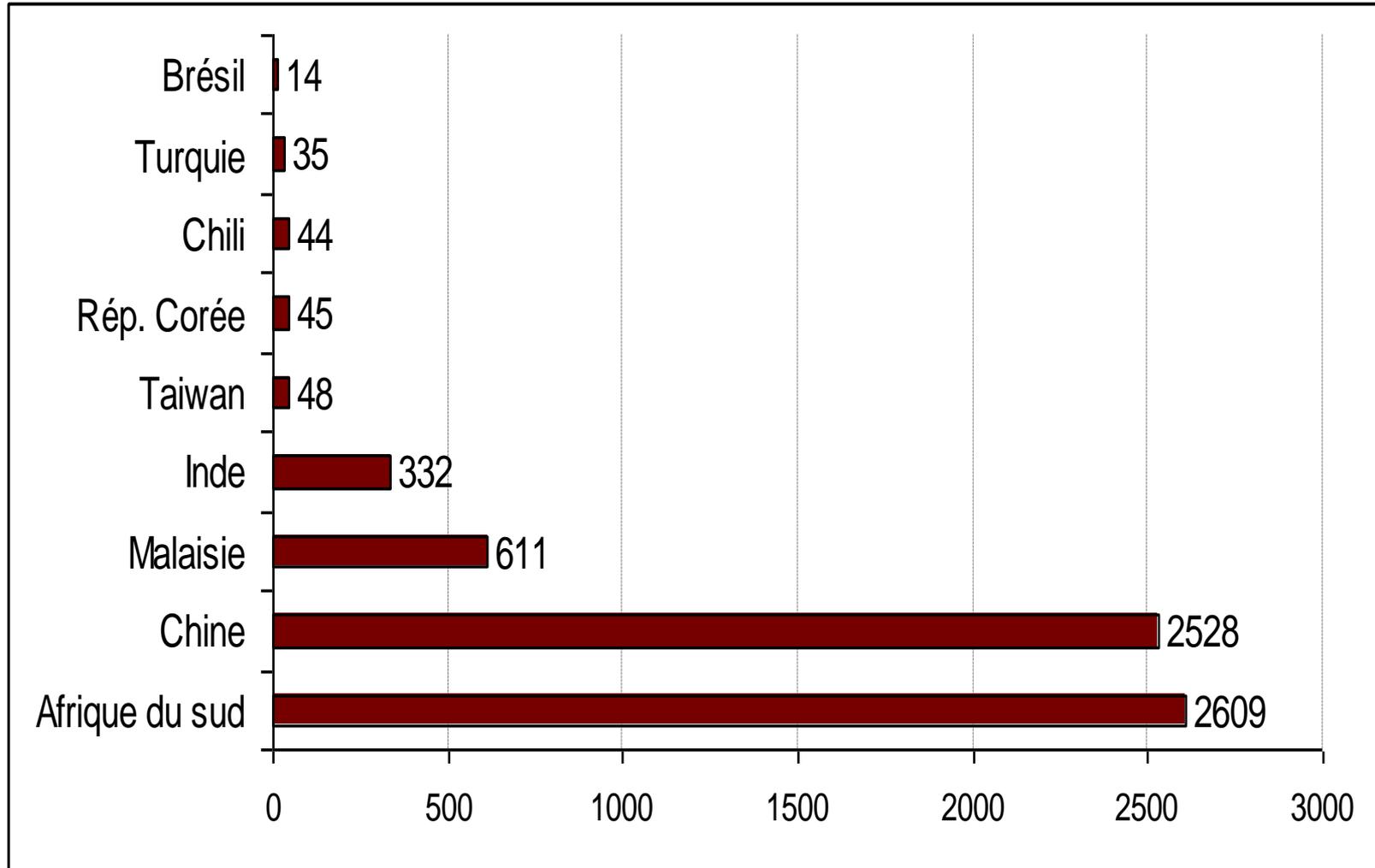
Source : FMI (DOT)

### 3.1.1. LES PAYS ÉMERGENTS

Tirant profit de la forte croissance des économies de leurs pays et du processus de mondialisation, plusieurs entreprises des pays émergents se sont internationalisées en investissant à l'étranger.

# PRINCIPALES ÉCONOMIES ÉMERGENTES INVESTISSANT EN AFRIQUE

(2006-2008) (MILLIONS \$)



Source : CNUCED

Centrés au départ sur les secteurs de matières premières et des infrastructures, les IDE des pays émergents en Afrique s'étendent progressivement vers d'autres secteurs comme les télécommunications, les Banques, l'agriculture, etc.

# LA RÉPARTITION PAR PAYS ET PAR SECTEUR DE L'IDE DES ÉCONOMIES ÉMERGENTES EN AFRIQUE (2000-2006)

Chine	République de Corée	Bésil	Inde	Fédération de Russie	Malaisie	Turquie
Afrique du Sud <sup>a</sup>	Afrique du Sud <sup>b</sup>	Afrique du Sud <sup>b</sup>	Afrique du Sud	Afrique du Sud <sup>c</sup>	Afrique du Sud <sup>c</sup>	Afrique du Sud
Soudan <sup>c</sup>	Soudan <sup>c</sup>	Soudan	Soudan <sup>c</sup>		Soudan <sup>b</sup>	
		Angola <sup>c</sup>		Angola <sup>b</sup>		
Algérie <sup>b</sup>	Algérie <sup>c</sup>					Algérie <sup>b</sup>
	Maroc <sup>a</sup>		Maroc			
Nigéria <sup>a</sup>		Nigéria <sup>c</sup>		Nigéria <sup>c</sup>		
			Maurice <sup>c</sup>		Maurice <sup>c</sup>	
		Mozambique <sup>c</sup>				Mozambique
	Égypte <sup>c</sup>				Égypte	Égypte <sup>c</sup>
			Jamahiriya arabe libyenne			Jamahiriya arabe libyenne <sup>b</sup>
Zambie <sup>b</sup>	Côte d'Ivoire <sup>a</sup>	Guinée-Bissau <sup>b</sup>		Guinée <sup>b</sup>	Tchad <sup>a</sup>	
				Botswana	Namibie	
<b>Secteur visé</b>						
Pétrole et gaz		Pétrole et gaz		Pétrole et gaz		
Secteur minier	Secteur minier		Secteur minier			
Énergie		Énergie	Énergie		Énergie	
Infrastructure	Construction	Construction	Construction			Construction
Industries manufacturières			Industries manufacturières		Industries manufacturières	
Télécommunications			Télécommunications		Télécommunications	

## ❑ **Caractéristiques générales des entreprises des pays émergents investissant en Afrique**

- Entreprises publiques et privées de grande taille
- Entreprises ayant évolué favorablement à l'intérieur de leurs pays et dans les régions environnantes
- Entreprises généralement soutenues par leurs Etats

## 3.1.2. LES PAYS DU GOLF

- Avec l'accumulation des réserves provenant des recettes pétrolières, les pays du Golf sont devenus des émetteurs d'IDE. Cette dynamique est renforcée par la constitution des fonds souverains

# FONDS SOUVERAINS ET RÉSERVES OFFICIELLES EN MILLIARDS DE DOLLARS

	Fonds souverains	Date de création	Réserves officielles
Emirats Arabes-Unis	875	1976	25
Arabie Saoudite	300	n.d	25
Koweït	174	1960	21
Qatar	50	2005	5

(ESTIMATION POUR 2006- 2007), FMI

❑ Les objectifs recherchés:

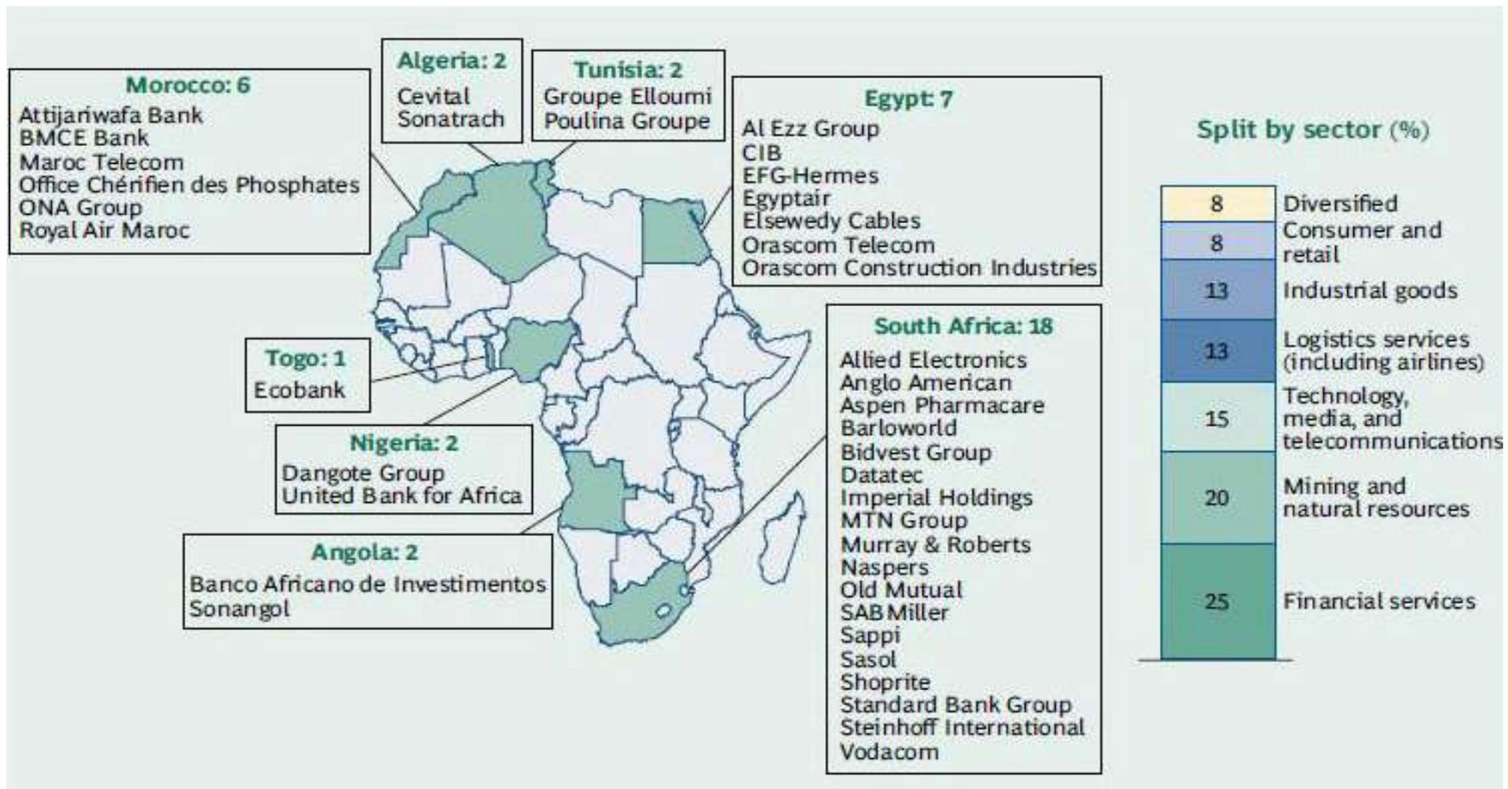
- Le développement des revenus alternatifs aux recettes pétrolières
- Diversification des placements de fonds
- Recherche de la sécurité alimentaire

❑ Les secteurs investis sont divers: agriculture, télécommunications, banques, infrastructures, immobilier, etc.

### 3.1.3. LES PAYS AFRICAINS

- Depuis 2000 on assiste au développement des IDE intra-africains
- Ces flux représentent 13% du montant total des IDE reçus par l'Afrique
- Ils sont portés principalement par les grands groupes
- Parmi ces groupes, 40 ont atteint, selon une étude de Boston consulting Group (2010), le niveau qui leur permet de concurrencer les multinationales étrangères:

# RÉPARTITION PAR PAYS DES QUARANTE ENTREPRISES AFRICAINES LES PLUS PERFORMANTES “AFRICAN CHALLENGERS”



Source : The Boston Consulting Group (BCG).

Parmi les principales entreprises marocaines opérant à l'étranger, particulièrement en Afrique, six d'entre elles – Attijariwafa Bank, BMCE, Maroc télécom, OCP, ONA et la RAM, figurent parmi les quarante entreprises africaines les plus performantes. L'Afrique du sud est en 1<sup>ère</sup> position avec 18 entreprises, suivie par l'Egypte (7 entreprises).

## 3.2. LE REDEPLOIEMENT DES ACTEURS TRADITIONNELS

- Avec 72% des flux et 90% des stocks d'IDE en Afrique, la présence des pays développés, bien que déclinante, reste dominante
- Cependant, le jeu de ces **acteurs** traditionnels est marqué par une évolution qualitative:
  - Une dynamique de concurrence s'est instaurée entre ces acteurs et remet en cause les zones traditionnelles d'influence. Deux exemples:

Le retour des Etats-Unis sur la scène africaine avec une nouvelle stratégie économique dont l'objectif essentiel est la sécurisation des approvisionnements énergétiques (25% des importations américaines en provenance de l'Afrique à l'horizon 2015)

Le déploiement des grands groupes français dans les zones lusophones et anglophones

- Une évolution au niveau des entreprises qui s'implantent en Afrique: les firmes familiales perdent de terrain au profit des grands groupes qui ne cessent de se renforcer. L'exemple de dynamisme en Afrique des grands groupes français comme Bolloré, Total, Castel, Bouygues, Vinci, Lafarge, France Télécom, Areva, Vivendi, est significatif.

- De nouvelles opportunités de création d'alliances entre entreprises (occidentales, asiatiques et africaines), s'ouvrent avec la diversification des concurrents.

# IV. GLOBALISATION DE LA CONCURRENCE

- L'internationalisation de la concurrence s'est accompagnée de sa globalisation. De plus en plus, la concurrence s'inscrit dans un cadre stratégique, revêt un caractère multidimensionnel et s'étend à de nouvelles régions et à de nouveaux secteurs

## 4-1. LE CADRE STRATÉGIQUE GLOBAL

- La concurrence livrée par les différents acteurs étrangers en Afrique a tendance à s'inscrire dans un cadre stratégique qui se caractérise par:
  - La tendance à l'institutionnalisation de partenariats entre les Etats dont les entreprises sont originaires et les Etats d'accueil
  - La mobilisation de la diplomatie et de l'intelligence économiques
  - Le recours à la logique hors-marché pour certaines transactions commerciales et décisions d'investissement (pacte infrastructures contre concessions minières...)
  - Dominance de la logique de long terme sur la recherche de la rentabilité immédiate
  - Tendance à la coopération entre des firmes originaires d'un même pays

## 4.2. LE CARACTÈRE MULTIDIMENSIONNEL DE LA CONCURRENCE

- La concurrence comporte plusieurs dimensions et fait appel à une multitude d'acteurs
  - Dimensions: diplomatique, financière, commerciale, coopérative, culturelle, etc.
  - Acteurs: Etat, entreprises publiques, entreprises privées, Banques, société civile, diaspora, etc.

## 4.3. L'EXTENSION SPATIALE DE LA CONCURRENCE

Avec l'internationalisation de la concurrence, la logique traditionnelle des zones d'influence s'affaiblit et l'espace de la concurrence s'élargit pour toucher un nombre croissant de régions.

## 4-4. LA DIVERSIFICATION DES MOTIVATIONS ET DES MODES D'IMPLANTATION

- Les motivations et les modes d'implantation des entreprises étrangères en Afrique ont tendance également à se diversifier
  - Les motivations d'implantation ne se limitent pas à l'accès aux ressources naturelles mais concernent également l'accès au marchés local et régional, la recherche de faibles coûts de main-d'œuvre et la diversification
  - De même, les modes d'implantation ne s'opèrent pas seulement par le biais de la création directe des capacités de production, mais également à travers les opérations de fusions-acquisitions, et de constitution de co-entreprises. Ils ne s'inscrivent pas uniquement dans des stratégies de type vertical mais aussi dans celles de type horizontal.

## V. CONCLUSION

- ❑ Malgré l'intensification de la concurrence internationale en Afrique, celle-ci demeure encore faiblement insérée dans l'économie mondiale (4 à 5% des IDE et environ 3% des échanges mondiaux)
- ❑ Même si elle est encore à ses débuts, la concurrence internationale qui se déploie actuellement en Afrique est une concurrence de type stratégique menée par les grands groupes internationaux fortement appuyés par leurs Etats d'origine
- ❑ Toute la question est de savoir comment les entreprises marocaines s'insèrent dans cette dynamique et comment elles comptent s'y développer

Merci pour votre attention

