

VOTRE INSIGHT

AFRI'FOCUS

LE COMMERCE DE DÉTAIL EN AFRIQUE :
QUELLES PERSPECTIVES POUR UN
DÉVELOPPEMENT PÉRENNE

OCTOBRE 2024

Daniel Mouzita

CABINET DE CONSEIL EN STRATEGIE ET MANAGEMENT

FRANCE - BELGIQUE - RÉPUBLIQUE DU CONGO

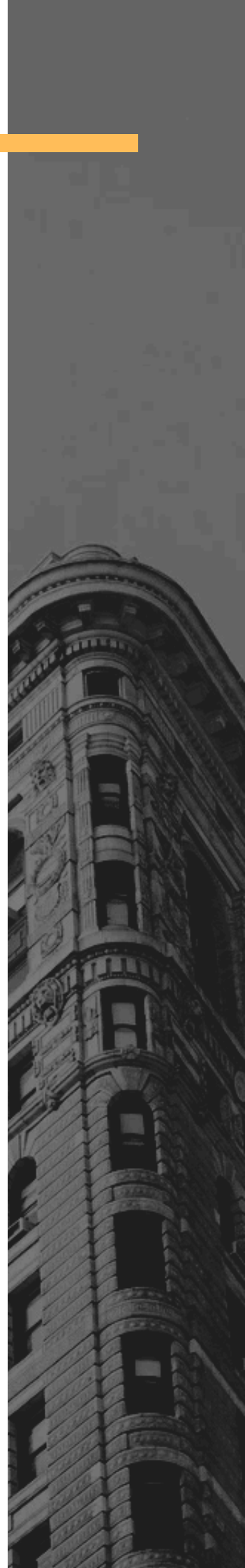
PRÉSENTATION DU CABINET

Aux côtés de nos clients, nous répondons aux enjeux du présent sans compromettre les capacités à répondre à ceux du futur.

Nous sommes un cabinet de conseil en stratégie et management présent en Europe et en Afrique avec des bureaux en France, en Belgique et en République du Congo. Nous combinons à nos expertises, une proximité et une connaissance des secteurs sur lesquels nous intervenons afin d'aider nos clients à accélérer leur croissance de manière durable.

Notre objectif est de servir les intérêts à long terme de nos clients et de faire véritablement de leurs ambitions une réalité. Nous y parvenons en mobilisant tous les leviers permettant de capitaliser sur leurs capacités et d'optimiser les forces qui doivent contribuer à leur croissance.

Notre savoir-faire est regroupé en 3 domaines d'excellence (stratégie, organisation et transformation) à travers lesquels nous permettons à nos clients de répondre aux grands enjeux économiques et sociétaux qu'ils rencontrent.



LE COMMERCE DE DÉTAIL : DE QUOI PARLE T-ON ?

Le terme « commerce de détail » (ou retail en anglais) représente l'ensemble des activités commerciales impliquant la vente directe de biens et services aux consommateurs finaux pour un usage personnel. Avec l'essor du commerce en ligne, le secteur du commerce de détail dans son ensemble a dû s'adapter et intégrer à ses usages ce nouveau mode de vente et de relation client. Ainsi, la majeure partie des acteurs de ce secteur (souvent appelés les *retailers*) est passée d'une vente physique (considérée comme traditionnelle) à des stratégies de vente multi ou omnicanales. Etant un pilier majeur du système économique et agissant comme un moteur avec une influence sur la consommation, l'emploi, le pouvoir d'achat, l'investissement et plus globalement sur la croissance et le développement économique, le commerce de détail est un baromètre de santé économique d'un pays ou d'une zone géographique (tout en ayant à l'esprit que la plus ou moins forte présence de l'informel a pour possible effet de fausser les chiffres officiels).

Il apporte de multiples contributions sur l'économie, parmi lesquelles :

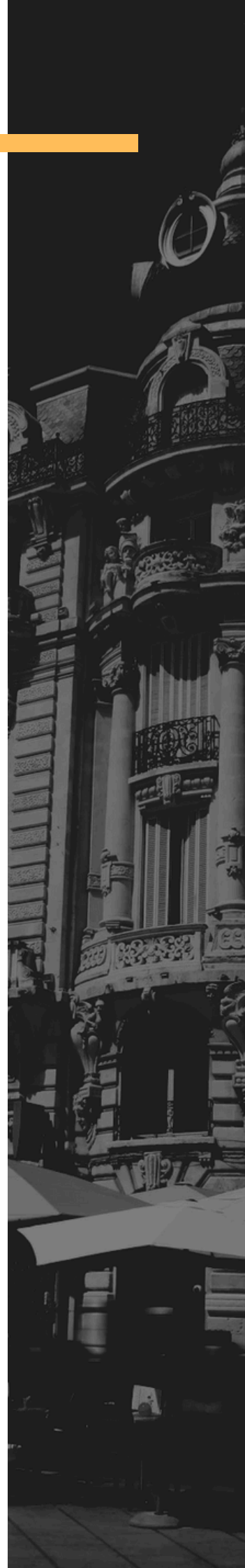
Des créations d'emplois

Malgré des aléas comme la pandémie de COVID-19 et un contexte économique et socio-politique difficile, le secteur du commerce de détail n'a pas cessé d'être un marqueur important de la création d'emploi, avec notamment des emplois créés dans la logistique et la chaîne d'approvisionnement (*supply chain*) :

- En Europe dans son ensemble, le secteur du commerce de détail emploie environ 17 millions de personnes dans les services marchands
- Aux Etats-Unis, il crée environ 16 millions d'emplois (chiffre d'avant la pandémie de COVID-19)
- Au Canada, le secteur représente à lui seul environ 10% de l'emploi total
- En Asie-Pacifique (Chine, Inde, Japon, Australie), le secteur du commerce de détail crée des millions d'emplois avec un défi de vieillissement démographique
- En Amérique latine, le secteur est parmi les plus importants créateurs d'emplois, avec notamment le Brésil qui représente à lui seul 20% de emplois du secteur
- En Afrique, le commerce de détail crée de nouvelles opportunités notamment avec l'essor de la grande distribution
- Au Moyen-Orient, spécialement au Golfe et dans les Emirats arabes unis où le tourisme est le poumon de l'économie, le secteur du commerce de détail est un grand employeur

Une contribution au PIB

- Elle varie selon les continents en fonction de plusieurs facteurs.
- Aux Etats-Unis, le secteur du commerce de détail représente **5** à **6%** du PIB
- Au Canada, sa contribution est proche de **5%** du PIB
- Au Mexique, le secteur contribue à environ **4** à **5%** du PIB
- En Europe, il contribue à en moyenne **4%** du PIB
- En Asie-Pacifique, sa contribution au PIB s'élève à :



- entre **10** et **12%** pour la Chine
- entre **8** et **10%** pour l'Inde
- entre **4** et **5%** pour le Japon
- et environ **5%** pour l'Australie
- En Amérique latine, sa contribution au PIB s'élève à :
 - environ **10%** pour le Brésil
 - entre **8** et **9%** pour l'Argentine
 - entre **4** à **5%** pour le Mexique
- En Afrique, sa contribution au PIB est relativement plus faible dans la majorité des pays, mais avec des signes de croissance. Cependant, elle est non négligeable dans les pays comme le Kenya, le Nigéria et la Côte d'Ivoire où elle représente entre **5** à **10%** du PIB. En Afrique du Sud, elle représente environ **5** à **10%** du PIB
- Au Moyen-Orient, dans les économies développées comme les Emirats arabes unis et l'Arabie saoudite, le commerce de détail contribue à environ **5** à **7%** du PIB supporté par le tourisme de luxe. Cependant, dans les économies moins développées sa contribution est plus faible.

Un lien entre les producteurs et les consommateurs

Le commerce de détail a un rôle stratégique dans le spectre économique, en ce sens où il permet aux producteurs de rendre disponible à la consommation finale (via la vente) les produits fabriqués. Il assure :

- La chaîne d'approvisionnement de consommation en acquérant les produits en gros auprès des fournisseurs ou grossistes et en les revendant en détail auprès de consommateurs finaux
- La circulation des produits sur les marchés nationaux et internationaux
- La disponibilité et l'accessibilité des produits, surtout dans certaines zones géographiques rurales

Une stimulation de l'innovation

Le commerce de détail stimule l'innovation de plusieurs manières :

Un indicateur des besoins des consommateurs finaux

En tant que « capteur » des besoins et désirs des consommateurs finaux, les détaillants innoveront de manière constante en terme de qualité de service et expérience client.

Une adoption de nouvelles technologies

Pour améliorer la qualité de service et l'expérience client (en physique avec des magasins éphémères, des événements, ... comme sur internet), les détaillants adoptent l'usage de nouvelles technologies (IA, modélisation et analyse des données, technologies de paiement, etc.) afin d'innover sur de nouveaux modes d'achat et de consommation de la part des consommateurs finaux.

Une responsabilité sociale

De par l'évolution d'état d'esprit d'une part non négligeable des consommateurs devenant de plus en plus soucieux de l'environnement, les détaillants innoveront en améliorant leurs processus de chaîne d'approvisionnement et en mettant en place des initiatives de responsabilité sociale.

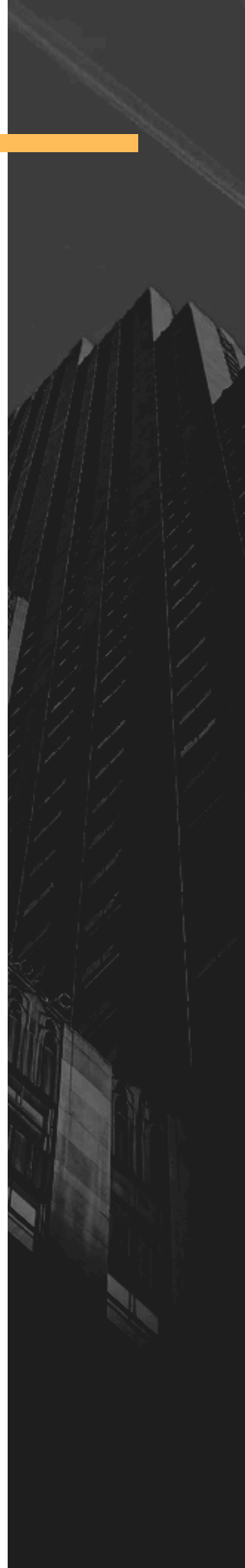
Une personnalisation

La meilleure connaissance des clients (KYC, ...) dont font preuve les détaillants aujourd'hui, est un levier d'amélioration des méthodes marketing et vente adaptant les offres de masse aux offres personnalisées.

Une collaboration avec les fournisseurs

Les enjeux engendrés par les nouvelles tendances du marché encouragent une innovation dans les pratiques et la collaboration étroite entre les détaillants et les fabricants. Ceci participant à une transformation profonde des rapports entre les industriels et les détaillants d'un côté, puis les détaillants et les consommateurs finaux de l'autre.

Ce changement de paradigme a conduit (et continue) à une évolution des modèles économiques comme l'économie circulaire.



L'impact sur les communautés locales

De manière indéniable, le commerce de détail a un impact significatif sur les communautés locales. Cette impact se manifeste de plusieurs manières :

Des créations d'emplois

De manière à faire baisser le chômage et à participer à l'augmentation du pouvoir d'achat des populations locales.

Une dynamisation de l'écosystème

Un secteur du commerce de détail en pleine croissance a cette vertu de créer un écosystème commercial dynamique en attirant d'autres types d'entreprises et par voie de conséquence en augmentant les contributions fiscales (taxes locales, etc.)

Le développement des infrastructures locales

Le développement du commerce de détail, avec l'apparition de nouveaux points de vente, entraîne souvent le développement des infrastructures (comme les transports, les routes et même les services publics) qui favorise un développement urbain.

L'impact culturel

Les détaillants peuvent aussi avoir une influence sur le style et le mode de vie d'une communauté de par les modes de consommation et les types de produits vendus qui reflètent des valeurs et traditions.

Le soutien au secteur industriel (producteurs et fabricants)

Une pénétration du marché

Le commerce de détail représente le canal par lequel les industriels pénètrent le marché et augmentent la visibilité de leurs produits. Il est un soutien à la logistique et la distribution des produits fabriqués. De plus pour les fabricants, il représente un excellent capteur des demandes du marché, des préférences des clients et des améliorations nécessaires.

Ce qui peut conduire certains détaillants à collaborer avec des fabricants pour des campagnes marketing.

Un pouvoir d'influence

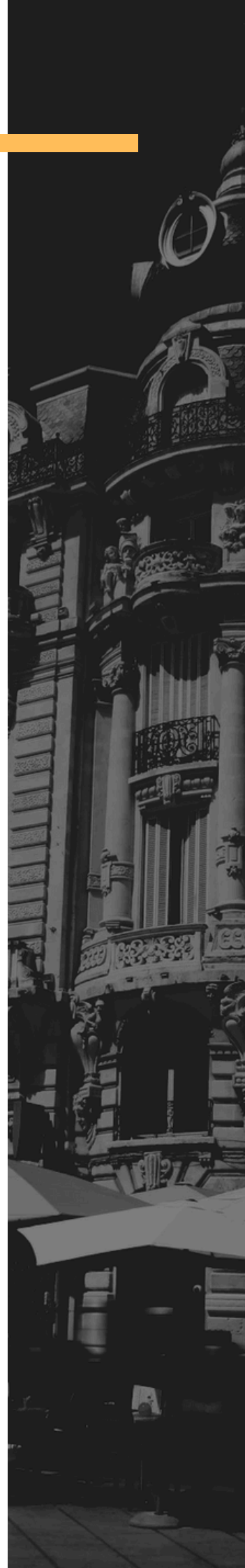
Les détaillants peuvent représenter une force vive avec un vrai pouvoir d'influence auprès des fabricants. Ils peuvent influencer certains fabricants (ou même certaines industries) à adopter des pratiques et standards de durabilité.

Un baromètre économique

En relation directe avec les consommateurs finaux, le commerce de détail est un révélateur de la consommation et de la confiance des ménages dans l'économie. Leur propension à dépenser est un marqueur de leurs anticipations économiques.

Les variations des ventes au détail servant de mesure du pouvoir d'achat, les changements dans les habitudes d'achat sont des signaux à des ajustements économiques via des données statistiques et des indicateurs comme le panier moyen, les volumes de ventes et les fréquences d'achats.

Une variation par type de produit indique souvent des changements économiques spécifiques : une hausse dans la vente des produits premium indiquant une amélioration économique tandis qu'un report vers les marques distributeurs indique des contraintes budgétaires.



LE COMMERCE DE DÉTAIL EN AFRIQUE

La structure du marché : un dynamisme dans la dualité

Le commerce de détail en Afrique est caractérisé par une forte présence de l'informel structurant ce secteur d'activité, comme le présente le graphique qui suit (les pourcentages calculés sont des moyennes du poids de chacun des secteurs formel et informel dans chaque région d'Afrique).

Le secteur informel

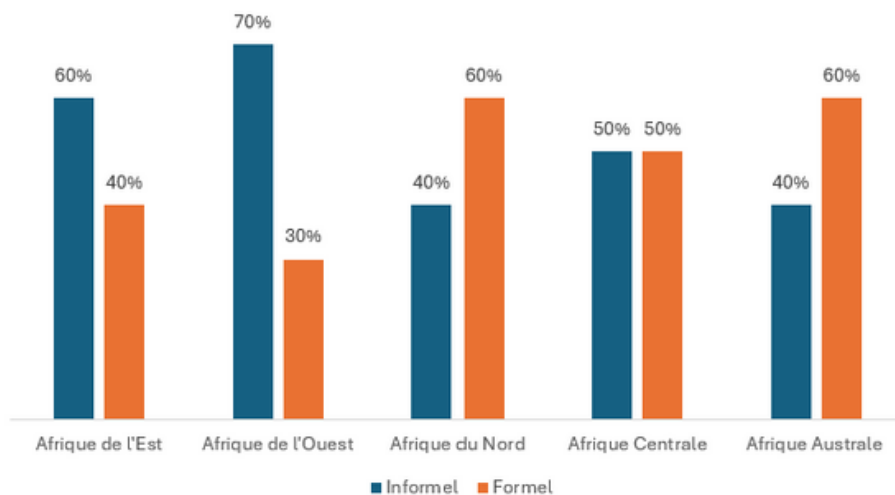
Les marchés traditionnels

Selon les zones géographiques, ils sont la source principale d'approvisionnement pour la majorité de la population, avec une forte négociation des prix comme norme culturelle.

Caractéristiques :

- Très forte flexibilité des horaires de vente
- Très forte accessibilité
- Prix très bas

Graphique 1



Sources actualisées à octobre 2023 : Banque mondiale et Organisation Internationale du Travail (OIT)

Les micro commerces

Plus structurés, les micro commerces représentent souvent le point de départ des populations locales voulant se lancer dans le commerce. Ce sont souvent via des boutiques de quartier, des kiosques et aussi de la vente ambulante.

Echappant à l'imposition directe dans la majorité des cas, ces micro commerces représentent pour les jeunes entrepreneurs une source d'économie non négligeable pour des investissements futurs et une entrée dans le secteur formel. Même si dans certains cas, ils peuvent être soumis à d'autres formes de taxes indirectes comme le droit de marché ou l'utilisation de l'espace public.

Néanmoins, ces micro commerces informels représentant de fait un manque à gagner en terme de recette fiscale pour l'Etat, certains pays africains développent des programmes d'intégration de l'économie informelle dans l'économie formelle encourageant les entreprises informelles à s'enregistrer en échange de facilités d'accès au crédit bancaire, de formations ou de taux d'imposition réduits pendant une période donnée. Il s'agit des pays comme : la **Côte d'Ivoire** (avec la simplification des procédures administratives), **l'Afrique du Sud** (avec la NIBUS[1] en offrant des financements, opportunités et formations), le **Kenya** (avec la simplification administrative et le « Ajira Digital Program » afin de former les jeunes au numérique), le **Ghana** (avec le « National Entrepreneurship and Innovation Plan » pour aider à accéder au financements après s'être enregistré) et le **Rwanda** (avec la simplification des procédures d'enregistrement et des programmes de microcrédit).

Caractéristiques :

- Gestion souvent familiale avec une transmission intergénérationnelle

- Très faible investissement de départ (pas d'appel à la dette bancaire)
- Point de rencontre souvent communautaire
- Crédits informels octroyés aux clients réguliers

Le secteur formel

Très fortement représenté par des supermarchés modernes et des centres commerciaux, le secteur formel du commerce de détail en Afrique est un mix entre enseignes locales et internationales. Le poids de leur offre dépend de facteur comme :

L'inégalité de la demande

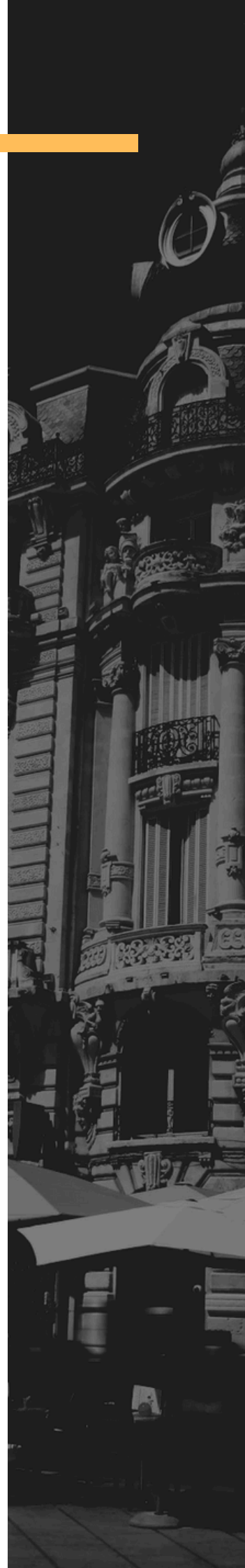
Il existe une forte disparité entre les zones urbaines en rapide croissance et les zones rurales au sein desquelles les supermarchés et centres commerciaux ne sont pas les plus plébiscités par les consommateurs finaux.

L'urbanisation des grandes villes et l'émergence des classes moyennes

Avec de développement de l'écosystème économique (surtout dans certaines zones d'Afrique) et l'apparition (ou le développement dans certaines zones) des classes moyennes (avec d'autres attentes et modes de consommation), la demande de supermarchés et centres commerciaux est en progression constante notamment dans les pays comme le **Kenya**, le **Nigéria**, le **Ghana**, **l'Afrique du Sud**, le **Maroc** et la **Côte d'Ivoire**.

Les infrastructures

Le manque d'infrastructures de bonne qualité freine l'expansion des supermarchés et centres commerciaux, influençant ainsi l'équilibre entre l'offre et la demande.



La concurrence

Dans certains pays comme le Maroc, la Côte d'Ivoire, le Kenya, l'Afrique du Sud et le Nigéria dans lesquels il y a de meilleures infrastructures, les supermarchés et centres commerciaux jouent un rôle déterminant dans le secteur de la distribution.

Ces marchés développent ainsi tout naturellement une forte attractivité et une forte concurrence entre les grandes chaînes internationales et les détaillants locaux très bien structurés.

La coexistence du formel et de l'informel

La complémentarité

Ils se complètent souvent avec un secteur formel pertinent dans la distribution de produits de grande consommation et des produits importés. Tandis que le secteur informel se concentre souvent dans la distribution de produits locaux et bon marché, adaptés aux populations à (très) faible revenu et/ou vivant dans des zones où le secteur formel est absent.

La confiance

Le secteur informel peut parfois servir de tremplin à des personnes voulant se lancer dans le commerce mais n'ayant pas forcément une forte confiance en leurs capacités de commerçant et d'entrepreneur. Ils testent le marché, testent leurs capacités et aptitudes à commercer et à entreprendre. Puis dans un second temps, se lancent en toute sérénité de manière formelle dans le commerce de détail.

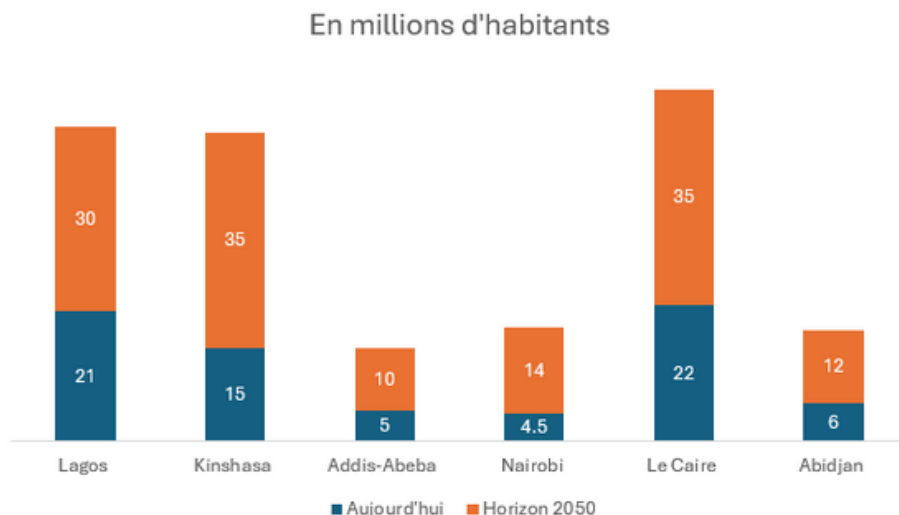
Les facteurs de transformation

L'urbanisation galopante des grandes villes

A l'horizon 2050, l'Afrique va connaître une forte tendance (déjà enclenchée) d'urbanisation des ses grandes villes, causée entre autres par la croissance naturelle de la population et le mouvement du « rural » à « l'urbain » des personnes.

Ci-dessous une estimation de la tendance d'évolution de la population urbaine de quelques grandes villes africaines (graphique 2).

Graphique 2



Cette densification urbaine des grandes villes africaines vraisemblablement entrainera de nouveaux modèles de consommation dans les zones urbaines.

L'impact sur le commerce de détail sera significatif poussant à la création de nouveaux pôles commerciaux et l'innovation dans les technologies et parcours client.

Les nouveaux modes de consommation urbaine

Les tendances de consommation urbaine évoluent et sont le reflet de l'écosystème mouvant avec le développement de nouvelles classes moyennes et l'adoption d'outils technologiques.

Ces évolutions sont le marqueur d'un changement de paradigme des habitudes de consommation dans les zones urbaines africaines.

Le e-commerce

La démocratisation de l'accès à internet et aux smartphones a favorisé le développement du e-commerce, profitant à des plateformes comme Jumia pour les achats en ligne.

Le « consommer propre »

La sensibilisation aux questions environnementales conduit à une augmentation de la consommation des produits durables dit « bio », de la part des populations urbaines.

Les nouveaux modes de livraison

La livraison à domicile en pleine croissance dans les villes africaines répond aux besoins de commodité des urbains.

De plus, les impacts de la pandémie de COVID-19 ont facilité l'adoption d'autres services de type « *Click & Collect* ».

Le luxe

Le développement des classes moyennes et des revenus pousse à une consommation de produits de luxe et une versatilité des consommateurs.

Les nouveaux modes de paiement

L'adoption de solutions de paiement mobile comme M-Pesa au Kenya montre un changement en matière de transactions financières quotidiennes d'une grande partie de la population urbaine africaine.

Le micro-crédit à l'achat et le paiement différé sont autant de nouveaux modes de paiement qui cessent de se développer sur le continent Africain.

L'économie collaborative

Les modèles de consommation collaborative, comme le covoiture ou la location temporaire de logement, se développent dans les zones urbaines où ces services répondent à des besoins pratiques et économiques.

Les investissements étrangers

Ils ont un impact significatif dans l'économie locale à travers leur impact sur les consommateurs, les producteurs, la *supply chain*, les infrastructures, etc.

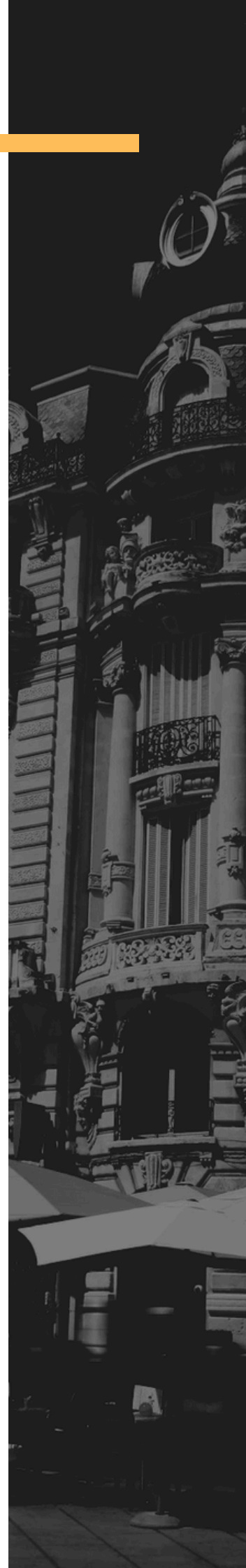
Les transferts des pratiques et connaissances

Les investissements étrangers permettent aussi le partage de connaissances et concepts autres que ceux existant en local.

Les créations d'emplois

L'arrivée des chaînes de magasins et de supermarchés étrangers augmente les emplois disponibles dans le secteur du commerce de détail et dans les secteurs connexes comme la logistique, le marketing, la construction. En effet, les projets d'investissement entraînent souvent le développement d'infrastructures tels que les centres commerciaux.

Ainsi, l'arrivée de ces chaînes de magasins et supermarchés augmentent la concurrence et stimule l'innovation, l'efficacité et l'optimisation des coûts.



Des variété des produits

Les investissements étrangers permettent aussi d'élargir la variété des produits disponibles à la vente.

Toutefois, il est à préciser qu'une forte dépendance aux investissements étrangers fragilise les économies locales en les rendant vulnérables aux fluctuations économiques internationales et aux décisions d'entreprises et investisseurs étrangers.

L'environnement réglementaire

L'enjeu réglementaire dans le secteur du commerce de détail en Afrique s'axe sur l'adaptation des cadres légaux aux dynamiques actuelles et futures, tout en conservant les spécificités locales et identitaires.

La bascule de « l'informel » vers le « formel »

Comme déjà mentionné, de nombreux pays Africains travaillent à la formalisation du secteur informel du commerce de détail vers le secteur formel.

Les droits des consommateurs

Le développement de lois sur la protection des consommateurs se poursuit dans certains pays, notamment en matière de transparence des prix et de retour des produits.

La régulation du e-commerce

Le commerce électronique se développant, des cadres réglementaires se développent afin de gérer les transactions en ligne et garantir la protection des données ainsi que la sécurité des paiements électroniques.

La fiscalité

L'augmentation des recettes publiques passera aussi par une fiscalité du secteur du commerce de détail par le biais des taxes comme la TVA et autres impôts directs et indirects.

Les normes de conformité

De nombreuses normes sont mises en place dans beaucoup de pays africains afin de garantir que les produits répondent aux normes internationales de qualité. Cependant, cette réflexion doit être menée aussi de manière à développer des normes adéquates aux spécificités culturelles locales.

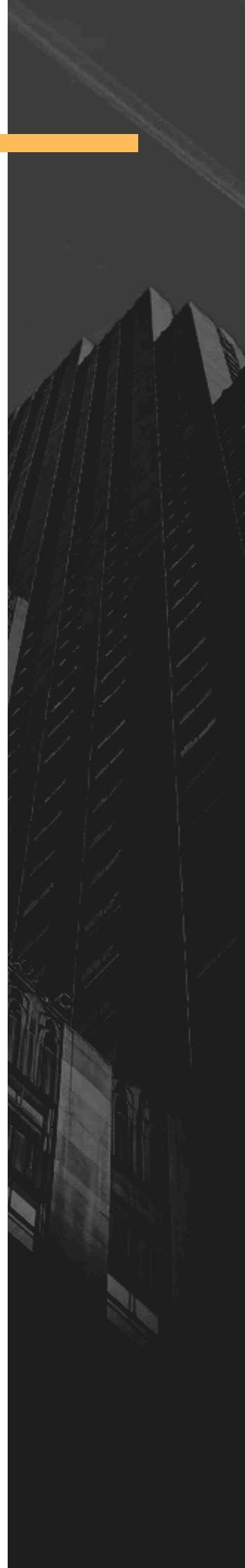
La durabilité

Certains pays africains ont introduit dans le fonctionnement du secteur du commerce de détail, des pratiques de durabilité telles que le recyclage, la réduction des emballages plastiques, l'énergie solaire, etc.

Conditions de travail

Des évolutions de la loi en matière de droit du travail se développent dans le but d'améliorer les conditions de travail dans le secteur et garantir des conditions de travail sûres pour les employés.

La réglementation du commerce de détail en Afrique doit aussi permettre une intégration régionale des pays et populations à travers des zones de libre-échange et l'harmonisation des normes et standards.



QUELLES PERSPECTIVES POUR UN DÉVELOPPEMENT PÉRENNE ?

Malgré des avancées déjà perceptibles, le marché offre encore des axes et perspectives significatives de développement pour le commerce de détail en Afrique.

La croissance démographique et l'urbanisation

Le continent africain avec une croissance démographique estimée à plus de 2,5 milliards d'habitants en 2050, représente une énorme aubaine de consommation. Cette croissance démographique accentuera le phénomène d'urbanisation des villes africaines avec une concentration de consommateurs faciles d'accès pour les détaillants.

Cette expansion démographique s'accompagnera d'une forte augmentation des classes moyennes avec une plus forte capacité de consommation des ménages entraînant une diversification des habitudes de consommation et un goût de plus en plus marqué pour les produits de luxe et des commodités modernes. Ce qui poussera les détaillants et fabricants à mettre sur le marché une diversification de l'offre de produits et services.

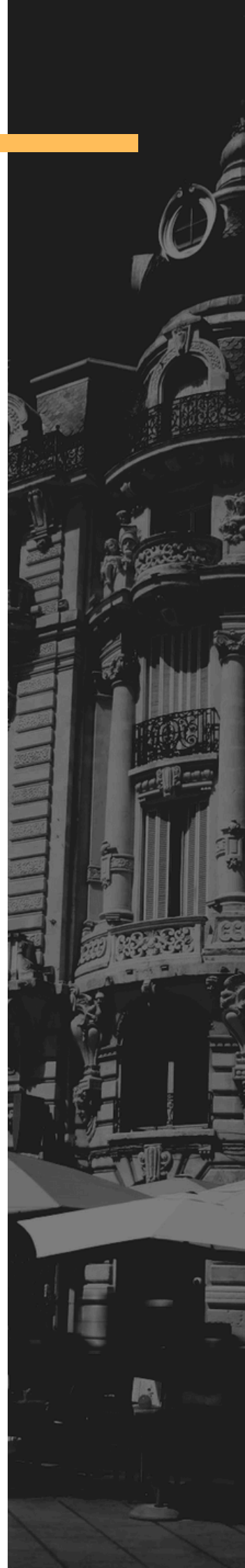
De plus, la jeunesse d'une grande partie de la population africaine laisse place à une base importante de consommateurs dynamiques, enclins aux nouvelles technologies et nouvelles tendances à l'innovation.

L'innovation numérique et la transformation digitale

Comme présenté précédemment, la vulgarisation de l'accès à internet et l'adoption des smartphones et technologies numériques ont permis et continueront à favoriser l'essor du commerce électronique via des solutions de plateformes digitales comme Jumia, Kilimall et Takealot.

Les fintechs qui se développent de plus en plus (pour certaines avec l'aide des incubateurs comme le Mstudio à Abidjan) sont vecteurs d'apport sur le marché de solutions et technologies innovantes notamment sur les transactions financières. Elles permettent aux consommateurs d'accéder facilement aux services de paiement favorisant les achats en ligne et les transactions bancaires.

La forte digitalisation actuelle et à venir des pratiques de consommation transforme et transformera profondément la manière de commercer en Afrique. Les entreprises commerciales ainsi que les fabricants devront intégrer dans leurs produits et service l'exigence d'un parcours client à la hauteur des attentes des consommateurs. Ils devront aussi repenser les relations avec les consommateurs afin de considérer leurs différentes exigences.



La chaîne d'approvisionnement et la logistique seront mécaniquement impactés (elles le sont déjà) par l'innovation et la transformation digitale. La réduction des coûts et l'investissement seront facilités par des solutions numériques de suivi, la gestion des stocks automatisée et les systèmes de distribution rendus plus efficaces qu'ils ne le sont aujourd'hui : modèles économiques collaboratifs comme la livraison collaborative.

Le big data, les chatbots et l'intelligence artificielle permettront aux détaillants de mieux cerner les attentes des consommateurs et d'adapter les offres en conséquence afin de les fidéliser. Des PME ou TPE seront ainsi capables de toucher de nouveaux et plus grands marchés au-delà même des frontières locales grâce aux plateformes régionales de vente.

La réalité augmentée et la réalité virtuelle qui sont déjà intégrés dans le commerce de détail en Afrique continueront à améliorer l'expérience client (en magasin) en offrant des moyens engageants de faire du shopping.

Les détaillants qui adopteront une stratégie omnicanale – intégrant les ventes en ligne et en magasin – pourront mieux répondre aux attentes des consommateurs.

La modernisation des infrastructures

La qualité des infrastructures représente un levier important du développement du commerce de détail en Afrique. En effet, les infrastructures facilitent la logistique des produits et marchandises depuis les usines de production jusqu'aux consommateurs finaux en passant par les entrepôts et espaces de stockage.

Le développement des routes, ports, aéroports et réseaux ferroviaires permettront de réduire les coûts et temps de transport des produits et marchandises tout en augmentant la disponibilité des produits dans les

centres urbains et les zones plus éloignées. Avec un effet positif sur la construction de nouveaux centres commerciaux, marchés et espaces de vente au détail.

L'amélioration et le développement des infrastructures énergétiques et réseaux de télécommunication est essentiel pour la stabilité et la pérennité de l'activité des points de ventes et magasins. Il l'est aussi pour la qualité des usages des technologies numériques et digitales.

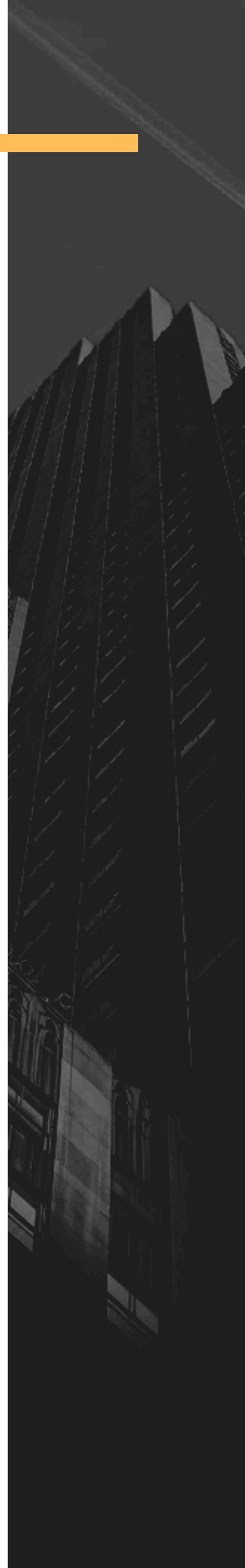
Le niveau d'urbanisation d'une zone dépendant étroitement de la qualité des infrastructures, la modernisation de ces dernières (y compris les logements et les services publics) développe un environnement propice à la croissance du commerce de détail en améliorant la qualité de vie et en attirant une population urbaine en expansion.

Ce niveau d'urbanisation des villes sera aussi un attrait pour des investisseurs étrangers dans le secteur du commerce de détail.

Les investissements internationaux

Les investissements internationaux participent au développement du secteur du détail en Afrique. Ils permettent principalement :

- Un **apport de capitaux** en injectant des fonds permettant le développement des entreprises locales et des centres commerciaux. Favorisant ainsi une concurrence entre détaillants avec un effet potentiel sur la baisse des prix des produits de meilleure qualité.
- Un partage de **technologie** et **savoir-faire** en apportant des technologies avancées et des pratiques de gestion éprouvées ailleurs qui auront pour effet d'améliorer la productivité et les opérations.
- Une **création d'emplois** directs et indirects avec l'expansion des chaînes de magasins et des grandes surfaces de distribution.



- Une **concurrence** apportant une diversification des offres de produits disponibles pour les consommateurs africains.
- Une augmentation du **climat d'affaires** en créant de la confiance pour les investisseurs et améliorant la perception globale du climat économique.

L'adaptation aux spécificités locales

L'adaptation aux spécificités locales est primordiale au développement du commerce de détail en Afrique. Elle permet aux entreprises de mieux appréhender les besoins des consommateurs locaux tout en considérant le tissu économique et culturel des régions.

En comprenant et en s'adaptant aux spécificités locales, les détaillants pourront mieux enrichir leurs offres de produits et services afin de répondre (parfaitement) aux goûts, préférences et besoins des consommateurs africains.

La compréhension culturelle locale permettra aussi aux détaillants de définir des stratégies de prix adaptées aux réalités économiques locales : options de tarification flexible (acheter en petites quantités pour rendre les produits plus accessibles aux consommateurs à faible revenu), etc.

Le développement de l'approvisionnement local permettra d'améliorer la durabilité avec des chaînes d'approvisionnement plus courtes, d'encourager l'autonomisation des petites entreprises locales et de soutenir l'économie locale.

Une compréhension des langues, habitudes et valeurs culturelles locales permettra de maximiser la valeur ajoutée et de créer des campagnes marketing plus efficaces et consolidant la fidélité à la marque.

Comprendre les défis logistiques locaux sera un atout dans la conception des stratégies de la *supply chain* en concevant des solutions adaptées comme l'utilisation des véhicules adaptés aux routes locales, le développement des points de vente dans des zones difficilement accessibles, de développement des box de retrait, etc.

Employer des locaux (qui comprennent la culture locale et les habitudes des consommateurs) à des postes importants de l'entreprise permettra de renforcer l'assise locale et la connexion avec les consommateurs.



QUELQUES DÉFIS À SURMONTER

Le secteur du commerce de détail en Afrique regorge d'énormes opportunités et un potentiel de développement incroyable. Cependant, il est nécessaire d'avoir conscience des défis à surmonter.

L'instabilité politique dans certains régions

L'incertitude engendrée par l'instabilité dans certaines régions africaines peut dissuader les investisseurs étrangers, de la diaspora et même locaux. Les entreprises peuvent être très hésitantes à entreprendre des investissements coûteux, dans la mesure où les banques seront-elles aussi très frileuses à octroyer des prêts ou à les octroyer avec des taux d'intérêt très élevés.

Les troubles politiques peuvent perturber le bon fonctionnement de la chaîne logistique, rendant difficile les déplacements des marchandises entre les régions. Cela peut avoir pour effet des pénuries à répétition, des augmentations de prix dues à des augmentations de coûts de transport et des délais de livraison rallongés.

Les fluctuations économiques liées à l'instabilité politique peut conduire à des fluctuations monétaires et des instabilités fiscales qui compliquent les opérations des détaillants devant évoluer dans un environnement économique volatil et incertain.

La confiance des consommateurs étant affectée, ceux-ci préféreront décaler les achats importants ou privilégier l'épargne.

Les disparités économiques

Les fortes disparités de revenus (entre et à l'intérieur des pays) compliquent la structuration des offres de produits et services.

Les zones économiques stables à fort potentiel de consommation attirent beaucoup plus d'entreprises, d'investisseurs et de fournisseurs de services bancaires au détriment des zones économiques moins stables. Ces dernières souffrent aussi d'infrastructures détériorées. Cela entraîne un développement inégal du secteur.

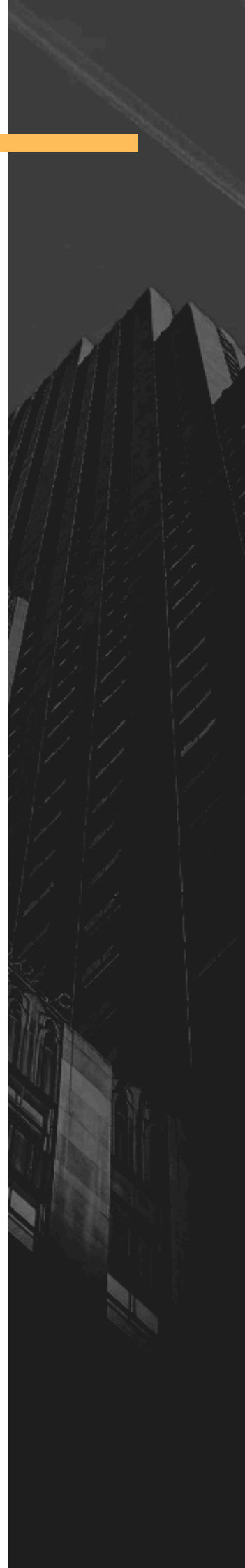
Ces disparités économiques peuvent exacerber les problèmes sociaux et politiques qui affectent la stabilité nécessaire au développement du secteur.

L'amélioration continue des infrastructures

Cela représente à la fois une opportunité et un défi pour le développement du commerce de détail en Afrique.

Le développement et la maintenance des infrastructures nécessitent des investissements considérables et constants. Dans certains pays africains le financement de ces projets est souvent insuffisant, limitant le rythme et l'étendue des améliorations nécessaires.

La lourdeur bureaucratique dans certains pays fragilise la coordination nécessaire entre l'Etat, les entreprises privées et les organisations internationales pour la planification de la maintenance des infrastructures comme les ponts, les routes et les infrastructures de



télécommunication qui garantissent une couverture internet rapide et fiable.

Les infrastructures transfrontalières de mauvaise qualité et inadéquates sont une contraintes pour le développement du marché de détail dans certaines régions africaines. A cela peuvent aussi s'ajouter les barrages routiers, les retards et la corruption douanière.

Un déséquilibre entre les marchés se crée. Conséquence des disparités dans les niveaux de développement des infrastructures entre les zones urbaines et rurales, limitant l'accès égal aux produits.



EN CONCLUSION

En conclusion, le commerce de détail en Afrique est à un tournant prometteur, porté par plusieurs dynamiques positives et quelques défis persistants. L'essor démographique, conjugué à l'expansion de la classe moyenne et à une urbanisation rapide, crée un environnement fertile pour la croissance du secteur. L'adoption rapide des technologies numériques, y compris le commerce électronique et les paiements mobiles, transforme le paysage commercial, offrant de nouvelles opportunités aux détaillants pour atteindre une population de plus en plus connectée.

Les investissements internationaux apportent le capital, le savoir-faire et les innovations technologiques nécessaires pour moderniser le secteur, tandis que l'accent mis sur l'adaptation aux spécificités locales aide les entreprises à mieux répondre à la diversité des préférences culturelles et économiques. De plus, la modernisation des infrastructures, bien qu'elle présente des défis, reste une priorité cruciale pour améliorer la logistique et l'accessibilité au marché.

Cependant, des défis demeurent, notamment les disparités économiques, l'instabilité politique et les besoins d'infrastructures continues. Pour maximiser le potentiel de croissance, il est essentiel que les gouvernements, les investisseurs et les entreprises travaillent ensemble pour créer un environnement stable, sûr et inclusif qui bénéficie à toutes les parties prenantes.

Ainsi, avec une stratégie collective d'adaptation et d'innovation, le commerce de détail en Afrique est bien positionné pour devenir un moteur clé de la croissance économique et du développement social au cours des prochaines décennies.

Auteur

Daniel Chanel Mouzita

Partner | Expert Retail & Consumer

