le felis

LA REVUE AFRICAINE DE L'INTÉLLIGENCE ÉCONOMIQUE

N° 017 - Juillet/Août 2022

ENQUÊTE

TOURISME EN CÔTE D IVOIRE,
LA RENAISSANCE APRÈS LA COVID-19

• **INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE**

LA DATAVIZ, UN PUISSANT OUTIL D'AIDE À LA PRISE DE DÉCISION

• **FOCUS ÉCONOMIQUE**

LE BUSINESS DU HAJJ

• **TUTO**

REUSSIR UNE PRESENTATION PROFESSIONELLE
PARTIE 2 : LE JOUR J, JOUEZ A L'ACTEUR

• **BOÎTE À OUTILS**

LE MODELE VIP

• **FICHE METIER**

DRH DANS L'HÔTELLERIE
Avec Mme Alima TOURE
Directrice Ressources Humaines Groupe
chez Teyliom Group

EDITO

Par LACINE DIABY
Directeur de publication

CHUTE DE L'EURO, ENTRE PERTE ET GAIN POUR LA ZONE CFA

Le 12 juillet dernier, l'euro a atteint la parité parfaite avec le dollar pour la première fois depuis 2002. Elle est même passée sous la barre de l'unité pendant quelques heures le lendemain. Cette dépréciation est un nouveau revers pour le vieux continent.

En effet, l'Europe, menacée par une récession économique, est en proie à une forte inflation (8,9%). Et l'incertitude croissante quant à l'approvisionnement en gaz russe fait craindre une crise énergétique. La chute de l'euro n'est donc que le reflet du malaise économique européen.

Toutefois, les principales raisons évoquées à cette situation sont la guerre en Ukraine et la décision de la Banque Centrale Européenne (BCE) de maintenir ses taux d'intérêt inchangés. A l'opposé, la Reserve fédérale américaine (FED) s'est montrée plus réactive en relevant les siennes de 0,75 points depuis le mois de juin.

"*La cause la plus importante de la chute de l'euro est la vitesse différente de la politique monétaire de la Réserve fédérale américaine et de la Banque centrale européenne*", expliquait Juan Carlos Martínez, professeur d'économie à l'Université IE d'Espagne à la BBC.

Le 21 juillet, la BCE s'est résolue à une hausse de 0,5 points de ses taux directeurs. Mais pour l'heure, cette nouvelle disposition n'a pas eu d'effets significatifs sur le cours EUR/USD qui frôle toujours la parité.

Ce duel entre l'euro et le dollar peut paraître lointain à l'Afrique. Mais ces conséquences seront ressenties dans plusieurs pays africains notamment ceux de la zone franc CFA (UEMOA- CEMAC). Pour rappel, 14 pays africains ont pour monnaie le franc CFA arrimé à l'euro selon une parité fixe (1 euro = 655,957 F CFA). Ainsi, le cours du franc CFA par rapport au dollar suit la même variation que le cours EUR/USD et dépend de la politique monétaire de la BCE. En perdant de la valeur, l'euro entraine donc dans sa chute le franc CFA.

Pour ces 14 pays, l'effondrement de la monnaie unique européenne fait office d'un couteau à double tranchant. En effet, les Etats pourront y gagner tout comme y perdre énormément.
Tout dépendra de la structure de leur commerce extérieur.

Pour les économies de la zone, qui reposent majoritairement sur l'exportation de matières premières (produits agricoles, minerais et hydrocarbures), la dépréciation de l'euro est une aubaine pour engranger plus de ressources. Les exportations africaines, libellées le plus souvent en dollar, deviennent plus compétitifs sur le marché international. En outre, les recettes d'exportation converties en monnaie locale représentent plus d'argent pour les économies concernées.

Par exemple, la Côte d'Ivoire, premier exportateur mondiale de cacao, devrait bénéficier de cette opportunité. Les pays exportateurs de pétrole et de gaz (Gabon, Guinée Équatorial, Cameroun, etc.), qui profitent déjà de la flambé des cours du pétrole (104 dollars le baril de Brent), réaliseront davantage de profit avec ce renchérissement du dollar.

Toutefois, les gains probables des économies, mesurés aux pertes encourues, poussent à affirmer qu'il y a de fortes chances que nous soyons du côté des perdants.

En effet, la structure du commerce international dans tous les pays de la zone est telle que la valeur des importations surplombe celle des exportations. Avec la montée du dollar, tous les pays verront s'alourdir leur facture d'importation.

Désormais, il faudra débourser plus d'argent pour s'approvisionner sur le marché international en produits alimentaires (riz,blé,etc.), médicaments, matériels informatiques ou produits pétroliers raffinés. Cette situation risque d'alimenter le niveau d'inflation déjà élevé dans la zone. C'est le pouvoir d'achat des ménages qui sera le plus impacté.

Du côté des finances publiques, les choses ne sont pas plus reluisantes. La dépréciation du franc CFA par rapport au dollar se traduira par une hausse du coût du service de la dette libellé en dollar. Avec cette nouvelle donne, certains Etats risquent d'être dans l'incapacité d'honorer tous leurs engagements.

En clair, la chute de l'euro a beau octroyé un certain avantage comparatif aux pays exportateurs de matières premières, ses conséquences seront globalement néfastes dans la zone CFA. Il est toutefois difficile de dire avec exactitude quelle sera l'ampleur de ce choc. Face à une FED agressive, les marges de manœuvre de la BCE semblent réduites. La parité EUR/USD risque donc de se maintenir pendant longtemps.

Que peuvent faire nos banques centrales pour contenir la situation ? Pas grand-chose. Sinon revoir également à la hausse leurs taux directeurs si le niveau d'inflation venait à flamber. Ce qui pourrait être plus compliqué pour la BCEAO qui a déjà relevé son taux directeur de 25 points de base au mois de juin. Du côté des Etats, les choses ne sont pas plus simples. Ce contexte nouveau pourrait obliger plusieurs d'entre eux à revoir leurs budgets 2023 (augmentation des subventions à l'importation des produits de base ou hausse des impôts pour soutenir la crue des dépenses).

SOMMAIRE

02 **EDITO**
Chute de l'euro, entre perte et gain pour la zone CFA

04 **SOMMAIRE**

05 **ENQUÊTE**
Tourisme en Côte d'Ivoire, la renaissance après la COVID-19

16 **INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE**
La Dataviz, un puissant outil d'aide à la prise de décision

19 **EXPRESSO**
19 Orange CI bientôt coté à la BRVM
20 L'inflation poursuit sa hausse dans la zone UEMOA

22 **FOCUS ECO**
Le business du HAJJ

25 **DECRYPTAGE**
Ce qu'il faut savoir sur la Taïwan

27 **TUTO**
Reussir une présentation professionelle
• Partie 2 : Le jour j, jouez à l'acteur

30 **BOITE À OUTILS**
Le modele VIP

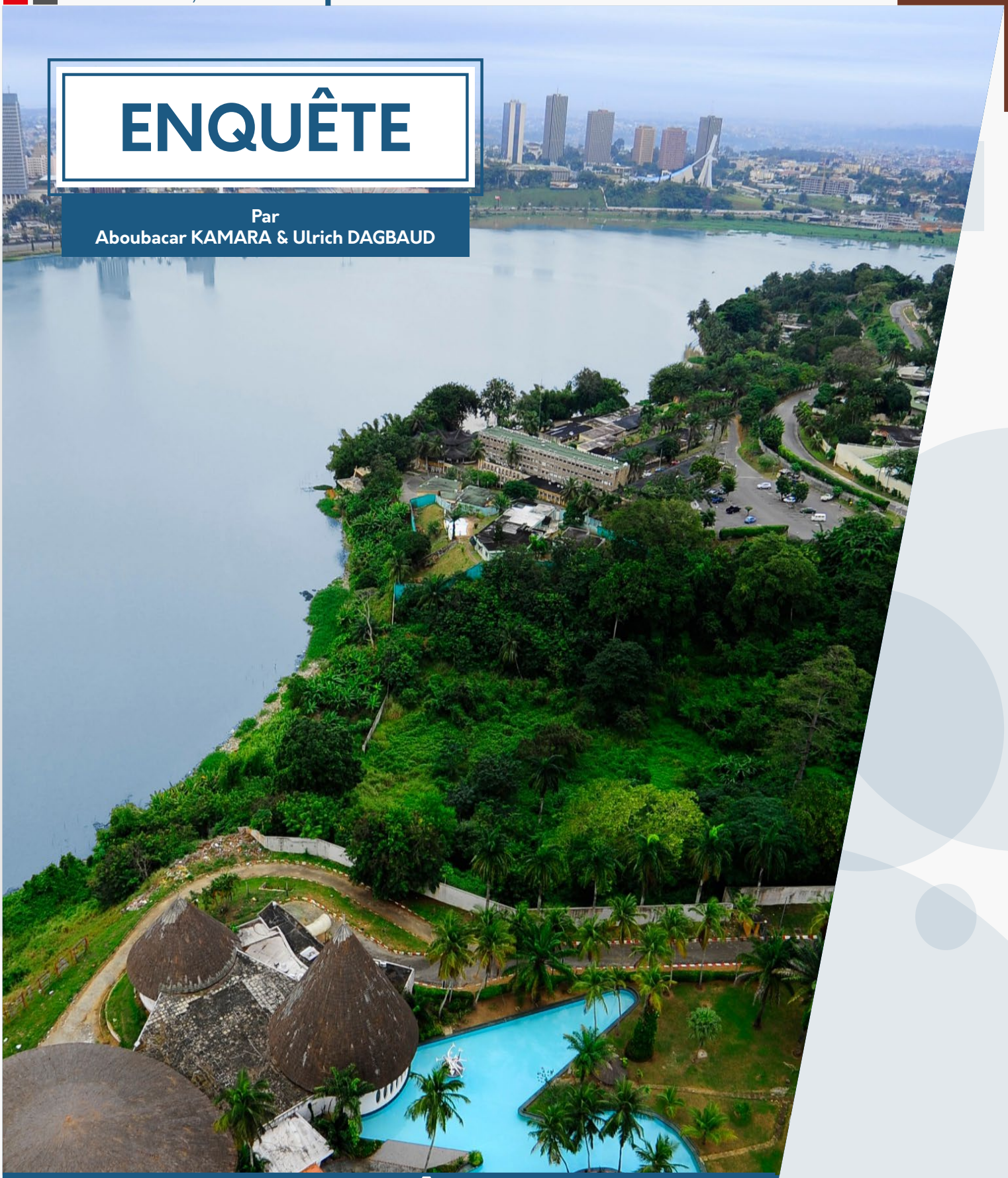
32 **GUIDE BUSINESS**
Créer une agence de voyage en CI

33 **FICHE MÉTIER**
DRH dans l'hôtellerie
Avec Mme Alima TOURE, Directrice Ressources Humaines Groupe chez Teyliom Group

36 **VOCABGENX**
La dette souveraine

ENQUÊTE

Par
Aboubacar KAMARA & Ulrich DAGBAUD



TOURISME EN CÔTE D'IVOIRE, LA RENAISSANCE APRÈS LA COVID-19

En 2019, 70 millions de touristes internationaux ont visité l'Afrique. En outre, les voyages et le tourisme ont rapporté environ 170 milliards de dollars américains au Produit Intérieur Brut (PIB) du continent. Depuis le passage de la Covid-19, les choses sont différentes. La pandémie a ralenti les activités dans tous les secteurs d'activités, en particulier dans le tourisme. Selon l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies (OMT), l'Afrique a enregistré une baisse de 74% des arrivées de touristes internationaux et une réduction de 64% des exportations liées au tourisme.

Avant la crise sanitaire, le tourisme ivoirien évoluait avec une forte croissance. De de 2012 à 2019, le Produit Intérieur Brut Touristique (PIBT) est passé de 2,4% à 7,3 % du PIB. Sur la même période, les flux de touristes internationaux sont passés de 289 000 à 2 070 189 voyageurs internationaux, avec un taux de croissance moyen annuel de 27,91 %. Mais la Covid-19 a freiné de façon brutale la dynamique en cours dans le secteur.

Aujourd'hui, l'heure est à la reprise. Le tourisme ivoirien s'attache à renaître après deux années de crise sanitaire. Comment se porte le tourisme en Côte d'Ivoire ? Quelles sont les nouveaux défis du secteur ? Quelles sont les opportunités pour un redécollage des activités touristiques ? Enquête sur les sentiers de renaissance du tourisme en Côte d'Ivoire.

LE TOURISME IVOIRIEN D'HIER À AUJOURD'HUI

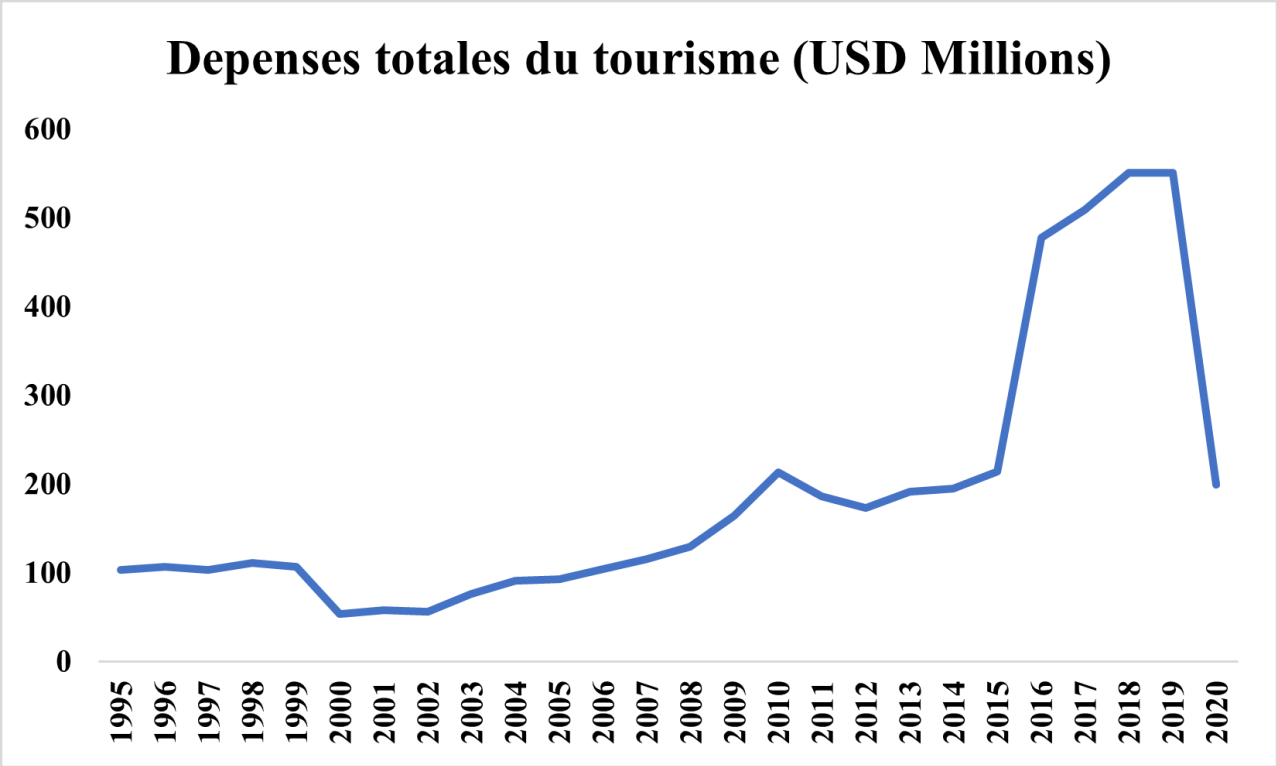
La place du tourisme dans l'économie ivoirienne a évolué au gré de la vie politico- économique du pays. Trois grandes phases ont rythmé l'évolution du secteur touristique.

La première phase débute en 1960 et prend fin en 1999. L'économie du pays a connu trois changements majeurs au cours de cette période : les trente glorieuses, une crise économique marquée par les programmes d'ajustement structurel (PAS) et une période de confusion politique après la mort du premier président qui finira par un coup d'Etat militaire en décembre 1999.

Durant cette première phase, le tourisme ne figurait pas au nombre des priorités étatiques. Avec une participation de moins de 2 % au PIB, le secteur n'était pas réellement vu comme un créateur de richesse. Le pays avait, avant tout, axé son développement économique sur l'agriculture et les grands travaux. « Le succès de ce pays repose sur l'agriculture », disait Felix Houphouët Boigny, premier président de la Côte d'Ivoire. Cette phrase résume parfaitement l'orientation économique qui prévalait à l'époque.

La seconde phase s'étale de 2000 à 2012. Cette période est marquée par une crise militaro-politique qui a abouti à la cession du pays en deux parties. L'activité touristique s'est réduite avec le niveau de sécurité. Même si les différents gouvernements d'alors envisageaient des politiques pour soutenir le secteur, le climat politico-social n'était pas favorable au développement du tourisme.

La dernière phase s'étend de 2013 à nos jours. Cette troisième période marque le décollage du tourisme en Côte d'Ivoire. A partir de 2014, les revenus générés par le secteur ont augmenté considérablement passant de 195 millions de dollars à 550 millions de dollars en 2019. Sur la même période, le nombre de touristes internationaux est passé de 471 000 à plus de 2 millions. Le potentiel du secteur est de plus en reconnu dans le pays. Le tourisme fait désormais l'objet d'une attention particulière du gouvernement ivoirien mais aussi du secteur privé. Cependant, la pandémie de Covid-19, apparue en 2019, a marqué un coup d'arrêt à la croissance du secteur. Aujourd'hui, le tourisme entre dans un nouveau cycle : **la relance post-Covid.**



SOURCE : OMT

LE TOURISME IVOIRIEN FACE À LA COVID-19

Empreinte de la Covid-19 sur les activités touristiques

Le secteur du tourisme et de l'hôtellerie a été le plus impacté par la crise sanitaire mondiale. La fermeture des frontières ainsi que les différentes mesures restrictives arrêtées pour endiguer la pandémie ont eu impact économique sans précédent sur ce secteur. Au plus fort de la crise, les activités dans le tourisme, la restauration et l'hôtellerie ont enregistré une très forte baisse de demande. Près de 80% des activités du secteur ont été contraint à l'arrêt.

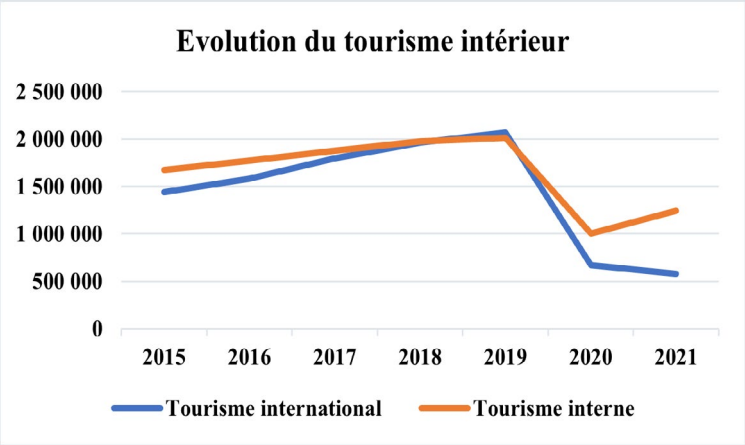
Une étude réalisée par la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière (FNIH-CI) sur l'impact de la crise sanitaire sur les PME du secteur du tourisme et des loisirs révèle que toutes les PME du secteur ont enregistré une perte de 73% de leurs chiffres d'affaires global en fin juin 2020. Les établissements de restauration ont été les plus affectés avec des pertes estimées à 86 % du chiffre d'affaires.
Les agences de voyages et de tourisme ainsi que les espaces évènementiels affichent, quant à elles, des pertes respectives de 70% et 69% de leur chiffre d'affaires.

Le développement du voyage/tourisme et celui de l'hôtellerie allant de pair, l'industrie hôtelière a également durement été frappé par la crise. Selon les statistiques du Ministère du tourisme, entre 2019 et 2021, le taux moyen d'occupation des chambres dans l'hôtellerie est passé de 60,26 % à 36,62%. En outre, l'étude (FNIH-CI) indique une perte de 68% du chiffre d'affaires des PME du secteur de l'hébergement.

Bien qu'il soit quasiment impossible d'estimer de façon exacte le coût global de la crise sanitaire dans le secteur, ces chiffres donnent un aperçu des pertes encourus par les différents acteurs.

Evolution de la demande de tourisme

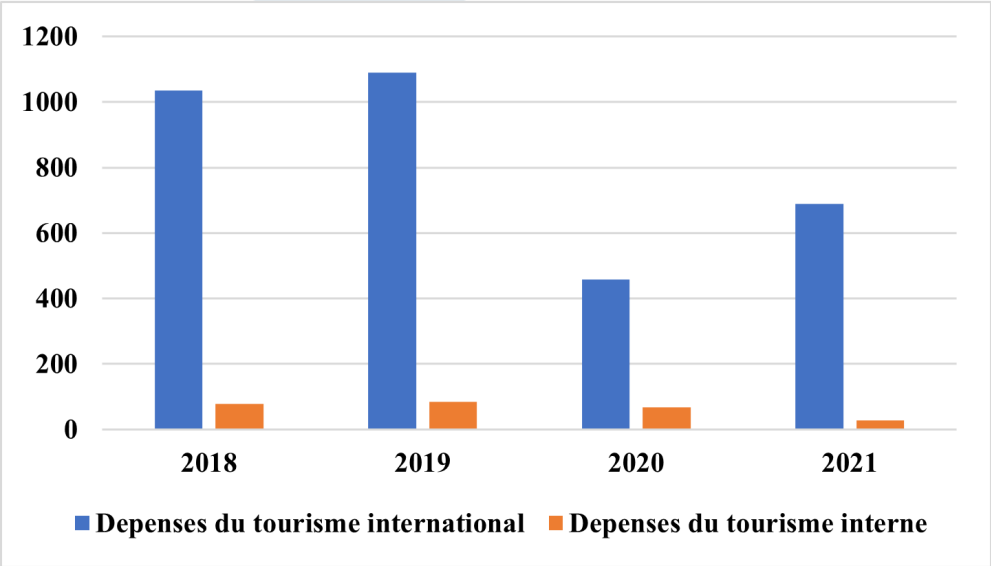
Avec la propagation de la Covid-19, la demande de tourisme en Côte d'Ivoire a globalement chuté. En effet, entre 2019 et 2020, le nombre de touristes internationaux est passés de 2 070 189 à 668 182. Le tourisme interne a, quant à lui, enregistré une baisse moins forte passant de 2 011 784 touristes à 1 005 892 (-50%). En seulement une année de crise sanitaire, le total de touristes à reculer de 4 081 943 (internationaux et internes) à 1 674 054 soit une diminution de plus de 200%.



SOURCE : MINTOUR-LOISIRS/DPAP

Sans grande surprise, les recettes touristiques du pays ont également chuté. Cette situation s'explique essentiellement par la réduction de touristes internationaux en raison de la mesure de fermeture des frontières. En effet, le tourisme international représente plus de 90 % des recettes touristiques du pays. Et l'essentiel des visiteurs proviennent de l'espace CEDEAO en passant par les voies terrestres. En 2019, les touristes internationaux ont effectué des dépenses évaluées à 1 089 Milliards F CFA. Ce montant est passé à 458 Milliards F CFA en 2020 soit un taux de décroissance de 57,94 %. Sur la même période, les dépenses de consommation des touristes domestiques sont passées de 85 Milliards FCFA à 68 Milliards FCFA soit une baisse de 20%. Ces dernières ont donc mieux résisté à la crise.

DÉPENSES DU TOURISME INTÉRIEUR EN MILLIARDS DE FCFA



SOURCE : MINTOUR-LOISIRS/DPAP

Malgré l'assouplissement des mesures restrictives liées à la pandémie, le relance des activités touristiques restent timides. Pour l'année 2021, le pays a enregistré 1 816 386 touristes (1 005 892 touristes internes et 575 819 touristes internationaux) soit un hause de 8,5% par rapport à l'année 2020. Les dépenses du tourisme international ont connu également une augmentation de 231,98 Milliards F CFA pour atteindre 689,98 Milliards F CFA soit un taux de croissance annuel de 50,65 %. Mais elles restent loin de leur niveau d'avant la pandémie.

La Covid-19, on peut le dire, a freiné la dynamique d'expansion du tourisme en Côte d'Ivoire.

Conscient des difficultés des différents acteurs économiques face à la pandémie, le gouvernement a mis en place un Plan d'appui économique, social et humanitaire évalué à 1 700 milliards de FCFA, soit environ 5 % du PIB. Concernant le secteur du tourisme, le Gouvernement a pris les mesures suivantes dès les premières heures de la crise :

- Différer pour une période de trois (3) mois le paiement de l'impôt sur les revenus de capitaux (IRC) et les autres impôts, taxes et versements assimilés dus à l'État ainsi que des charges sociales aux entreprises du tourisme et de l'hôtellerie qui éprouvent des difficultés.
- Un fond spécial de 1,5 milliard de Fcfa a été alloué aux acteurs du spectacle nocturne. Hébergé auprès de l'Agence Emploi jeune, ce fond a fait l'objet d'une commande spéciale pour permettre à cette partie de l'industrie du tourisme, qui fournit des milliers d'emplois, d'endiguer les pertes causées par la fermeture des discothèques et des bars, aux premières heures de la crise sanitaire. Pour cette première tranche, 43 opérateurs ont reçu des montants allant de 500 000 Fcfa à 7 millions de Fcfa. Une trentaine de dossiers sont également en cours de traitement.

Par ailleurs, plusieurs acteurs du secteur relevant de l'informel ont pu bénéficier d'un appui dans le cadre du Fond d'Appui au Secteur Informel (FASI). L'analyse du tableau de bord général du FASI sur les années 2020-2021, indique que sur un total de 129 656 bénéficiaires, 19,86 % (25 745) sont du secteur de la restauration et 1,96 % (2 191) du secteur de la culture et des loisirs. Cela représente une enveloppe de 7,734 Milliards FCFA sur un financement total accordé de 30,263 Milliards F CFA.

ANALYSE SWOT DU SECTEUR DU TOURISME EN CÔTE D'IVOIRE

Tableau d'analyse SWOT du tourisme ivoirien

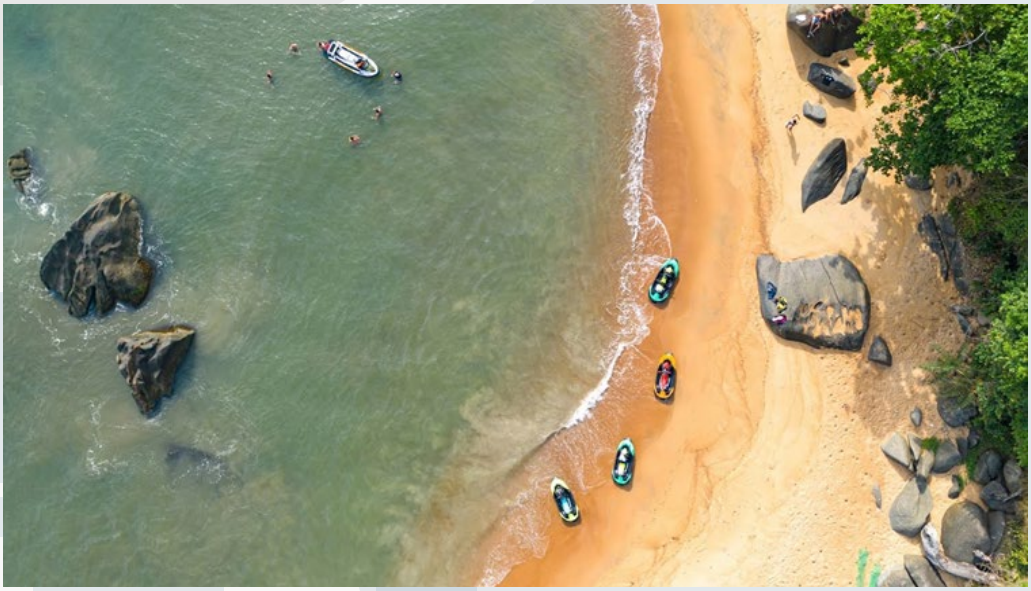
FORCES	OPPORTUNITÉS
• DIVERSITÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE • UNE DEMANDE PROCHE • DÉVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES • FAIBLE INDICE DE SÉCURITÉ	• ORGANISATION DE LA CAN 2024 • DÉVELOPPEMENT DU TOURISME D'AFFAIRE • LA STRATEGIE « **SUBLIME CÔTE D'IVOIRE** » • LES POTENTIELS TOURISTES IVOIRIENS • INTÉRÊT GRANDISSANT POUR L'ÉCOTOURISME
FAIBLESSES	**MENACES**
• CONCENTRATION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES DANS LA VILLE D'ABIDJAN • TOURISME INTERNATIONAL (HORS AFRIQUE) PEU DÉVELOPPÉ	• RISQUE SÉCURITAIRE DANS CERTAINES RÉGIONS DU PAYS • APPARITION DE NOUVELLES VAGUES DE COVID-19 • RISQUE DE RECESSION ECONOMIQUE MONDIALE

1. FORCES

Diversité de l'offre touristique

La Côte d'Ivoire offre différentes formes de tourisme à savoir :

- **Tourisme balnéaire** avec une côte longue de 550 km,
- **Ecotourisme** avec les 8 parcs nationaux et les multiples réserves naturelles que compte le pays,
- **Tourisme religieux** avec la plus grande Basilique au monde et les mosquées séculaires,
- **Tourisme d'affaires** avec des réceptifs hôteliers répondant aux normes internationales,
- **Tourisme gastronomique** avec des mets très variés,
- **Tourisme sportif** avec une large gamme de disciplines sportives,
- **Tourisme culturel** avec plus de 60 groupes ethniques qui offrent une diversité culturelle.



VUE D'UNE PLAGE DE GRAND-BÉRÉBY

Particularité de la demande : Une demande proche

Le tourisme local représente 60% de la demande de tourisme et plus de 80% de la demande internationale est Africaine. De plus, la zone CEDEAO représente, à elle seule, 75% de la demande internationale.

Développement des infrastructures

Le pays est passé de 2405 établissements hôteliers en 2014 à 4394 en 2021. Ainsi, plusieurs hôtels de niveau international ont vu le jour dans la capitale Abidjanaise et de nombreux autres projets sont en cours de réalisation.

A ce titre, le groupe Hôtelier français Centaurus s'installe bientôt en Côte d'Ivoire avec deux établissements hôteliers de luxe (Plateau et Île Boulay). L'entame des travaux est prévue pour le mois de septembre prochain.

La Côte d'Ivoire a aussi modernisé son aéroport afin d'accueillir plus de vols et d'obtenir plusieurs certifications internationales comme le certificat TSA en 2015 ou encore la certification de l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI). En outre, 25 compagnies aériennes desservent aujourd'hui l'aéroport d'Abidjan qui est devenu un point de connexion assez dynamique.

Faible indice de sécurité

De 2012 à 2021, l'indice de sécurité du pays est passé de 6.8 à 1.5. De quoi à rassurer les visiteurs internationaux.

2. FAIBLESSES

Concentration des activités touristiques dans la ville d'Abidjan

L'activité touristique en Côte d'Ivoire se déroule essentiellement à Abidjan. En effet, 69% des nuitées enregistrées dans le pays relève de la ville Abidjan. La ville de San Pédro se positionne comme la deuxième ville touristique avec seulement 9,5% des nuitées vendues. Abidjan regroupe également 43% des établissements hôteliers du pays. Cette situation défavorise les autres régions touristiques du pays qui ont pourtant de belles choses à offrir.

Tourisme international hors Afrique peu développé

La plupart des touristes internationaux en Côte d'Ivoire viennent d'Afrique plus particulièrement de la CEDEAO. Le pays attire très peu de touristes d'autres continents. Une meilleure promotion de la destination Côte d'Ivoire en dehors des frontières africaines est donc nécessaire.

3. OPPORTUNITÉS

L'organisation de la CAN 2024

La Coupe d'Afrique des Nations de football se déroulera en janvier 2024 en Côte d'Ivoire, dans 5 villes : Abidjan, Bouaké, Korhogo, San-Pedro et Yamoussoukro. Cet évènement a pour particularité de drainer un grand nombre de participants ce qui représente une forte demande de services touristiques. En effet, c'est 24 équipes africaines accompagnées de leurs supporters et de leurs officiels que le pays s'apprête à accueillir. Sans compter les étrangers qui viendront découvrir la compétition, une aubaine pour le secteur du tourisme.

Développement du tourisme d'affaire

La Côte d'Ivoire accueille de plus en plus d'évènements d'envergure régionale et mondiale (salon, forum, colloque, etc.). Le pays abrite également le siège de plusieurs organisations internationales (BAD, Organisation Internationale du Cacao, AfricaRice, etc.). Tous ces éléments peuvent contribuer au développement du tourisme d'affaire.

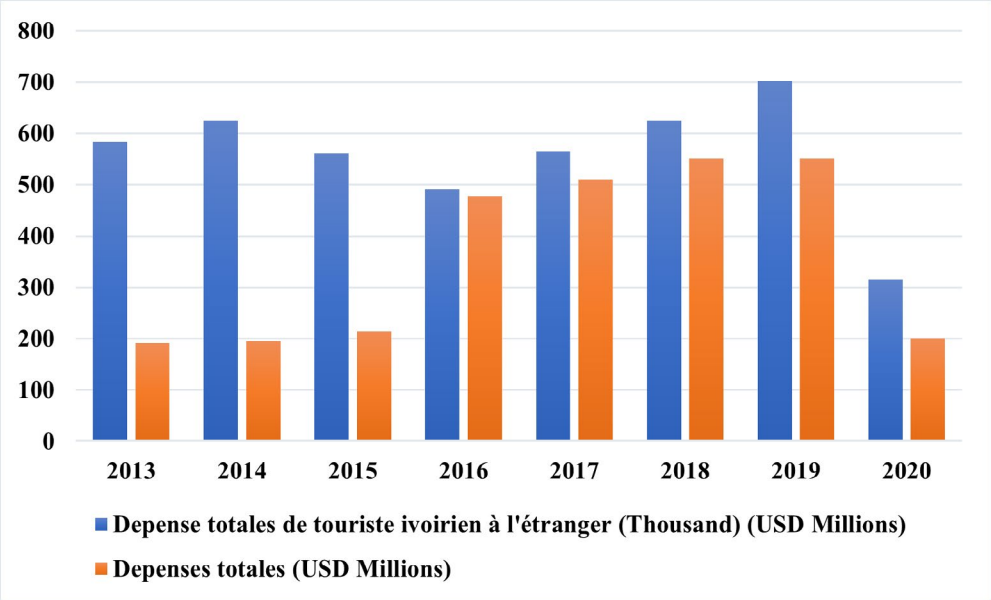
La stratégie « Sublime Côte d'Ivoire »

Depuis 2018, la Côte d'Ivoire s'est dotée d'une stratégie de développement de son secteur touristique. Dénommé « Sublime Côte d'Ivoire », elle vise à faire la promotion de la destination Côte d'Ivoire partout dans le monde. D'un coût global de coût de 3.200 milliards de francs CFA (4,8 milliards d'euros), ce programme ambitieux entend faire du pays la 5e destination touristique africaine et porter la contribution du tourisme à 12 % du PIB. L'objectif est d'attitrer 5 millions de visiteurs internationaux à l'horizon 2025. Bien que la crise sanitaire ait rebattues les cartes, les autorités du pays restent optimistes et maintiennent le cap.

Potentiels touristes ivoiriens

Les touristes ivoiriens dépensent plus d'argent à l'étranger que les touristes internationaux en Côte d'Ivoire. Ces touristes ivoiriens représentent un marché potentiel plus grand que le marché total du tourisme en Côte d'Ivoire. Ces ivoiriens représentent donc une grande opportunité pour le développement du secteur. Il reste à trouver les moyens pour capter cette demande qui échappe au marché local.

DÉPENSES DE TOURISME INTERNATIONAL EN CÔTE D'IVOIRE ET DES TOURISTES IVOIRIENS À L'ÉTRANGER



SOURCE : OMT

Intérêt grandissant pour l'écotourisme

L'écotourisme est une forme de tourisme en plein essor en Côte d'Ivoire. Les populations sont de plus en plus séduites par la découverte de la nature et de nos cultures. Comme indiqué plus haut, la Côte d'Ivoire dispose de potentialités énormes pour développer cette offre touristique. Le pays compte huit parcs nationaux et 21 réserves naturelles qui abritent une faune et une flore très variées. Le Parc National de Taï, classé patrimoine mondiale de l'UNESCO, est l'une des destination phare d'écotourisme dans le pays. Situé dans la région de San Pédro, ce parc couvre une superficie de 350 000 ha. Il compte 140 espèces de mammifères, 240 espèces d'oiseaux et 1800 espèces de plantes. En outre, les excursions dans les villages environnants du parc offrent une immersion inédite dans la culture du terroir. Le pays compte également d'autres sites d'écotourisme très en vogue comme les domaines BINI, le Nzi River logdes, etc.

Par ailleurs, la forêt du Banco, située en plein cœur d'Abidjan, a fait aujourd'hui peau neuve pour accueillir les amoureux de tourisme vert tous les week-ends.

L'écotourisme est donc un puissant levier qui peut contribuer à la relance du secteur.

TOURISTES EN EXCURSION DANS LE PARC NATIONAL DE TAÏ

4. MÉNACES

Risque sécuritaire dans certaines régions du pays

Les régions du nord du pays sont en proie à la menace terroriste. On se souvient encore de l'attaque de Kafolo, en juin 2020, qui a fait une dizaine de victimes dans le rang des forces de défense et de sécurité. Vue le risque sécuritaire, certains gouvernements étrangers déconseillent à leurs ressortissants de voyager dans le nord du pays. La France, par exemple, déconseille formellement à ses ressortissants de voyager dans les zones frontalières de la Côte d'Ivoire avec le Mali et le Burkina Faso, le nord du district du Zanzan, l'est du district des Savanes ainsi que dans le parc national de la Comoé. Cette prescription s'étend également à la zone située à la frontière libérienne, notamment les villes de Tabou, Taï et Grabo, en raison des attaques armées qui s'y produisent occasionnellement.

Conscient de cette situation, l'Etat ivoirien déploie de gros moyens afin d'éradiquer le péril terroriste et toutes les autres formes de criminalité sur le territoire.

Risque de récession économique mondiale

La croissance mondiale devrait chuter de 5,7 % en 2021 à 2,9 % en 2022, soit nettement moins que les 4,1 % prévus en janvier dernier. En outre, la crise inflationniste actuelle, appuyé par les conséquences du conflit en Ukraine, risque de réduire le budget des ménages affecté au tourisme au profit de l'achat de biens de consommation essentielle. Cette situation risque de ralentir la relance du tourisme.

Apparition de nouvelles vagues de Covid-19 dans le monde

Bien que le nombre de cas de Covid-19 soit en réduction, la menace de réapparition de la pandémie plane toujours. C'est donc dans une atmosphère de prudence que redémarre les activités touristiques. Les investissements privés dans le secteur risquent de souffrir de ce climat de méfiance.

QUE RETENIR ?

Aujourd'hui, le secteur du tourisme ivoirien est en pleine renaissance. Avec la réouverture des frontières et l'assouplissement des mesures restrictives, on note une timide reprise des activités touristiques dans le pays. Malgré le choc de la crise sanitaire, les autorités ivoiriennes affichent un optimisme sans faille. L'ambition reste de faire de la Côte d'Ivoire d'ici 2025 la 5e destination touristique africaine. Mais la hausse du niveau d'inflation et le risque de récession économique dans le monde soufflent un vent d'incertitude sur la reprise dans le secteur. En effet, le contexte mondial pourrait considérablement affecter la décision des ménages à allouer une partie de leur revenu au loisir.

La relance du tourisme risque donc de prendre plus de temps qu'on le pense. Toutefois, le potentiel énorme du pays reste un avantage de taille. En outre, le tourisme d'affaire et l'écotourisme sont des leviers sur lesquelles peut compter le secteur pour se recréer. Entre risque d'apparition de nouvelles vagues de Covid-19, crise inflationniste et probable récession économique mondiale, le tourisme ivoirien débute une nouvelle page de son histoire. L'optimisme est permis.

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

INTELLIGENCE ECONOMIQUE

LA DATAVIZ, UN PUISSANT OUTIL D'AIDE A LA PRISE LA DECISION

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

« **Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours.** » Napoléon Bonaparte

Aujourd'hui, la prise de décision au sein des organisations repose de plus en plus sur les données. Cependant, celles-ci sont produites en masse et à une vitesse telle qu'il est parfois difficile pour les utilisateurs de déceler les informations pertinentes qu'elles cachent. C'est à ce niveau qu'intervient la data visualisation (dataviz). Comme son nom l'indique, la dataviz permet de traduire les données brutes collectées par l'entreprise (chiffres, textes) sous un format visuel qui met en exergue les informations clés.

Au sein des services financiers, commerciaux, juridiques, RH ou marketing, la dataviz apporte une vision éclairée sur les données collectées pour une meilleure prise de décisions. Qu'est-ce que la dataviz ? Quels sont ses apports dans le pilotage stratégique des organisations ? Quelle solution de dataviz choisir pour son organisation ? Tour de ces questions dans cet article.

La dataviz, percer le secret des données

La datavisualisation ou plus communément la dataviz est un ensemble de techniques permettant de résumer de manière graphique des données brutes. Elle s'attache à synthétiser de grandes quantités d'information sous un format visuel compréhensible et accessible à tous. Graphiques, courbes, tableaux sont autant de moyens qu'elle utilise pour mieux structurer l'information et la rendre plus perceptible. Ce procédé s'appuie également sur l'ergonomie dans la mise en forme et l'usage des couleurs afin que l'information principale saute aux yeux.

Le but principal de la dataviz est de créer de la valeur à partir des données générées au quotidien par l'organisation. En effet, les masses de données dont disposent les entreprises augmentent de nos jours de manière exponentielle. Celles-ci constituent une mine d'informations dont l'exploitation peut aider à la prise de décision stratégique. En la matière, la dataviz est un outil efficace pour « faire parler les données » afin d'en tirer le meilleur.

Toutefois, il convient de différencier la dataviz de l'infographie. En effet, bien que les deux procédés visent à faciliter la compréhension d'éléments complexes par des visuels, ils diffèrent sur un point fondamental. L'infographie est une image statique. La dataviz, elle, est plutôt interactive. Vous pouvez donc interagir sur les variables pour que les graphismes se mettent à jour en temps réel. Avec la dataviz, l'utilisateur devient l'acteur de ses découvertes basées sur la data. Il a l'opportunité, en activant des filtres et des options, de faire varier la visualisation en fonction de ses besoins.

Les bénéfices de la Dataviz pour l'entreprise

Optimiser la prise de décision stratégique

L'accès en temps réel à une information claire et intelligible est un atout majeur pour prendre de meilleures décisions. C'est l'un des points forts de la dataviz. Cet outil met à la disposition des décideurs, sous un format facile à décrypter, les informations utiles dont ils ont besoin pour étayer leurs prises de décisions. Quel que soit leur niveau d'expertise technique, ceux-ci peuvent s'approprier ces représentations visuelles pour orienter leurs choix stratégiques.

De plus, le gain de temps pour l'entreprise est énorme. Plus besoin de passer des heures à éplucher des bases de données complexes et éparses pour en faire ressortir les indicateurs clés. L'entreprise y gagne en efficacité.

Les plateformes de dataviz ont également le mérite de fournir des données fiables. En effet, les données des entreprises sont souvent éparpillées sur divers supports, ce qui complexifie leur analyse. Les solutions de dataviz permettent d'agréger les données des différents services pour produire des indicateurs consolidés. Ceux-ci peuvent être regroupés dans des dashboards (tableaux de bord) ergonomiques pour faciliter davantage la lecture.

Rendre les données accessibles à tous

A travers la mise à disposition d'éléments visuels clairs et compréhensibles, la dataviz démocratise l'usage des données au sein de l'entreprise. Il n'est désormais plus nécessaire d'avoir des compétences techniques spécifiques pour exploiter les données de l'entreprise et d'en tirer profit. Tous les employés y gagnent.

Améliorer la communication

Les données produites par le service financier de l'entreprise peuvent paraître incompréhensibles pour le service markéting et vice versa. Mais présentées sous format graphique, les choses sont différentes. La diffusion de l'information entre les différents services est plus facile et transparente. Cela participe à une meilleure coordination des équipes. Par ailleurs, la dataviz est un puissant outil de persuasion que ce soit à destination de collaborateurs en interne ou des prospects/clients. En effet, les représentations visuelles sont facilement compréhensibles et plus impactantes auprès d'un auditoire. Rappelons que près de 90% des informations transmises au cerveau sont visuelles et 80% de l'information retenue est également visuelle.

Toutes ces raisons expliquent la notoriété grandissante de la dataviz auprès des organisations.

Quelques solutions de dataviz

Les solutions de datavisualisation se sont multipliées au cours des dernières années, au point qu'il est devenu très difficile de faire un choix. Toutefois, nous vous présentons quelques outils populaires sur le marché.

Power BI

Power BI est la solution de Microsoft. Elle est proposée gratuitement aux acheteurs d'une licence Office 365. C'est une stratégie très intelligente de la part de Microsoft qui entend ainsi faire de Power BI un « langage universel » au sein de l'entreprise au même titre qu'Excel.

Doté d'une interface simple, cet outil permet aux entreprises de se connecter à une variété de sources de données et créer leurs propres graphiques, tableaux de bord et rapports. Il offre également de multiples services et connecteurs logiciels.

Tableau

Tableau software est un des leaders du marché de la business intelligence (BI). Il permet de faire des études de marchés, des projections commerciales, des dashboard... C'est un outil de dataviz particulièrement complet. Tableau supporte plusieurs sources de données telles que MS Excel, Oracle, MS SQL, Google Analytics et SalesForce.

L'avantage majeur de Tableau est sa communauté. L'outil est utilisé par un grand nombre d'utilisateurs engagés dans son développement et son amélioration. Ainsi, Tableau dispose de nombreuses ressources, de tutos et de forums en ligne.

Qliksense

QlikSense est un produit de Qlik, une société également connue pour un autre outil de BI appelé QlikView. Cette solution est particulièrement axée sur l'accessibilité et la mise à disposition d'outils permettant à des non-experts d'accéder aux données et de les visualiser. L'interface utilisateur de QlikSense est optimisée pour l'écran tactile, ce qui en fait un outil très populaire. De l'intégration des données à leur visualisation, il facilite l'analyse et la collecte d'informations depuis différentes sources de données exploitables.

Google Data Studio

Google Data Studio est l'outil de data visualisation de Google. Il s'agit d'un outil gratuit qui permet de centraliser une grande quantité de données sur un tableau de bord (dashboard). Google data studio est l'un des outils de dataviz les plus simples à utiliser. En effet, avec un peu d'entrainement, tout le monde peut produire des tableaux de bord d'un niveau professionnel. Cet outil est donc idéal pour débuter en dataviz.

Enfin, quel que soit l'outil que vous choisirez, rassurez-vous que celui-ci soit facile d'utilisation et qu'il permette de traiter une grande quantité de données issues de diverses sources. Aussi, doit-il être adapté aux besoins et contraintes spécifiques de votre entreprise.

EXPRESSO

ORANGE CÔTE D'IVOIRE BIENTÔT COTÉ À LA BRVM

L'information se fait de plus en plus précise. En effet, ce 03 août 2022, l'Etat ivoirien a adopté en conseil des ministres un décret autorisant la cession en Bourse de 9,95 % de ses parts détenues dans l'actionnariat de l'opérateur de télécoms. Cette décision est un grand pas dans la concrétisation de ce projet qui date de 2017, année de fusion d'Orange CI et Côte d'Ivoire Telecom.

C'est au total 14 990 207 actions, représentant les 9,95% d'actifs publics à céder, qui seront vendues à 9 500 F CFA (14,5 euros) l'unité, a indiqué le porte-parole du gouvernement lors de son point de presse. En outre, 80% de ces actions seront réservées aux personnes physiques et morales de nationalité ivoirienne. Cette mesure a pour objectif de favoriser l'accès des investisseurs locaux à l'épargne par des placements à la BRVM en vue de soutenir l'économie nationale. L'autre subtilité derrière cette disposition est qu'elle permet de réduire les fuites de capitaux que pourrait occasionner cette cession d'actifs publics. Pour rappel, l'Etat ivoirien a déjà recouru au même procédé auprès de la BRVM pour la privatisation des parts étatiques de la SIB et de NSIA Banque Côte d'Ivoire.

Avec cette entrée en bourse, Orange Côte d'Ivoire confirme une fois de plus son hégémonie sur le marché des Télécoms ivoirien. Elle gagne également en notoriété auprès des tiers. Meilleure filiale du groupe français en Afrique, l'entreprise revendique près de 20 millions d'abonnés et un chiffre d'affaires de 119,4 milliards de FCFA sur le premier trimestre 2022.

Aussi, est-il important de noter que l'Etat ivoirien ne quitte pas totalement Orange Côte d'Ivoire. Il conserve sa position au sein de l'entreprise avec 5% du capital, la participation étatique étant initialement de 14,95%.

EXPRESSO

L'INFLATION POURSUIT SA HAUSSE DANS LA ZONE UEMOA

L'inflation, dans la zone de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA), poursuit sa tendance haussière. Selon la dernière note de conjoncture économique de la BCEAO[1], le taux d'inflation est ressorti, en glissement annuel, à 7,5% au mois de juin 2022 contre 6,8 % le mois précédent.

Cette progression du niveau général des prix est essentiellement imputable à la composante «Produits alimentaires » qui a contribué à 5,7 points à l'inflation totale et, dans une moindre mesure, aux fonctions « Logement » et « Transport », qui ont contribué chacune à 0,5 point.

En effet, exprimés en franc CFA, les prix des produits alimentaires importés par les pays de l'UEMOA se sont accrus de 48,7%, tirés par les accroissements des prix du blé (+73,1%), du riz (+44,8%), des huiles (+39,6%) et du sucre (+24,4%).

L'accélération du niveau inflation est un phénomène qui affecte la quasi-totalité des économies de l'UEMOA à l'exception du Bénin. En Côte d'Ivoire, le taux d'inflation en glissement annuel a atteint 5,4% au mois de juin contre 3,5% un mois plus tôt. La situation est d'autant plus inquiétante avec la chute du franc CFA par rapport au dollar, monnaie dans laquelle est libellée la plupart de nos importations.

Dans le souci de favoriser un retour du niveau des prix à un seuil convenable, le Comité de politique monétaire de la BCEAO a décidé, le 1er juin 2022, de relever de 25 points de base les taux directeurs de la banque qui passent désormais à 2,25%. Pour rappel, le principal taux directeur de la Banque Centrale avait été fixé à 2,00%, depuis le 24 juin 2020.

TAUX D'INFLATION DANS LES PAYS DE L'UEMOA AU MOIS DE JUIN 2022[2]

PAYS	TAUX D'INFLATION EN GLISSEMENT ANNUEL
CÔTE D'IVOIRE	5,4%
BÉNIN	-2,6%
BURKINA FASO	17,8%
MALI	9,5%
NIGER	4,7%
SÉNÉGAL	8,9%
GUINÉE BISSAU	8,3%
TOGO	6,8%

SOURCE : BCEAO

[1] Note de conjoncture économique dans le pays du l'UEMOA publiée en juillet 2022
[2] Données juillet-Août indisponibles

Veille
Protection
Influence

Visez juste

Prenez une avance décisive sur vos concurrents

Teligenx

Votre partenaire en Intelligence Economique

FOCUS ECO

Par Aboubacar KAMARA

LE BUSINESS DU HAJJ

Le Hajj ou le pèlerinage à la Mecque est le 5e pilier de l'islam. Tout musulman en possession de moyens financiers et physiques est tenu d'accomplir ce voyage au moins une fois dans sa vie. Pour beaucoup de fidèles, le pèlerinage est le voyage d'une vie. Et ils sont nombreux à épargner de l'argent des années durant afin d'accomplir ce rite sacré.

Chaque année, ce sont plus de 2 millions de fidèles musulmans qui affluent du monde entier en direction du Royaume d'Arabie Saoudite, pays abritant les lieux saints de l'islam. Tous aspirent au pardon et à la miséricorde de « Allah ».

Outre cet aspect religieux, le Hajj cristallise de multiples enjeux politico-économiques dans les pays africains y compris en Côte d'Ivoire. En effet, l'engouement que suscite le pèlerinage musulman et les fortes sommes d'argent qu'il draine ont fini par développer un véritable écosystème autour de son organisation. Qui sont les acteurs clés de l'organisation du Hajj en Côte d'Ivoire ? Quelles sont les différentes offres sur le marché du Hajj ? Quelles sont les perspectives d'évolution de ce marché en Côte d'Ivoire ? Les réponses dans ce Focus Eco.

Hajj 2022, le grand retour du pèlerinage à la Mecque

En 2019, le Hajj et la Oumra (le petit pèlerinage) qui s'effectue tout au long de l'année, ont généré plus de 11 milliards de dollars de revenus dans l'économie Saoudienne.

Source : BBC

Le Hajj 2022 s'est déroulé dans un contexte particulier. En effet, il s'agit de la première édition grand public du Hajj depuis le déclenchement de la crise sanitaire mondiale. Dans la crainte d'une aggravation de la pandémie de coronavirus, les éditions précédentes (2020 et 2021) avaient été restreintes à un nombre limité de Saoudiens et de résidents du royaume. Cette édition test s'est donc déroulée sous fond de prudence. Seulement 1 millions de personnes ont été admis par les autorités saoudiennes au pèlerinage. Et les mesures pour faire partir du voyage étaient des plus strictes :

- Être âgé de moins de 65 ans
- Avoir terminé ses différentes doses de vaccin Covid-19
- Présenter un test PCR négatif issu d'un échantillon prélevé dans les 72 h avant le voyage pour les étrangers

En outre, les quotas attribués à chaque pays ont été revus à la baisse. Ainsi, le quota ivoirien est passé de 9.000 places en 2019 à 4 527 places cette année, soit 3 657 pour le contingent étatique et 870 réservés aux opérateurs privés.

Malgré ces conditions drastiques, c'est avec beaucoup de joie que les musulmans du monde ont accueilli le retour du Hajj.

Organisation du Hajj en Côte d'Ivoire, qui détient les rênes ?

En Côte d'Ivoire, l'organisation du Hajj a connu plusieurs épisodes de 1978, date de création l'Association Musulmane pour l'Organisation du Pèlerinage à La Mecque (AMOP), première structure islamique organisatrice du Hajj, à aujourd'hui. De tout temps, l'Etat a occupé une place centrale dans l'organisation du Hajj arborant selon les périodes la casquette d'« Etat organisateur », d' « Etat facilitateur » ou encore d' « Etat régulateur ». Cependant, l'implication de l'Etat dans le Hajj a longtemps fait débat, les leaders musulmans reprochant souvent une trop forte immixtion des pouvoirs publics dans leurs affaires religieuses ou leur passivité dans certains cas.

En 2002, l'Etat de Côte d'Ivoire s'est résolu à libéraliser totalement l'organisation du Hajj. Toutes structures légalement constituées pouvaient désormais obtenir un agrément pour organiser le pèlerinage. Cette décision a été très mal accueilli par les religieux qui y voyaient une source de désordre. Ces inquiétudes seront confirmées quelques années plus tard par l'échec du « Hajj 2006 Bis ». L'année en question, plus de 2000 pèlerins n'ont pas pu effectuer le voyage bien qu'ils se soient acquittés des frais. Ce scandale poussa l'Etat à se réimpliquer dans l'organisation du Hajj. En 2007, l'option d'« Etat organisateur » est retenue avec le Conseil Supérieur des Imams et des affaires Islamiques (COSIM) comme partenaire unique.

Jusqu'à ce jour, l'Etat fait office d'organisateur du Hajj à travers 3 structures sous tutelle du ministère de l'intérieur et de la sécurité : la Direction Générale des Cultes, un comité de surveillance et le Commissariat du Hajj. Toutefois, dans le souci d'une meilleure coexistence avec les religieux, les modalités de la gestion étatique ont été revues ces dernières années. En effet, le poste de commissaire du Hajj, qui, autrefois était une émanation du ministère de l'intérieur, est désormais dévolu à un Imam. Ce choix vise à redonner aux religieux toute leur place dans l'organisation de leur rite. Et c'est le cas aujourd'hui. Car le commissariat du Hajj est devenu un organe très influent sur l'échiquier de l'organisation. Elle gère de bout en bout tout le processus du Hajj en Côte d'Ivoire, les 2 autres structures ayant des rôles plus consultatifs.

Par ailleurs, plusieurs structures privées sont désormais agréées à organiser le voyage à la Mecque. Cette dernière décision a permis l'émergence d'un secteur privée qui tente de se repositionner sur le marché. Il s'agit essentiellement d'agences de voyage qui ont développé des offres de tourisme religieux islamique (Hajj, Oumra, etc.) afin de saisir l'opportunité. En 2019, elles étaient 23 agences privées agréées à participer au pèlerinage. SOTRA Tourisme, Wague Voyage, Houda Voyage, Yunus Voyage sont quelques agences phares sur le marché. Pour cette année 2022, seulement 10 agences privées ont pu obtenir un agrément compte tenu de la restriction des effectifs.

Les offres sur le marché du Hajj ivoirien

L'Etat, organisateur du Hajj, est celui qui fixe le prix officiel chaque année. Celui-ci tient compte de l'évolution des prix des prestations de services de base (voyages, hébergement, etc.) et des autres charges en Arabie Saoudite. Depuis 2013, le coût du Hajj en Côte d'Ivoire est fixé à 2 millions de F CFA en hausse de 500 000 F CFA par rapport aux années précédentes. Ce tarif représente le coût des services de base : billet d'avion aller-retour, hébergement, restauration, transport en terre sainte, tenues, etc. Le pèlerin doit également s'acquitter de 161 000 F CFA de frais annexes comprenant 51 000 F CFA pour les frais de visa, 17 000 F CFA pour les frais d'assurance saoudienne, 2 000 F CFA pour cinq litres de « zamzam » (eau bénite), 6000 F CFA pour les « ziyaras » (visite) à Médine et à la Mecque et 85 000 F CFA pour le sacrifice de mouton.

Du côté des agences privées, la fixation du prix est laissée à l'appréciation de l'opérateur selon la qualité du service qu'il propose. Ainsi, on distingue deux types d'offre dans la sphère privée :

- Le Hajj standard à partir de 2,9 millions de F CFA (prix 2019)
- Le hajj VIP à partir de 7 millions de F CFA (prix 2019). Cette offre, adressée à un public aisée, a pour spécificité des hôtels de haut standing situés à proximité des lieux de cultes, des effectifs réduits par chambre (2 personnes), un encadrement optimal, etc.

Toutefois, pour cette année de reprise, on a enregistré une flambée des prix dans la plupart des pays, une hausse justifiée par une augmentation du prix du billet d'avion et des autres frais en terre saoudienne. L'Etat ivoirien, pour sa part, a décidé de maintenir le coût du Hajj inchangé. Selon certains spécialistes, sans l'appui de l'Etat, le Hajj ivoirien coûterait environ 4 millions avec pour conséquence l'exigence du différentiel de prix au pèlerin.

Du côté des opérateurs privés, la situation est différente. Tous les prix ont été revus à la hausse. Ainsi, le Hajj standard était accessible à partir de 4,1 millions dans certaines agences tandis que le Hajj VIP affichait 9 millions FCFA auprès de la SOTRA Tourisme, seul opérateur sur ce segment cette année. Toutefois, cette hausse des coûts n'a pu avoir raison du désir des fidèles musulmans d'accomplir le pèlerinage. La SOTRA Tourisme, par exemple, a enregistré 72 pèlerins cette année.

Par ailleurs, il faut noter que le Hajj Ivoirien reste le plus abordable dans la sous-région.

Prix officiel du Hajj dans quelques pays de l'UEMOA

PAYS	COÛT HAJJ 2019 (FCFA)	COÛT HAJJ 2022 (FCFA)
CÔTE D'IVOIRE	2.000.000	2.000.000
MALI	2 363 615	3 982 065
BURKINA FASO	2 132 000	3 047 000
SÉNÉGAL	2 600 000	4 540 000
NIGER	2 306 000	3 281 075
BÉNIN	2 300 000	3 400 000

NB : Il s'agit du prix fixé par l'Etat dans chaque pays sans les frais annexes

Les perspectives d'évolution du marché du Hajj

Le Hajj ivoirien est l'un des plus centralisé de la sous-région. Cela a ses avantages car le professionnalisme ivoirien est reconnu chaque année par les autorités saoudiennes. Toutefois, cette organisation empêche l'éclosion d'un secteur privée dynamique. Dans d'autres pays, bien que l'Etat soit l'organisation principal du Hajj, la majorité des pèlerins voire l'intégralité sont acheminés par des voyagistes privés.

En Côte d'Ivoire, la place des opérateurs privés dans le Hajj est encore marginale. En effet, le quota qu'on leur attribue est le plus bas de la sous-région. Avant la crise sanitaire, les opérateurs privés bénéficiaient de 30 % du quota national contre 90% au Mali, 85% au Sénégal et 100% au Burkina Faso et au Niger. Cette année, leur part a été de 19 % dans le quota réduit attribué au pays.

Il est clair que le Hajj ivoirien ne sera pas libéralisé de sitôt. Le souvenir de l'échec de 2006 n'est pas si lointain. Les opérateurs privés devront, pour leur part, travailler davantage pour convaincre de leur professionnalisme. Car bien bien que certains voyagistes privés se démarquent du lot par la qualité de leur organisation, le secteur regorge encore d'agences peu expérimentées. Toutefois, une rétrocession future de l'organisation du Hajj au privé doit rester à l'agenda des pouvoirs publics. Et cela doit se préparer par des actions concrètes visant à responsabiliser davantage les opérateurs privés.

DECRYPAGE

Par la rédaction

CE QU'IL FAUT SAVOIR SUR LA TAÏWAN

Vue de Taipei, capitale de la Taïwan

Menacée d'invasion par la Chine, Taïwan est sous le coup des projecteurs depuis la visite de la présidente de la Chambre des représentants américaine, Nancy Pelosi. Quelle est cette île qui cristallise autant d'enjeux géopolitiques ? Le Felis vous donne quelques éléments de réponses.

Taïwan ou République de Chine

A la fin de la guerre civile chinoise en 1949, les communistes victorieux de Mao Zedong établissent à Pékin la République populaire de Chine. La province de Taïwan devient le refuge des nationalistes déchus du Kuomintang emmenés par Tchang Kaï-chek. Taïwan devient de facto la continuité de la première République de Chine. Dès lors, il s'installe un état de guerre entre les deux territoires qui espèrent se reconquérir l'un l'autre.

Pendant de nombreuses années, Taipei a été considéré comme le représentant officiel de la Chine, jusqu'à ce que les Nations unies basculent vers Pékin en 1971. D'autres pays et organismes internationaux vont lui emboîter le pas. La Chine venait de remporter une grande victoire.

A partir de 1991, le gouvernement Taïwanais lève l'Etat d'urgence sur son territoire et amorce une phase de rapprochement avec le pouvoir de Pékin. L'île s'ouvre peu à peu à la démocratie. Ses ambitions de reconquête s'estompent, mais son statut juridique reste flou. Aujourd'hui, elle possède sa propre constitution et élit démocratiquement ses dirigeants, sans pour autant être indépendante.

Pékin considère toujours Taïwan comme une partie de son territoire, susceptible d'être reprise par la force en cas de proclamation d'indépendance.

Des relations internationales complexes

Taïwan est un « pays » original en ce sens qu'il est considéré par la communauté internationale comme une province chinoise (il ne siège pas à l'ONU) alors que, dans les faits, il possède tous les attributs d'un Etat souverain (armée, justice, monnaie...) et n'applique pas les lois de Pékin. Taipei dispose même de représentants diplomatiques dans plusieurs pays dont la France.

A ce jour, l'indépendance de Taïwan n'est reconnue que par 14 pays dans le monde. Il s'agit essentiellement de nations pauvres d'Amérique latine et du Pacifique (Belize, Salvador, Guatemala, Haïti, etc.). Le Vatican reste le dernier en Europe à reconnaitre la légitimité Taïwanaise.

Pour la plupart des États, le gouvernement taïwanais est un représentant du peuple chinois et non un État indépendant de la Chine.

Les Etats Unis, pour leur part, maintiennent une position ambiguë sur ce dossier. Washington a rompu en 1979 ses relations diplomatiques avec Taipei, reconnaissant Pékin comme le seul représentant de la Chine. Il reste toutefois leur premier allié et leur principal fournisseur d'armes. Les Etats Unis s'engagent même à défendre l'île en cas d'attaque chinoise.

Puissance économique d'Asie

Taïwan est la 6e économie d'Asie et la 21e au niveau mondial. Avec une économie capitaliste dynamique, elle fait partie des « 4 dragons » asiatiques[1] , avec Singapour, Hong-Kong et la Corée du Sud.

En 2019, le PIB de Taïwan a augmenté de 2,9%, soit une croissance beaucoup plus soutenue que Hong Kong, Singapour, la Corée du Sud ou le Japon. Malgré la situation de crise sanitaire, Taïwan a enregistré une croissance du PIB de 3,1 % en 2020, l'un des meilleurs résultats au monde.

Les principaux secteurs de l'économie Taïwanaise sont les services et l'industrie qui contribuent respectivement à 62 % et 36% au PIB. Mais pour être plus précis, l'économie est tirée par les exportations notamment de produits technologiques (composants et appareils électroniques, semi-conducteurs, etc.). Les principaux partenaires commerciaux de l'ile sont la Chine, les Etats Unis, le Japon et la Corée du Sud. En 2021, la Chine continentale (y compris Hong Kong) a été la première destination des exportations de Taïwan avec près de 43% des produits exportés.

Géant de l'électronique

Si Taïwan est aussi convoitée, c'est surtout pour son industrie électronique notamment celui des semi-conducteurs ou puces électroniques. Ces composants de petite taille sont à la base de tous les produits électroniques. Smartphones, ordinateurs, voitures électriques, appareils médicaux..., ces petites puces sont utilisées partout. Et Taïwan, avec le géant TSMC (Taiwan Semiconductor Manufacturing Company), leader mondial de la fonderie de semi-conducteurs, produit plus de la moitié des semi-conducteurs utilisés dans le monde.

L'île compte également d'autres acteurs majeurs tels que Foxconn, le plus grand assembleur mondial d'appareils électroniques, qui produit entre autres les iPhones de l'Américain Apple et des appareils pour le Chinois Huawei ; ASE, leader mondial dans les tests et assemblages de semi-conducteurs ou encore Media Tek, No1 mondial dans le développement de systèmes sur puce pour les appareils mobiles.

Vous comprenez mieux qu'elles pourraient être les conséquences d'un conflit en Taïwan. C'est tous les secteurs de l'économie mondiale qui risquent d'être ralenti.

[1] Il s'agit des 4 pays d'Asie ayant connu un développement économique exceptionnelle dans la deuxième moitié du XXe siècle (1960-1990)

TUTO

REUSSIR UNE PRESENTATION PROFESSIONELLE

Par Laciné DIABY

Chose promise, chose due. Découvrez la deuxième partie du Tuto « Réussir une présentation professionnelle ». Pour ce mois-ci, nous vous expliquons comment réussir votre présentation et épater votre public le jour J.

PARTIE 2 : LE JOUR J, JOUEZ A L'ACTEUR

Bien qu'il existe de nombreuses philosophies sur la façon de faire une présentation, il y a quelques compétences simples que vous pouvez apprendre pour donner d'excellentes présentations, quel que soit votre style préféré. Il peut être utile de vous fixer des objectifs spécifiques pour vous améliorer au fil du temps. Beaucoup de gens passent toute leur vie à travailler pour être un bon orateur, alors soyez patient et permettez-vous de commettre des erreurs.

Ici nous présenterons 8 attitudes à avoir pour améliorer votre prochaine présentation :

- Commencez fort et racontez des histoires.
- Montrez de l'enthousiasme.
- Trouvez un mentor ou imitez d'autres figures inspirantes.
- Tirez parti du langage corporel, des expressions faciales et du contact visuel.
- Utilisez des visuels.
- Soutenez votre public.
- Utilisez votre voix.
- Détendez-vous et amusez-vous.

Commencez fort et racontez des histoires

Pour capter l'attention de votre auditoire tout au long de la présentation, il peut être utile de créer un début solide et engageant. Quelle que soit la façon dont vous décidez de commencer votre présentation, assurez-vous qu'elle est pertinente pour votre présentation et qu'elle soutient le message principal dont vous voulez que votre public se souvienne à la fin. Voici quelques façons de procéder :

- Présentez une question, un problème ou une anecdote intéressante.
- Citez une personne influente ou intéressante.
- Partagez une histoire qui mène au sujet principal de votre présentation.
- Affichez une statistique, un graphique ou une image intéressante.
- Lancez une brève vidéo qui prépare votre présentation.
- Faites une déclaration qui suscite la curiosité ou choque le public.

Raconter des histoires est un bon moyen de rendre les concepts, les idées ou les informations que vous présentez pertinents. Cela ajoute du contexte et aide le public à comprendre et à se connecter plus profondément à votre présentation. Encore une fois, ne racontez que des histoires qui amélioreront et soutiendront vos idées principales.

Montrez de l'enthousiasme

Montrez votre intérêt et votre enthousiasme pour le sujet ou les informations que vous présentez engagera et captera l'attention du public. Les gens aiment écouter les gens qui sont vraiment enthousiastes à l'idée de partager leurs connaissances avec les autres.

Trouvez un mentor ou imitez d'autres figures inspirantes

Bien que vous deviez certainement développer et afficher votre propre personnalité parlante, il peut être utile d'apprendre d'autres grands orateurs. Cherchez quelqu'un dans votre entreprise qui, selon vous, est un excellent présentateur et demandez-lui d'être votre mentor. Soyez clair sur vos objectifs et sur ce que vous espérez retirer de la relation.

En outre, il existe une quantité presque infinie de vidéos, de cours et d'autres ressources en ligne dédiées à l'amélioration des compétences de présentation. Prenez le temps d'étudier d'autres présentations et imitez les qualités que vous trouvez efficaces.

Tirez parti du langage corporel, des expressions faciales et du contact visuel

Bien que le contenu écrit et verbal de votre présentation soit certainement important, vos communications non verbales devraient aider à soutenir les informations que vous partagez :

Déplacez-vous calmement autour de la scène ou de l'étage où vous présentez au lieu de rester au même endroit. Faites en sorte que vos mouvements soient fluides avec la présentation au lieu d'être distrayants. Évitez si possible de vous placer derrière un podium ou une table.

Établissez un contact visuel avec le public pour que votre présentation soit personnelle et conversationnelle. Utilisez des gestes et des expressions faciales pour soutenir les moments où vous expliquez un concept ou montrez votre enthousiasme pour un sujet.

Tenez-vous droit, les épaules en arrière et les bras dépliés pour montrer votre confiance et faire en sorte que le public se sente le bienvenu dans votre présentation.

Utilisez des visuels

Si un concept peut être soutenu ou plus facilement expliqué avec une aide visuelle, utilisez-le dans votre présentation. Bien que vous ayez probablement des diapositives qui soutiendront visuellement votre présentation, il peut également être utile d'avoir des infographies, des graphiques, des photographies, des vidéos, des dessins ou des rendus. Si cela rend les choses difficiles ou plus complexes de quelque manière que ce soit, essayez de garder votre présentation simple et accessible.

Soutenez votre public

Soyez attentif aux besoins de l'auditoire en demandant « Qu'est-ce qui rendrait cette expérience d'apprentissage la plus agréable et la plus efficace possible ? » Cela peut signifier expliquer plus en détail un concept difficile, se déplacer sur scène ou inviter votre public à participer d'une manière ou d'une autre.

Assurez-vous d'être honnête et authentique tout au long de votre présentation, en vous connectant et en discutant avec votre public. Vous devriez toujours parler « à » votre auditoire plutôt que « à » lui.

Utilisez votre voix

Une façon de soutenir votre auditoire est d'utiliser une voix forte. Il est important de ne pas forcer votre auditoire à vous entendre ou à ne pas prêter attention à un haut-parleur trop fort.
Comme nous l'avons mentionné dans la première partie, un bon moyen de tester votre volume consiste à pratiquer votre présentation dans l'espace au préalable avec des amis ou des collègues de confiance qui peuvent fournir des commentaires sur votre voix. Si vous avez du mal à maintenir un ton confiant et calme à un bon volume, envisagez d'utiliser un microphone quelconque. Assurez-vous de tester le microphone et la technologie associée au préalable.

Détendez-vous et amusez-vous

Créer et présenter des informations à une, plusieurs ou un grand groupe de personnes est un énorme accomplissement. Amusez-vous pendant le processus, cela améliorera votre présentation. Si vous vous sentez anxieux au préalable, placez vos pieds à la largeur des épaules avec les poings sur les hanches, le menton haut et un doux sourire. Cela augmente la confiance et réduit les nerfs. Prenez plusieurs respirations profondes.

Après votre présentation, récompensez-vous d'une manière significative. Soyez fier de votre accomplissement et, lorsque vous êtes prêt, demandez des commentaires honnêtes pour rendre votre prochaine présentation encore meilleure.

BOITE À OUTILS

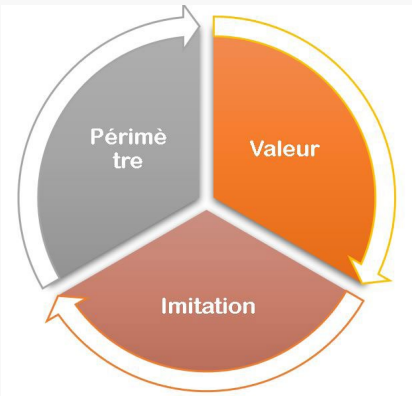
LE MODÈLE VIP

Par Laciné DIABY

Pour une entreprise, la stratégie consiste à choisir ses activités et à allouer ses ressources de manière à atteindre un niveau de performance durablement supérieur à celui de ses concurrents dans ces activités, dans le but de créer de la valeur pour ses actionnaires[1].

Proposer par Frédéric Fréry, le modèle VIP est un outil de diagnostic stratégique. Cet outil synthétise les caractéristiques distinctives de l'entreprise permettant les décisions stratégiques à travers trois dimensions :

VALEUR, L'IMITATION, LE PÉRIMÈTRE



De façon pratique, avant d'établir une stratégie à long terme, l'organisation doit être en mesure de répondre à trois questions fondamentales à savoir :

1. **Sur quel modèle économique de création de Valeur la performance de l'entreprise est-elle bâtie ?**

2. **Dans l'optique d'avoir un avantage concurrentiel sur le long terme, quel mécanisme peut être mis en place pour éviter l'Imitation de notre modèle économique de création de valeur ?**

3. **Vers quel périmètre orienter le modèle économique ?**

[1] STRATEGOR, Laurence LEHMANN-ORTEGA et all, 7e édition

Le V pour Valeur

La stratégie consiste à définir un système de valeur. C'est-à-dire un modèle économique qui permet de générer de la valeur de manière à obtenir un profit. Dans le modèle VIP, le V représente la valeur, le modèle économique ou la chaine de valeur qui permet de générer un profit au-delà des coûts.

Pour élaborer le modèle économique, il est pratique de construire une chaîne de valeur, de faire ressortir ses forces face à la concurrence et ses limites dans l'industrie afin de trouver les facteurs clés de succès.

Ici, il s'agira de réfléchir à un mécanisme qui permettra de vendre un produit à un prix supérieur aux coûts afin de générer du profit. Il faudra aussi savoir quel est la particularité de votre offre, ce qui la rend unique. Aussi, s'agira-t-il de définir les sources de votre chiffre d'affaires. A cette étape, l'entreprise devrait être en mesure de faire ressortir clairement la chaine de valeur de son activité.

Le I pour imitation

Un modèle économique qui peut être facilement copier réduira le taux de profit de l'entreprise et sa capacité à maintenir un avantage comparatif. La solidité du modèle économique repose donc sur la capacité de résistance à l'imitation de l'entreprise.
La capacité de résistance à l'imitation peut être le fait de détenir une ressource[2] particulière que les autres n'ont pas. Celle-ci peut provenir également l'innovation. En effet, innover permet de garder un avantage comparatif.

Le P de périmètre

Sur quel périmètre sera développer ce modèle de création de valeur qui résiste à l'imitation ? Sur quel marché ? Dans quel pays ? Qu'est-ce que vous allez internaliser et externaliser ? Ici on retrouve aussi la notion d'allocation des ressources. Définir son périmètre, c'est aussi décider de là où on n'ira pas. Délimiter le périmètre d'activité se fait à l'issue d'une démarche de segmentation par l'identification de groupes stratégiques et l'analyse de la valeur au sein de votre filière.

Bien qu'étant défini à long terme et ayant une importance majeure pour le développement de l'entreprise, l'essentiel de la stratégie d'une entreprise peut être résumé par le modèle VIP : quel modèle de création de valeur ? quelle résistance à l'imitation ? Et sur quel périmètre ?

Par-delà les dimensions fondamentales du modèle VIP, la stratégie diffère selon le contexte organisationnel. Par exemple, il faudra tenir compte du type d'entreprise, du secteur d'activités, etc. dans l'utilisation de cet outil.

[2] Technologie, ressources humaine, matière première, etc.

GUIDE BUSINESS

JUDITH KOUASSI,
DIRECTEUR DES OPÉRATIONS DE ALTERNATIVE INVEST

CRÉER UNE AGENCE DE VOYAGE EN CÔTE D'IVOIRE

Les agences ou bureaux de voyage sont sous la tutelle du Ministère du Tourisme. Elles ont pour missions de fournir des services liés aux voyages et au tourisme. A l'instar de tous les pays, les agences de voyage en Côte d'Ivoire doivent être agréées et obtenir une Licence pour exercer légalement leurs activités. Le processus de création d'une agence de voyage en Côte d'Ivoire peut être scindé en trois (3) étapes.

Etape 1 : Création d'une personnalité juridique

La première étape dans notre parcours de création d'une agence de voyage en Côte d'Ivoire débute par la création d'une personnalité juridique. Cette démarche se fait au niveau du **CEPICI** . Avec les différentes réformes mise en œuvre pour faciliter la création d'entreprise, cette étape peut être franchi en 2 jours. Pour plus d'informations, visitez la plateforme **www.225invest.ci.**

Vous pouvez également vous faire assister dans vos démarches par des tiers. En effet, certains cabinets spécialisés accompagnent les entreprises dans leur processus de création. A ce niveau les prix varient en fonction des cabinets et du type d'entreprises à créer. *Alternative Invest*[1] ,par exemple, facture ce service à 100 000 XOF.

Etape 2 : La demande d'agrément professionnel

Après avoir terminé les formalités de création d'entreprise, il faudra obtenir un agrément auprès du Ministère en charge du tourisme. Cette démarche se fait en ligne sur la plateforme **SERVICEPUBLIC.GOUV.CI** qui est le portail de l'Administration ivoirienne dédié aux démarches administratives. Vous trouverez sur le site la liste des pièces à fournir ainsi que toutes les informations complémentaires. La demande coûte 200 000 XOF et le délai de réponse est de 21 jours.

Etape 3 : La demande d'une licence d'exploitation pour agences ou bureaux de voyage

La troisième et dernière étape consiste à obtenir une licence d'exploitation. Celle-ci est accessible aux bénéficiaires de l'agrément professionnel en cours de validité (3 mois). La demande de licence coûte 500 000 XOF et peut être effectuer en ligne sur le portail de l'administration ivoirienne.

Une fois ces trois étapes franchies, votre agence de voyage est créée. Et vous pouvez exercer en toute sérénité en Côte d'Ivoire. Par ailleurs, vous pourrez vous rapprocher de l'APV Côte d'Ivoire (Association des Professionnels du Voyage de Côte d'Ivoire) en vue de bénéficier de conseils pour mieux orienter vos activités.

[1] Alternative Invest est une entreprise ivoirienne spécialisée dans l'accompagnement des porteurs de projets (création d'entreprises, recherches de financements, etc.)

FICHE MÉTIER

DRH DANS L'HÔTELLERIE

Interview avec Mme Alima TOURE,
Directrice Ressources Humaines Groupe chez Teyliom Group

1. En quoi consiste la fonction de DRH dans l'hôtellerie ?

Le DRH d'un hôtel joue avant tout le même rôle que tout DRH de toute entreprise. Il définit la stratégie de gestion des ressources humaines en lien avec la stratégie globale de l'entreprise et veille à sa mise en œuvre. Il est chargé d'assurer la pérennité des activités de l'entreprise en mettant à la disposition des différentes directions les moyens humains nécessaires à la réalisation des objectifs de l'entreprise. Il veille donc à l'acquisition de talents en adéquation avec les besoins et la culture de l'entreprise, s'assure de leur bien-être, leur développement et leur évolution au sein de l'entreprise, dans le respect des dispositions légales et règlementaires en vigueurs ainsi que les procédures définies.

Attirer les nouveaux talents, retenir les collaborateurs internes et les fidéliser fait partie des responsabilités du DRH. Dès lors, la satisfaction des collaborateurs et le rayonnement de la marque employeur deviennent des leviers importants dans le pilotage des RH.

Être DRH dans un hôtel c'est offrir à chaque collaborateur, aux travers de nos politiques RH, un parcours et une expérience collaborateur hors norme. Il n'est plus à démontrer que la performance d'une entreprise passe par la satisfaction de ses collaborateurs. Cela prend tout son sens dans la gestion des ressources humaines d'un hôtel. En effet, la qualité du service au client dépend de la qualité de l'expérience que l'on fait vivre au collaborateur au sein de l'entreprise. Dans un hôtel, la gestion des ressources humaine est fortement axée sur l'humain. En créant un lien humain avec nos collaborateurs, ils créeront à leur tour ce rapport émotionnel avec les clients.

2. Pouvez-vous nous décrire la journée type d'un DRH dans l'hôtellerie ?

Lorsque j'étais DRH d'hôtel, ma journée démarrait par un briefing au sein de mon département afin de m'assurer que tous les services dédiés aux collaborateurs fonctionnent correctement. Je m'assurais donc de la disponibilité d'uniformes propres pour

l'ensemble des collaborateurs et de la propreté des espaces collaborateurs (vestiaires, restaurant du personnel, salle de repos etc...)

Ensuite je faisais un tour dans l'ensemble des services opérationnels de l'hôtel pour n'assurer que tous les collaborateurs avaient la bonne apparence et la bonne attitude exigées par nos standards pour délivrer le service attendu au client.

Après quoi je participais au « morning briefing » de l'hôtel qui est une réunion destinée aux managers de l'hôtel qui permet à tous les responsables de départements d'être au même niveau d'information concernant les activités de l'hôtel et la gestion de la relation client, de façon journalière. En tant que DRH, ma participation à cette réunion me permettait non seulement d'être en ligne avec les objectifs de l'entreprise mais aussi d'identifier les collaborateurs à féliciter pour leurs actions et performances exceptionnelles et ceux à mettre à niveau pour leurs insuffisances.

Enfin, je me retrouvais dans mon bureau pour la gestion des affaires courantes et le pilotage des activités RH. Une bonne partie de mon temps était accordée à l'écoute des collaborateurs pour les situations de toutes natures. Je suis adepte du management de la porte ouverte. C'est une pratique fondamentale dans la gestion des ressources humaines d'un hôtel.

3. Quels types de formation permettent d'accéder au métier ?

Nous avons aujourd'hui plusieurs diplômes supérieurs en management des ressources humaines qui permettent d'accéder à la fonction. En plus de ces formations spécifiques, une formation supérieure en droit, psychologie ou sociologie du travail sans être exhaustifs permettent également d'accéder à la fonction.

Il est également possible d'accéder à la fonction au travers d'évolution interne, en évoluant dans la fonction et en développant ses compétences.

4. Quelles sont les qualités requises pour être DRH dans l'hôtellerie ? (Compétences professionnelles et qualités personnelles) ?

La première qualité est le **sens de l'écoute.** Être à l'écoute des collaborateurs leur permet de déployer leur potentiel et être à leur tour à l'écoute des clients. Il est donc important de pratiquer un management à visage humain.

Pour être DRH dans un hôtel, il faut également avoir du **leadership** c'est-à-dire inspirer confiance et être un modèle pour les collaborateurs. Un bon DRH doit promouvoir et incarner les valeurs de l'hôtels car les valeurs définissent les comportements attendus de chaque collaborateur et donnent du sens à nos actions.

Un DRH d'un hôtel doit avoir une bonne **capacité à anticiper les besoins** de l'entreprise en compétences et à accompagner les changements.

Il doit faire preuve de **discrétion** professionnelle, car il a accès à des informations confidentielles sur l'entreprise et les salariés.

En termes de compétence, une bonne base en législation du travail est nécessaire de même qu'une maîtrise des processus RH. La maîtrise de l'Anglais est atout pour le poste.

5. Quel a été votre parcours pour intégrer cette fonction ?

Je suis titulaire d'une maitrise de droit privé et d'un DESS en Doit des Affaires obtenus à l'université Félix Houphouët Boigny de Cocody. J'ai également suivi plusieurs formations certifiantes en ressources humaines, en Management et en développement personnel.

J'ai démarré ma carrière au sein d'une grande entreprise de la place évoluant dans le secteur des télécommunications où j'ai passé les 10 premières années de ma carrière en tant que Responsable des Recrutements puis Responsables de la règlementation du travail. Cette première expérience m'a permis de développer mes compétences en acquisition de talents et en gestion de la relation sociale. Pendant ces 10 ans, j'ai également été initiée à la gestion des emplois et des compétences et à la gestion de la performance.

J'ai ensuite intégré un Groupe panafricain spécialisé dans la fourniture de solutions Internet en qualité de DRH Groupe où je supervisais la gestion des RH de plusieurs filiales présentes dans 13 pays d'Afrique, en plus du volet juridique. J'étais également en charge de la définition de la politique RH et de sa mise en œuvre. J'y ai passé 4 années.

C'est de là que j'ai atterri dans le secteur de l'hôtellerie, en qualité de DRH de la marque luxe d'un grand groupe hôtelier présent en CI. Pendant 6 ans, j'ai découvert le passionnant métier de l'hôtellerie et mes qualités personnelles et les compétences développées au cours de mes précédentes expériences professionnelles m'ont aidé à m'adapter rapidement à cet environnement.

J'ai souhaité par la suite mettre mon expertise et mon expérience au service d'un Groupe panafricain en phase de développement dans le secteur hôtelier. C'est ainsi que j'ai rejoint le Groupe Mangalis, pôle hôtelier du Groupe Teyliom, en tant que DRH Groupe avec en charge la supervision des hôtels du groupe sur les aspects RH.

A ce jour, je suis DRH du Groupe Teyliom, présent dans plusieurs secteurs d'activités dont Mangalis représente le pôle hôtelier.

6. Quel est le salaire moyen d'un DRH d'hôtel ?

Tout dépend de la taille de la structure et du segment sur lequel il opère.

7. Quelles sont les perspectives d'évolution dans le métier ?

Le DRH d'un hôtel peut évoluer vers un poste de DRH Groupe dans tout secteur d'activité. Il peut également évoluer vers un poste de directeur général d'une entreprise ou de consultant senior au sein d'un cabinet-conseil RH ou dans une agence de communication RH.

Merci madame d'avoir accepté de répondre à nos questions.

VOCABGENX

LA DETTE SOUVERAINE

Par Ulrich DAGBAUD

Qu'est-ce qu'une dette souveraine ?

La dette souveraine est une dette émise et/ou garantie par un émetteur souverain. En d'autres termes, cette dette est émise par un Etat ou une Banque Centrale. Elle se matérialise par l'émission d'obligations.

L'OCEDE définit, quant à elle, une dette souveraine comme étant *« la somme des catégories de passif suivantes (selon le cas) : devises et dépôts ; titres de créance, prêts ; assurances, pensions et systèmes de garantie normalisés, et autres comptes créditeurs. Les variations de la dette publique au fil du temps reflètent principalement l'impact des déficits publics passés ».*

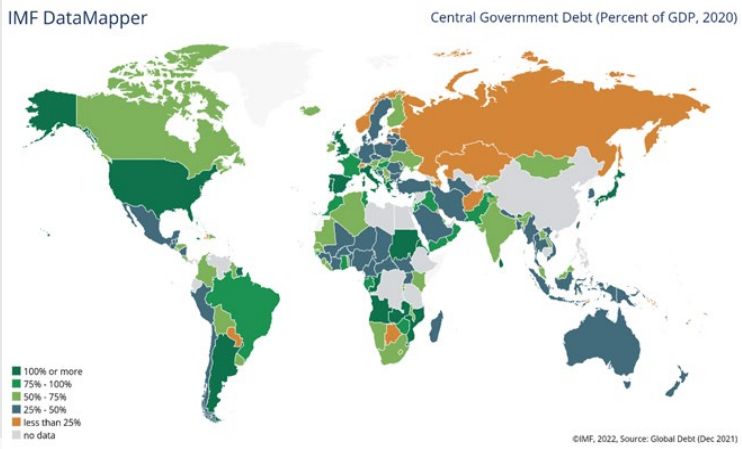
Dans le domaine public, même si la dette souveraine est la dette de l'Etat, elle est différente de la dette publique. La dette publique concerne l'ensemble des engagements financiers pris sous forme d'emprunts par l'Etat, les collectivités publiques et les organismes qui en dépendent directement.

Evaluation de la dette souveraine

Le niveau de risque de la dette est évalué en fonction de la qualité de l'émetteur. Elle peut être plus ou moins sûre en s'appuyant sur la note du pays émise par une agence de notation financière sur sa capacité de remboursement. De plus, la capacité de remboursement de cette dette est liée à la capacité fiscale de l'Etat, ses performances économiques et sa gestion budgétaire. Ces éléments sont essentiels dans l'établissement de la notation de la dette souveraine. Aussi, il faut être en mesure de prévoir l'évolution des engagements et établir des hypothèses quant à l'évolution des taux d'intérêt, des taux de change et des revenus.

Gestion et soutenabilité de la dette souveraine

Le ratio endettement/PIB est l'une des bases d'appréciation de la dette souveraine. Ce ratio est un indicateur phare des discours sur la dette de l'Etat et plus généralement sur la bonne gestion des finances publiques. A l'échelle international, le pays ayant le ratio le plus élevé est le Soudan avec une ratio de 272,92 suivit par la Grèce avec un ratio de 225,54. La Côte d'Ivoire a un ratio relativement faible de 47,74.



Un ratio élevé laisse présager une insolvabilité de l'Etat et suscite beaucoup de commentaires dans les médias. Une dette souveraine ou publique trop élevé représente un danger pour l'économie. Quelle serait le ratio idéal pour ne pas craindre une insolvabilité de l'Etat ? Selon le FMI, la dette publique est soutenable *"si elle satisfait à la contrainte de budget en valeur actuelle [c'est-à-dire de solvabilité] sans correction majeure de l'équilibre des recettes et des dépenses compte tenu des coûts de financement auxquels elle est confrontée sur le marché".* La dette souveraine faisant partie de la dette publique, cette définition est aussi valable pour elle.

Il n'existe donc ni niveau déterminé ni unique du ratio caractéristique d'une situation d'insoutenabilité. Il n'y a pas non plus de ratio d'endettement public optimal. Le plus important ici, c'est la capacité du pays à faire face à ses engagements. Cela signifie que le l'emprunteur devra être en mesure d'assurer son service, sauf en cas de forte correction du solde de ses revenus et dépenses. Dès lors, la dette devient insoutenable lorsque celle-ci s'accumule à un rythme tel que l'emprunteur n'a plus la capacité d'en assurer le service[1] (Sandrine Levasseur et Christine Rifflart (2003)).

[1] Le service de la dette est le montant payer pour une période donnée par un emprunteur pour rémunérer les prêteurs (idem pour payer les intérêts) et rembourser la part du principal venant à échéant

Que se passe-t-il lorsque la dette souveraine devient insoutenable ?

Lorsque l'Etat ou la Banque centrale déclare qu'il n'est pas en mesure d'assurer les services de la dette, une procédure de restructuration débute. Dans cette procédure, interviennent le Pays, le FMI et les créanciers regroupés au sein des Clubs de Paris et de Londres

Le processus est le suivant :

1- L'emprunteur devra montrer qu'il n'est plus en mesure d'assurer les services de la dette et exiger son allègement pour initier une demande de restructuration ou de suspension du service de la dette.

2- Le pays devra négocier tout d'abord avec le FMI un accord de financement, conditionné à la mise en place d'un programme d'ajustement.
Exemple : Programme d'Ajustement Structurel (PAS) des années 90

3- Le pays devra ensuite négocier avec le Club de Paris, qui regroupe de façon informelle les créanciers publics bilatéraux

A cette étape, lorsqu'un accord est trouvé, le Club de Paris accepte de rééchelonner les dettes du secteur public à moyen et long terme ayant été accordées avant une date butoir définie par le Club.

4. Dernière étape pour la restructuration d'une dette souveraine, la rencontre avec les créanciers bancaires privés au sein du Club de Londres. Les discutions avec cette structure sont aussi informelles que les précédentes

Au terme de ce parcours et dans l'hypothèse où la solvabilité de l'État est, après restructuration, jugée satisfaisante, le FMI confirme son accord.

Sources : www.clubdeparis.org

Enical Technologies

Innovation that changes your world

Nous faisons parler vos données

BUSINESS INTELLIGENCE - DATA SCIENCE

GOUVERNANCE DE DONNÉES - DATAWAREHOUSE