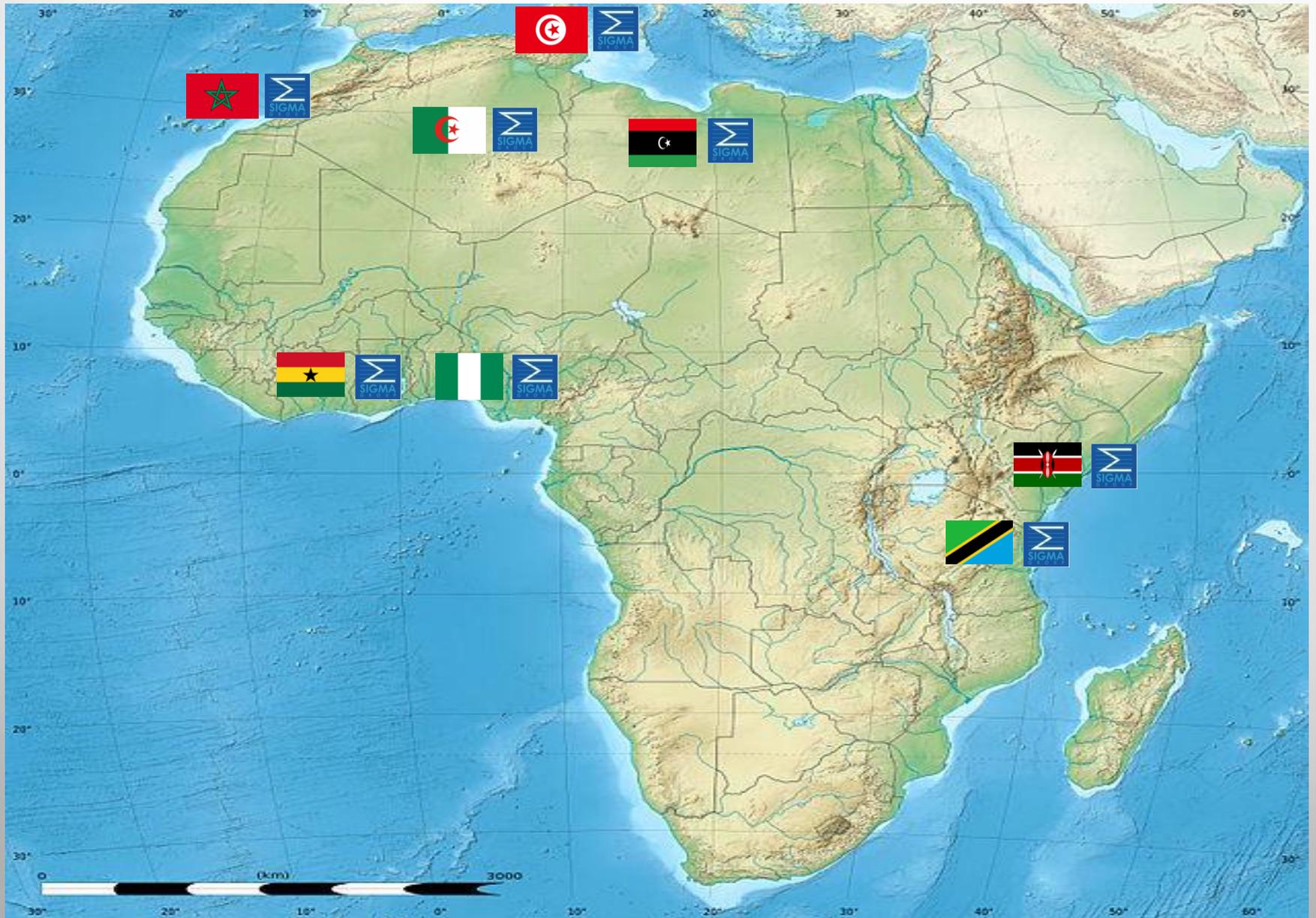




**Présenté par
M. Hassen Zargouni**

SIGMA GROUP EN AFRIQUE



Données sociodémographiques

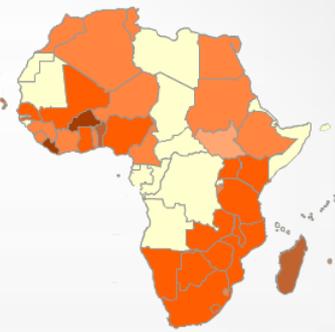


- **Population africaine : 1 117 204 475 habitants (15.4% de la population mondiale)**
 - **Afrique du Nord : 177 210 470 habitants**
 - **Afrique Sub-Saharienne : 459 643 422 habitants**
 - **Afrique Orientale : 333 205 466 habitants**
 - **Afrique Australe : 147 145 117 habitants**
- **Taux d'accroissement naturel : 2.5% en Afrique contre 1.2% au monde**

En 2050. 25 personnes sur 100 seront des Africains

- **Population mondiale : 7 247 805 891 habitants**
- **Superficie : 30 379 989 km² (6% de la surface terrestre)**
- **Densité : 35 habitants/km² en Afrique contre 52% au monde**
- **Nombre de pays et territoires : 54**
- **Nombre de langues parlées : 1302**

Conjoncture économique en Afrique



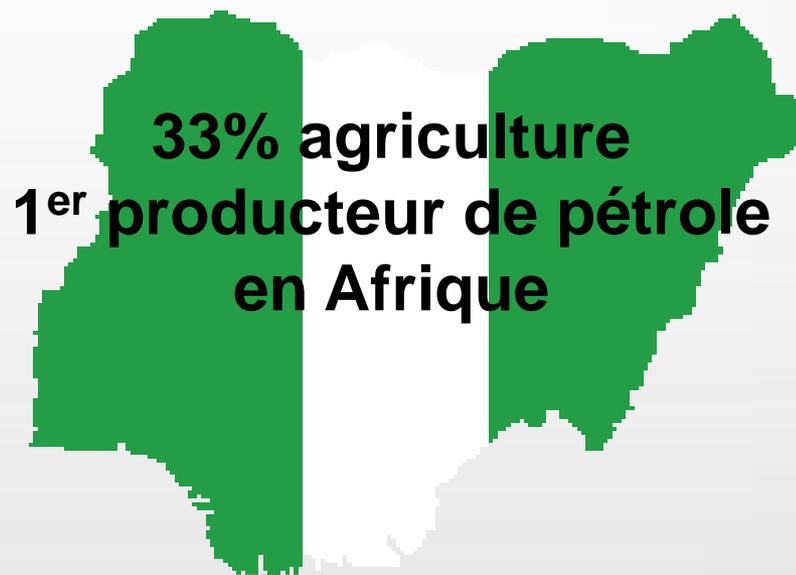
- **PIB : 1 974 milliards \$USD**
- **PIB/habitant 2012 : 1 809 \$USD**
- **Croissance économique mondiale : 3.4%**
- **Croissance économique en Afrique : 5.4%**
 - **L'Afrique de l'Ouest : 6.9%**
 - **L'Afrique de l'Est : 6.4 %**
 - **L'Afrique centrale : 4.8 %**
 - **L'Afrique australe : 4.2 %**
 - **L'Afrique du Nord: 3.3%**

NIGERIA-Conjoncture socio-économique

- Population (Millions) **: **179**
- PIB nominal (US\$ milliards)**: **521.8**
- 26%** du PIB Africain
- PIB/habitant (US\$ en PPA) **: **2 164**
- Croissance économique (%) **: **7.2%**
- Inflation **: **9.2%**

Perception des Nigériens vis-à-vis de la situation économique actuelle du pays*

Perception des Nigériens vis-à-vis de la situation financière au sein du foyer*



Bonne

Mauvaise

27%

73%

50%

50%

Sources : *afro-baromètre 2013
** Banque mondiale

NIGERIA–Usage des médias pour obtenir des informations/Usage des NTIC



Téléphone mobile

88%

88% Emettre ou recevoir des appels
73% Envoyer et recevoir des SMS
10% Envoyer ou recevoir de l'argent ou payer une facture



Internet

28%

8% Quotidiennement
20% Moins fréquemment
72% Jamais



Radio

95%

48% Quotidiennement
47% Moins fréquemment
5% Jamais



Télévision

82%

28% Quotidiennement
54% Moins fréquemment
18% Jamais



Presse

45%

5 % Quotidiennement
40% Moins fréquemment
18% Jamais

TANZANIE-Conjoncture socio-économique

- Population (Millions) **: **49.3**
- PIB nominal (US\$ milliards)**: **33.2**
- PIB/habitant (US\$ en PPA) **: **1 775**
- Croissance économique (%) **: **7.0%**
- Inflation **: **7.9%**



Perception des Tanzaniens vis-à-vis de la situation économique actuelle du pays*

Perception des Tanzaniens vis-à-vis de la situation financière au sein du foyer*

Bonne

Mauvaise

11%

89%

10%

90%

Sources : *afro-baromètre 2013
** Banque mondiale



TANZANIE - Usage des médias pour obtenir des informations/ Usage des NTIC



Téléphone mobile
80%

80% Emettre ou recevoir des appels
70% Envoyer et recevoir des SMS
40% Envoyer ou recevoir de l'argent ou payer une facture



Internet
13%

1% Quotidiennement
12% Moins fréquemment
87% Jamais



Radio
84%

52% Quotidiennement
32% Moins fréquemment
16% Jamais



Télévision
45%

17% Quotidiennement
28% Moins fréquemment
55% Jamais



Presse
40%

8 % Quotidiennement
32% Moins fréquemment
60% Jamais



KENYA-Conjoncture socio-économique

Population(Millions) **: 45.1

PIB nominal (US\$ milliards): 53.3**

PIB/habitant(US\$ en PPA) **: 1 928

Croissance économique(%) **: 5.1%

Inflation **: 5.7%



25% Agriculture
16% secteur secondaire
58% secteur tertiaire

Perception des Kenyans vis-à-vis de la situation économique actuelle du pays*

Perception des Kenyans vis-à-vis de la situation financière au sein du foyer*

Bonne

Mauvaise

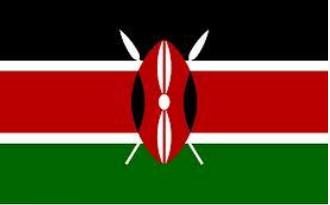
11%

89%

16%

84%

Sources : *afro-baromètre 2012
** Banque mondiale



KENYA - Usage des médias pour obtenir des informations/ Usage des NTIC



Téléphone mobile
94%

94% Emettre ou recevoir des appels
81% Envoyer et recevoir des SMS
74% Envoyer ou recevoir de l'argent ou payer une facture



Radio
90%

68% Quotidiennement
22% Moins fréquemment
10% Jamais



Télévision
59%

33% Quotidiennement
26% Moins fréquemment
41% Jamais



Presse
47%

10 % Quotidiennement
37% Moins fréquemment
53% Jamais



Internet
22%

6% Quotidiennement
16% Moins fréquemment
78% Jamais



GHANA-Conjoncture socio-économique

 **Population(Millions) **: 26.4**

 **PIB nominal (US\$ milliards)**: 47.9**

 **PIB/habitant(US\$ en PPA) **: 3 728**

 **Croissance économique(%) **: 7.4%**

 **Inflation **: 7.8%**



 **Perception des Ghanéens vis-à-vis de la situation économique actuelle du pays***

 **Perception des Ghanéens vis-à-vis de la situation financière au sein du foyer***

Bonne

Mauvaise

22%

68%

39%

61%

Sources : *afro-baromètre 2013

** Banque mondiale



GHANA - Usage des médias pour obtenir des informations/ Usage des NTIC



Téléphone mobile
88%
88% Emettre ou recevoir des appels
49% Envoyer et recevoir des SMS
6% Envoyer ou recevoir de l'argent ou payer une facture



Radio
82%
57% Quotidiennement
35% Moins fréquemment
8% Jamais



Télévision
76%
40% Quotidiennement
36% Moins fréquemment
24% Jamais



Presse
27%
5 % Quotidiennement
22% Moins fréquemment
73% Jamais



Internet
17%
6% Quotidiennement
11% Moins fréquemment
83% Jamais



Afrique du sud -Conjoncture socio-économique

Population(Millions) **: **53**

PIB nominal (US\$ milliards)**: **350.6**

PIB/habitant(US\$ en PPA) **: **12 504**

Croissance économique(%) **: **2.0%**

Inflation **: **5.7%**



Perception des Sud Africains vis-à-vis de la situation économique actuelle du pays*

Bonne

42.6%

Mauvaise

57.4%

Perception des Sud Africains vis-à-vis de la situation financière au sein du foyer*

53.6%

46.4%

Sources : *afro-baromètre 2013
** Banque mondiale



Afrique du Sud - Usage des médias pour obtenir des informations/ Usage des NTIC



Téléphone mobile
92%

92% Emettre ou recevoir des appels
83% Envoyer et recevoir des SMS
16% Envoyer ou recevoir de l'argent ou payer une facture



Télévision
90%

72% Quotidiennement
18% Moins fréquemment
10% Jamais



Radio
86%

55% Quotidiennement
31% Moins fréquemment
14% Jamais



Presse
71%

25 % Quotidiennement
46% Moins fréquemment
29% Jamais



Internet
26%

13% Quotidiennement
13% Moins fréquemment
74% Jamais

MARCHE ECONOMIQUE ET CONJONCTURE ECONOMIQUE (PAYS AFRICAINS ANGLOPHONES)



	NIGERIA	KENYA	GHANA	TANZANIE	MAROC	ALGERIE	TUNISIE	France
PIB NOMINAL EN MILLIARDS US \$	521.8	53.3	47.9	33.2	92. 4	196. 2	43.3	2268
CROISSANCE ECONOMIQUE (%)	7.2	5.1	7.4	7	2.60	3.10	2.5	0.2
POPULATION (MILLIONS)	179	45.1	26.4	49.3	32.9	38.1	10.9	65
PIB/HABITANT ((US \$ EN PPA))	2 164	1 928	3 728	1 775	2 807.2	5 148.1	3 969.4	36 907
TAUX D'INFLATION (%)	9.6	5.7	7.8	7.9	6.10	3.30	1.90	0.9

Source: BM



	KENYA	GHANA	TANZANIE	MAROC	ALGERIE	TUNISIE	France
IP (M \$)	1 086,8	161,7	85,1	678,7	230,7	81,6	56 700
IP/HAB (\$)	24,1	6,1	1,7	20,6	6,1	7,5	872,3
IP/PIB	20,4	3,4	2,6	7,3	1,2	1,9	25,0

31 SATELLITES ACCESSIBLES EN AFRIQUE

INTELSAT

INTELSAT 10

INTELSAT 902

YAMAL 202

HELLAS SAT 2

INTELSAT 802

ASTRA 2B

EUROBIRD 2

EUTELSAT W2

EUROBIRD 16

ASTRA 4A

RUSSIA

INTELSAT 702

INTELSAT 904

INTELSAT 12

PAKSAT 1

ASTRA 2C

BADR 4

EUTELSAT W6

RASCOM 1

EUTELSAT W2A

INTELSAT 7

INTELSAT 906

EXPRESS AM 22

EXPRESS AM1

EUTELSAT W4

ARABSAT 5

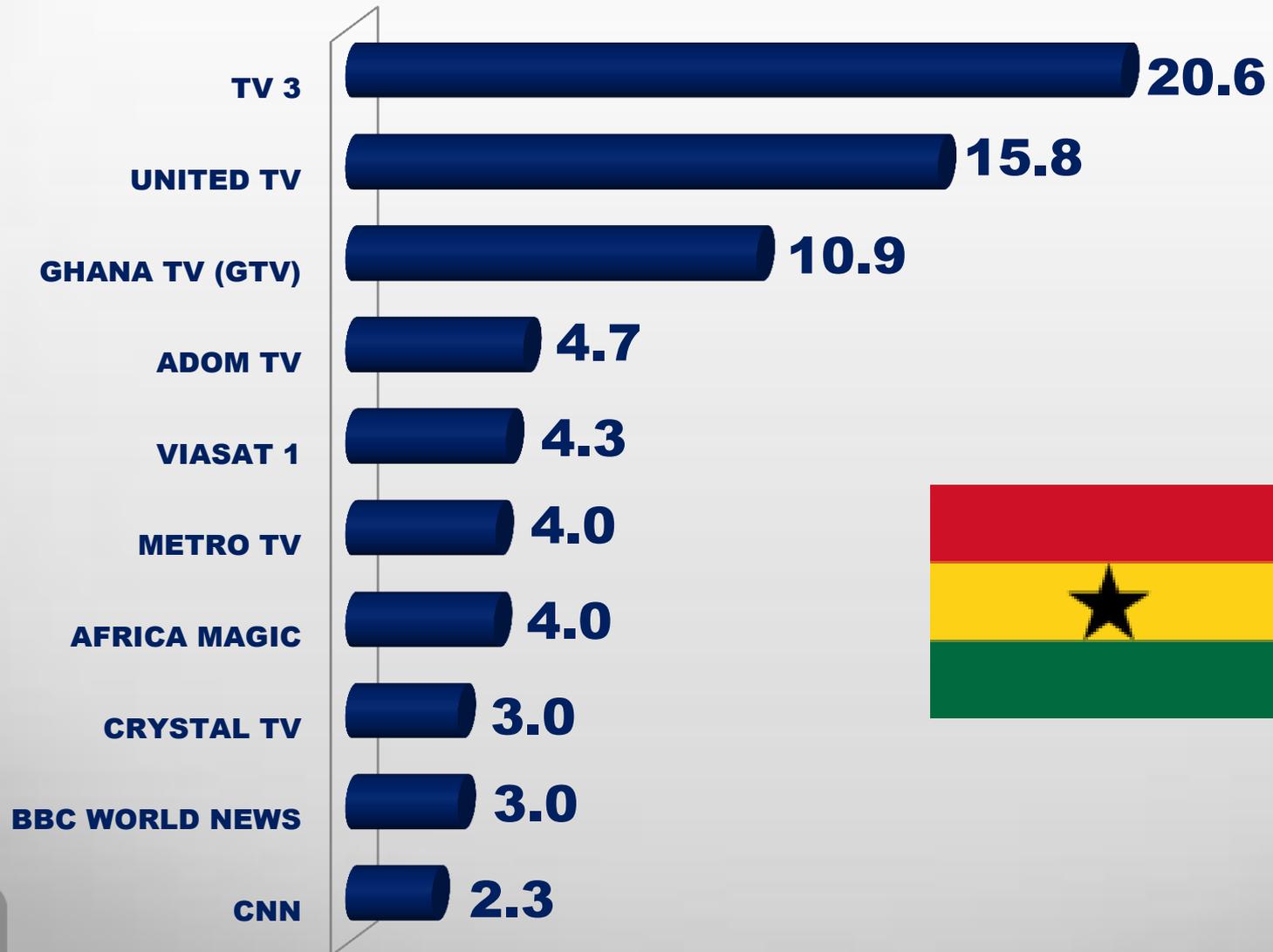
BADR 6

AMOS 5i

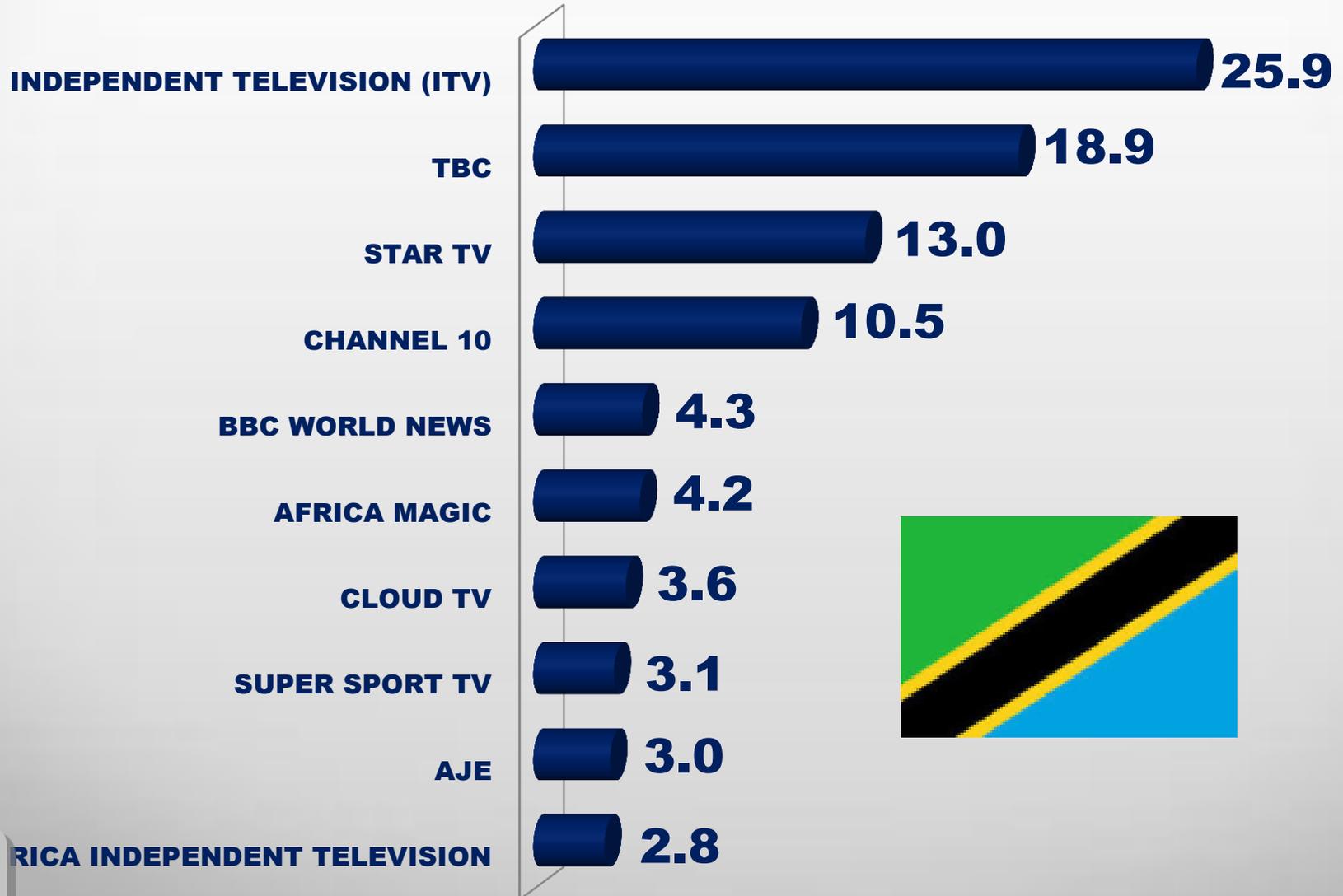
AFRISTAR 1

EUTELSAT W3A

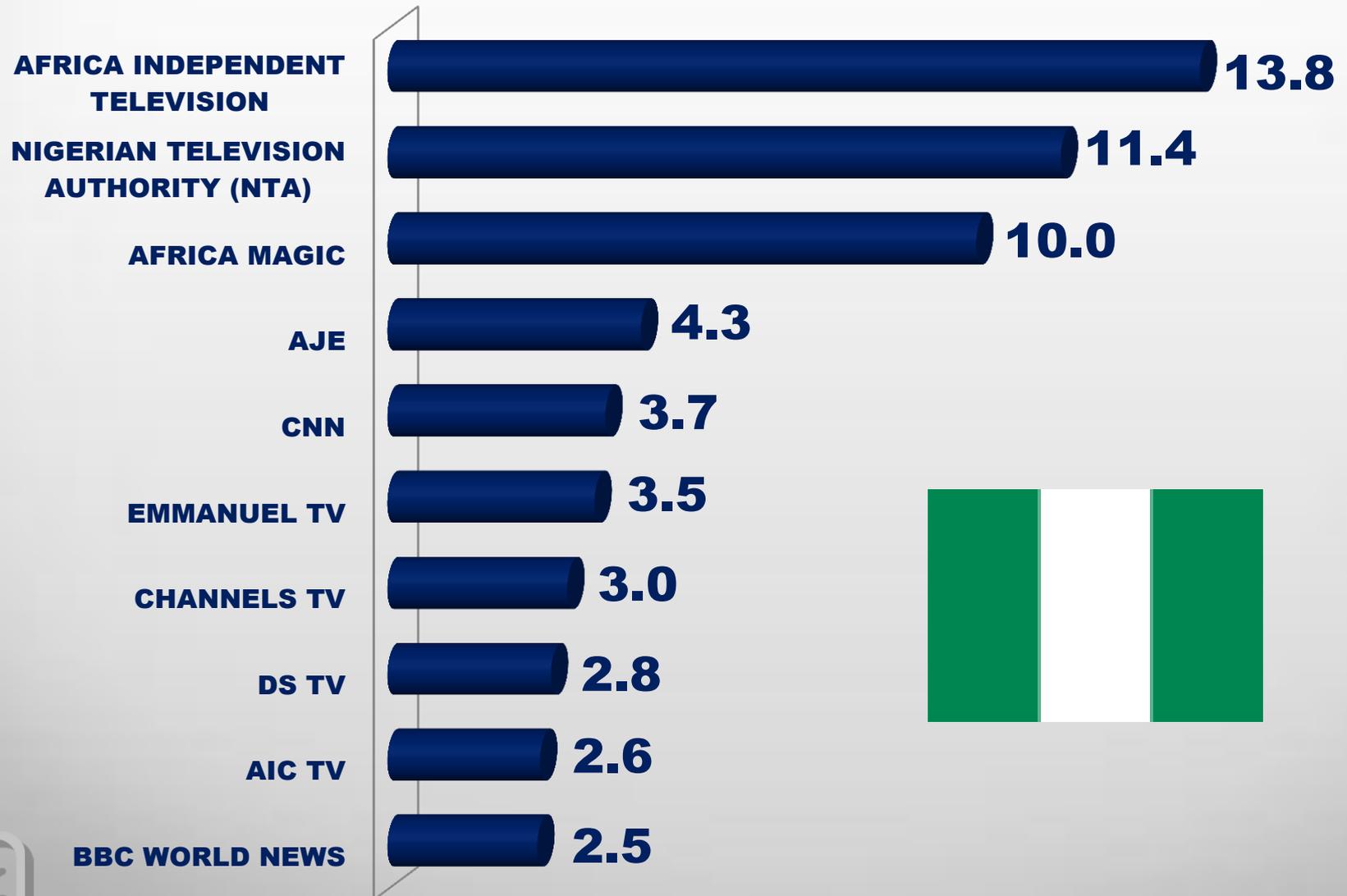
TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV AU GHANA AOUT 2014



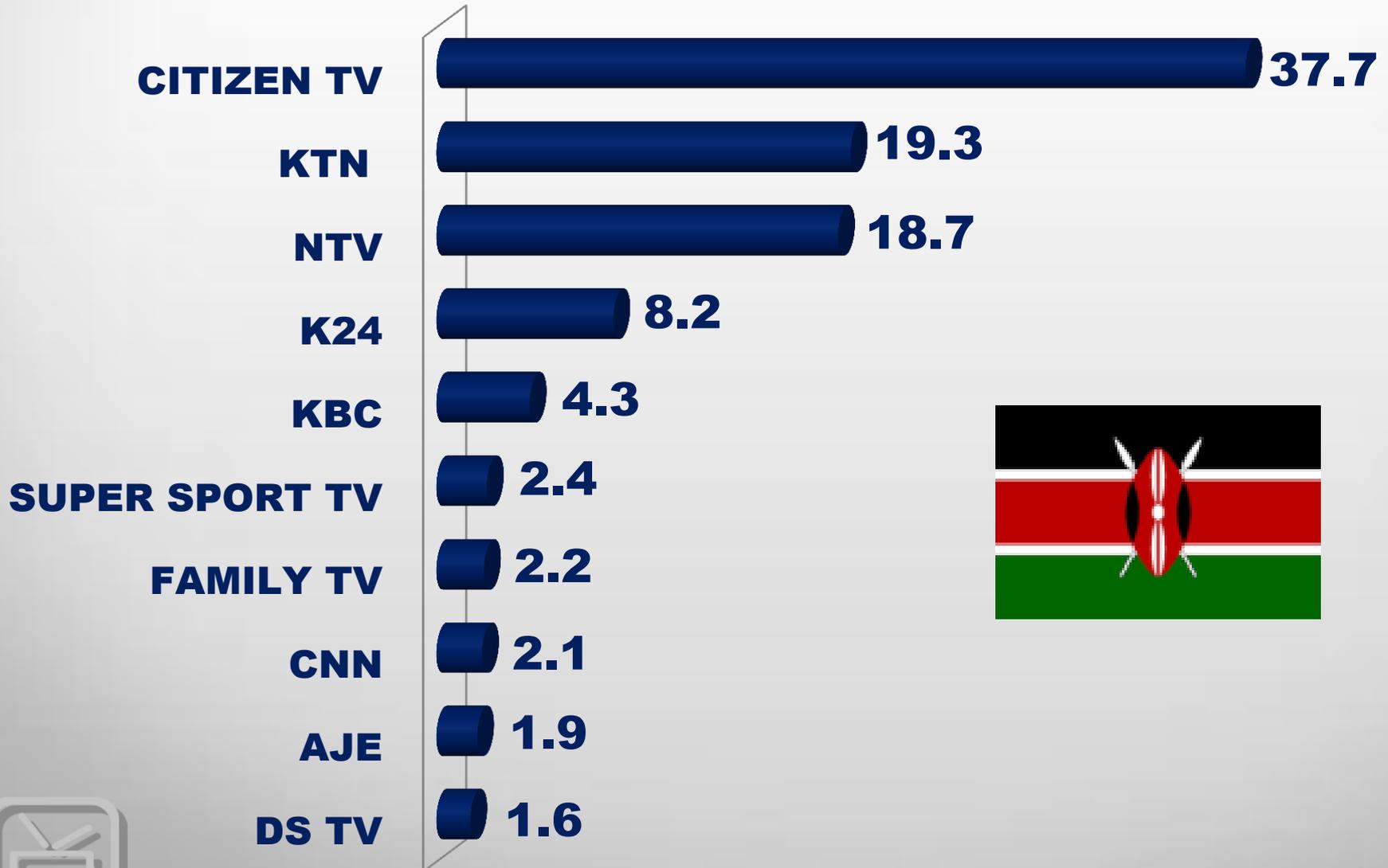
TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV EN TANZANIE AOUT 2014



TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV AU NIGERIA AOUT 2014



TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV AU KENYA AOUT 2014



LE MARCHE PUBLICITAIRE DANS LE MONDE 2014 (IP GLOBAL \$)



532.1 **Milliards de Dollars**

DEPENSES MEDIAS PAR REGION

Région	DÉPENSES PUBLICITAIRES DANS LES MAJEURES MEDIAS		
	2014	2013	2012
Amérique du Nord	\$186.7 B	\$ 178.5 B	\$ 172.9 B
Asie-Pacifique	\$ 158 B	\$ 148.6 B	\$ 140.8 B
Europe de l'Ouest	\$ 99.9 B	\$ 98.1 B	\$ 99.5 B
Amérique Latine	\$ 42.6 B	\$ 38.8 B	\$ 35.9 B
Europe Centrale et Orientale	\$ 28.6 B	\$ 26.7 B	\$ 25.2 B
Moyen-Orient et Afrique du Nord	\$ 4.7 B	\$ 4.4 B	\$ 4.2 B
Reste du monde	\$ 11.5 B	\$ 10.3 B	\$ 9.3 B
Partout dans le monde	\$ 532.1 B	\$ 505.4 B	\$ 487.8 B

VARIATION PAR RAPPORT A L'ANNEE PRECEDENTE (%)

Région	2014	2013	2012
Amérique du Nord	4.6	3.3	4.5
Asie-Pacifique	6.3	5.6	6.1%
Europe de l'Ouest	1.9	-1.4	-2.4
Amérique Latine	9.8	8.1	8.8
Europe Centrale et Orientale	7.3	5.8	3.7
Moyen-Orient et Afrique du Nord	7.3	4.7	1.4
Reste du monde	11.6	10	4.8
Partout dans le monde	5.3	3.6	3.7

INVESTISSEMENT PUBLICITAIRE GLOBAL 2013 EN M US \$ HT



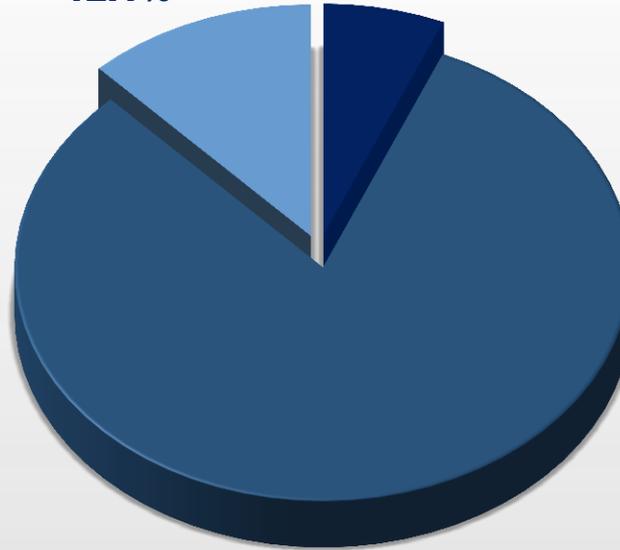
1 086.8



KENYA

GHANA
12.1%

TANZANIE
6.4%



KENYA
81.5%

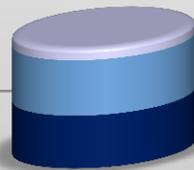
 **PRESSE**

 **RADIO**

 **TV**



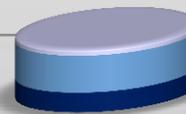
161.7



GHANA

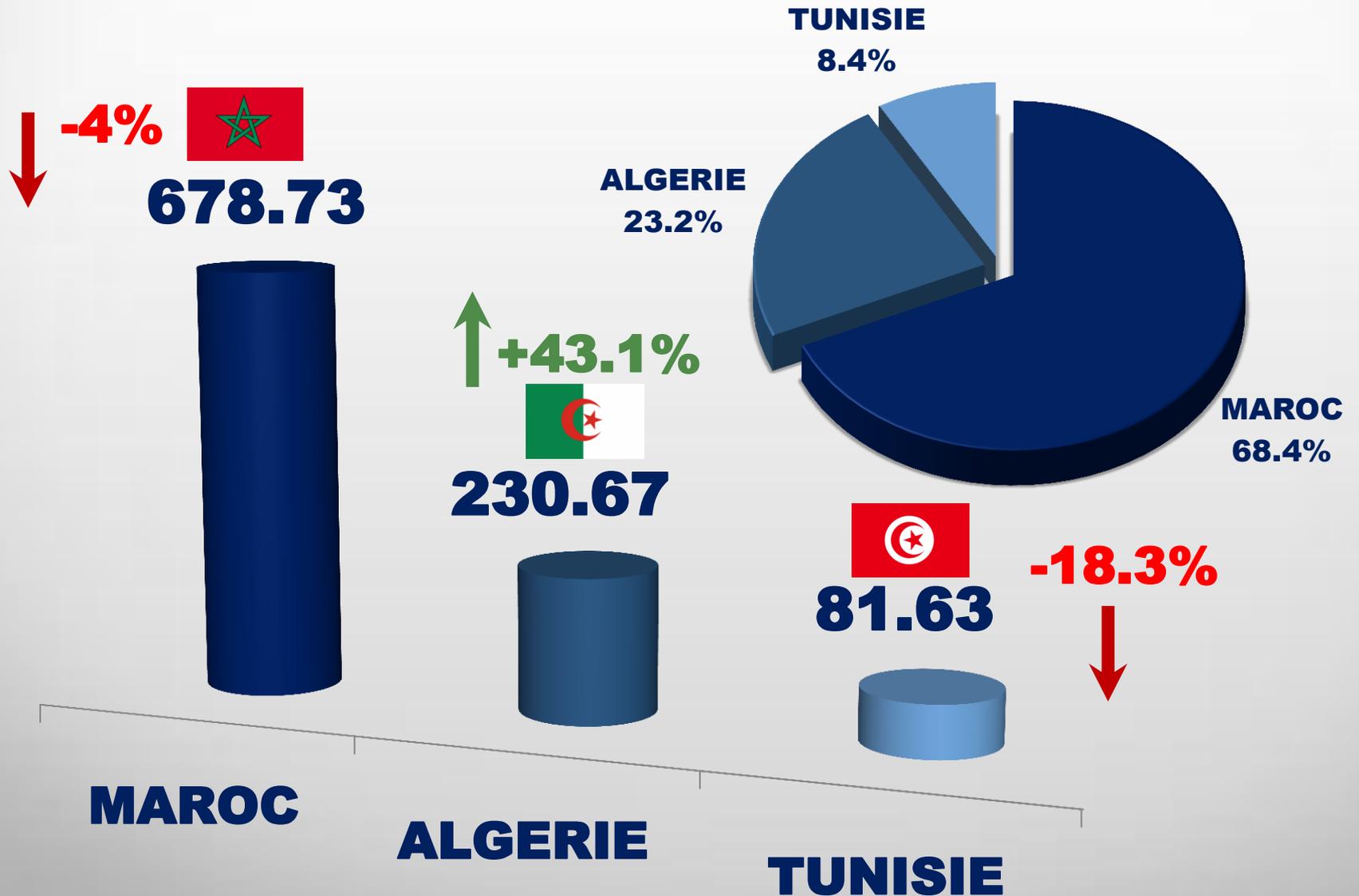


85.1



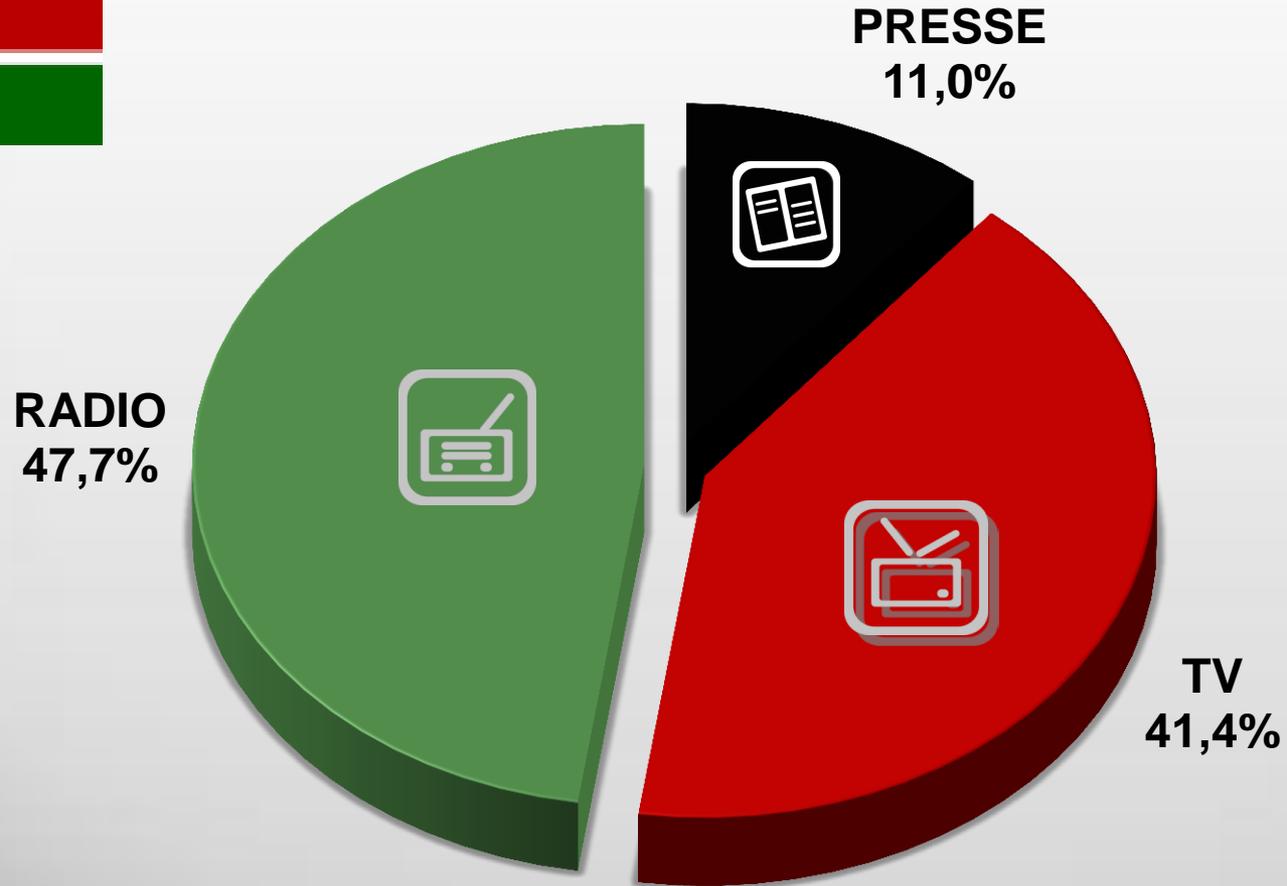
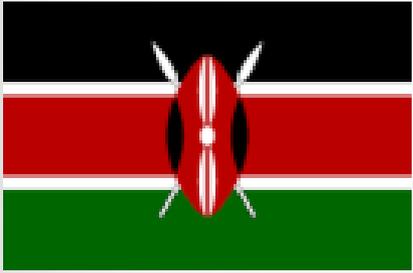
TANZANIE

INVESTISSEMENT PUBLICITAIRE GLOBAL 2013 AU MAGHREB: 991.02 M US \$ HT (+5.1%)

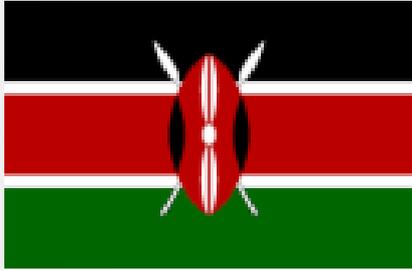


REPARTITION DES IP PAR MEDIAS AU KENYA EN 2013

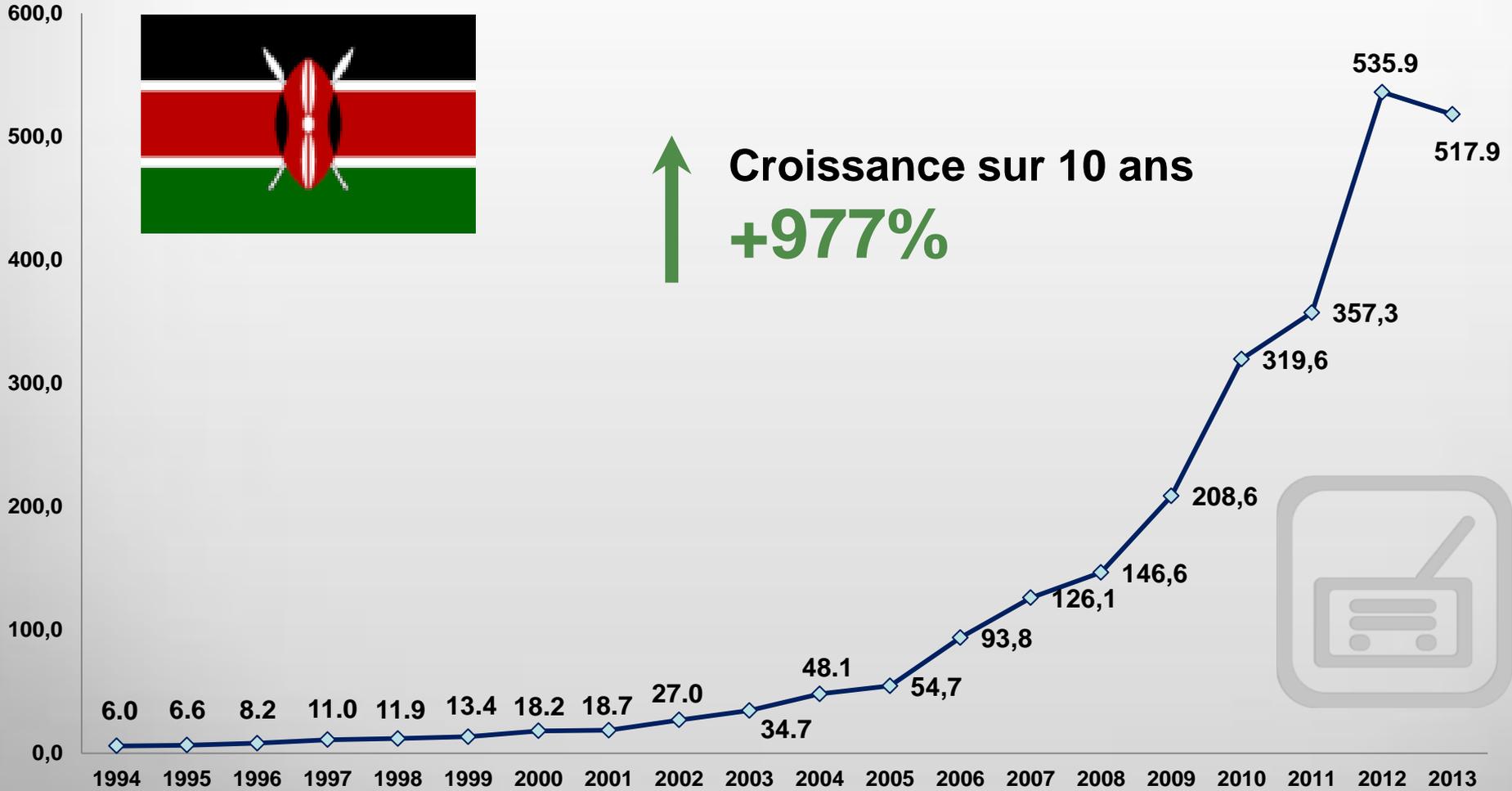
M US \$ HT 2013



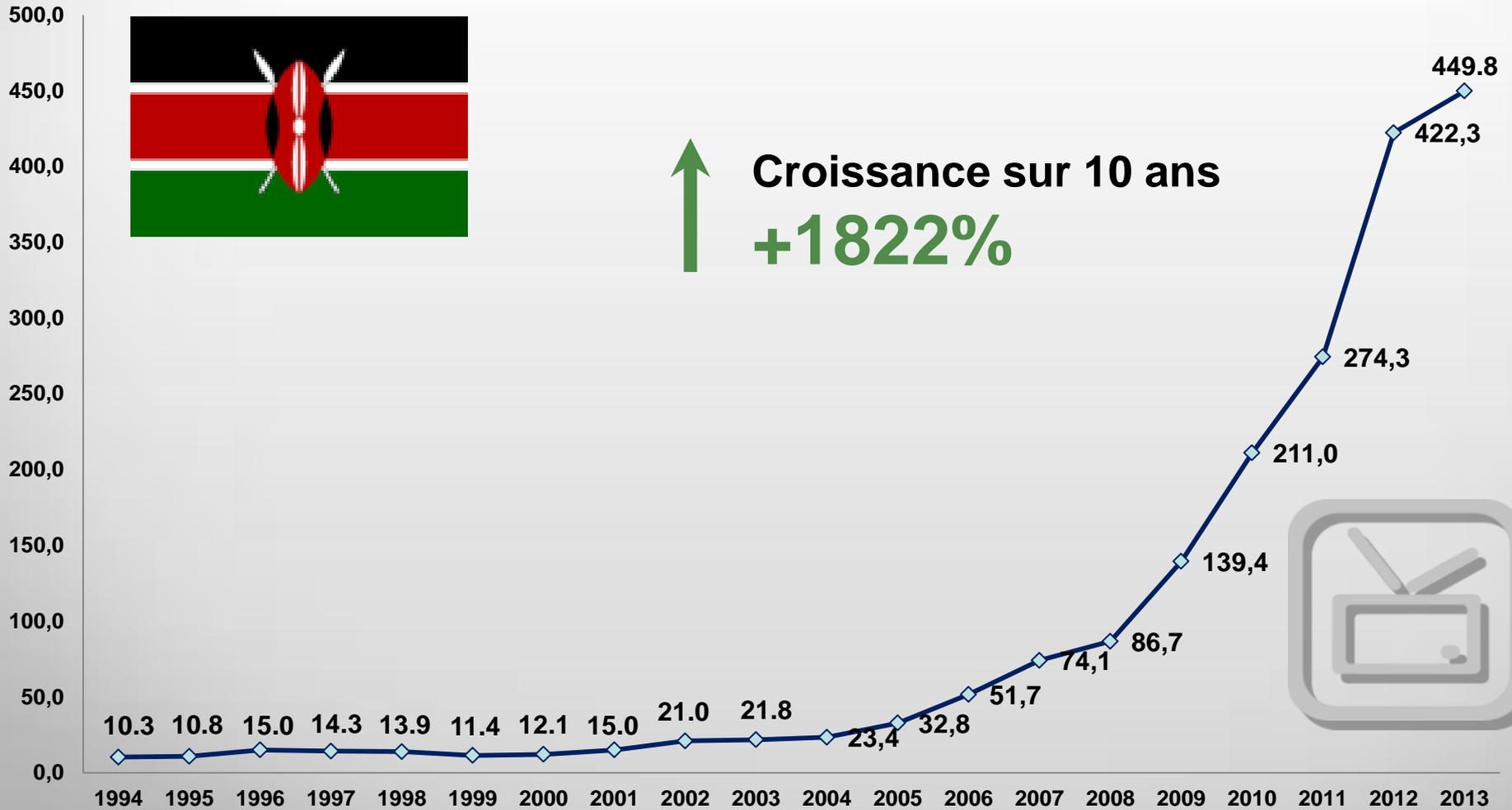
EVOLUTION IP RADIO AU KENYA M US \$ HT 1994-2013



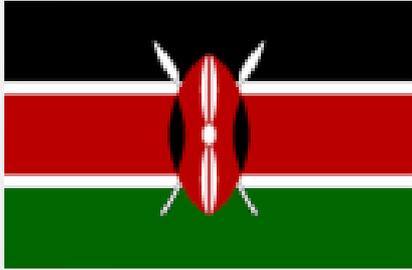
Croissance sur 10 ans
+977%



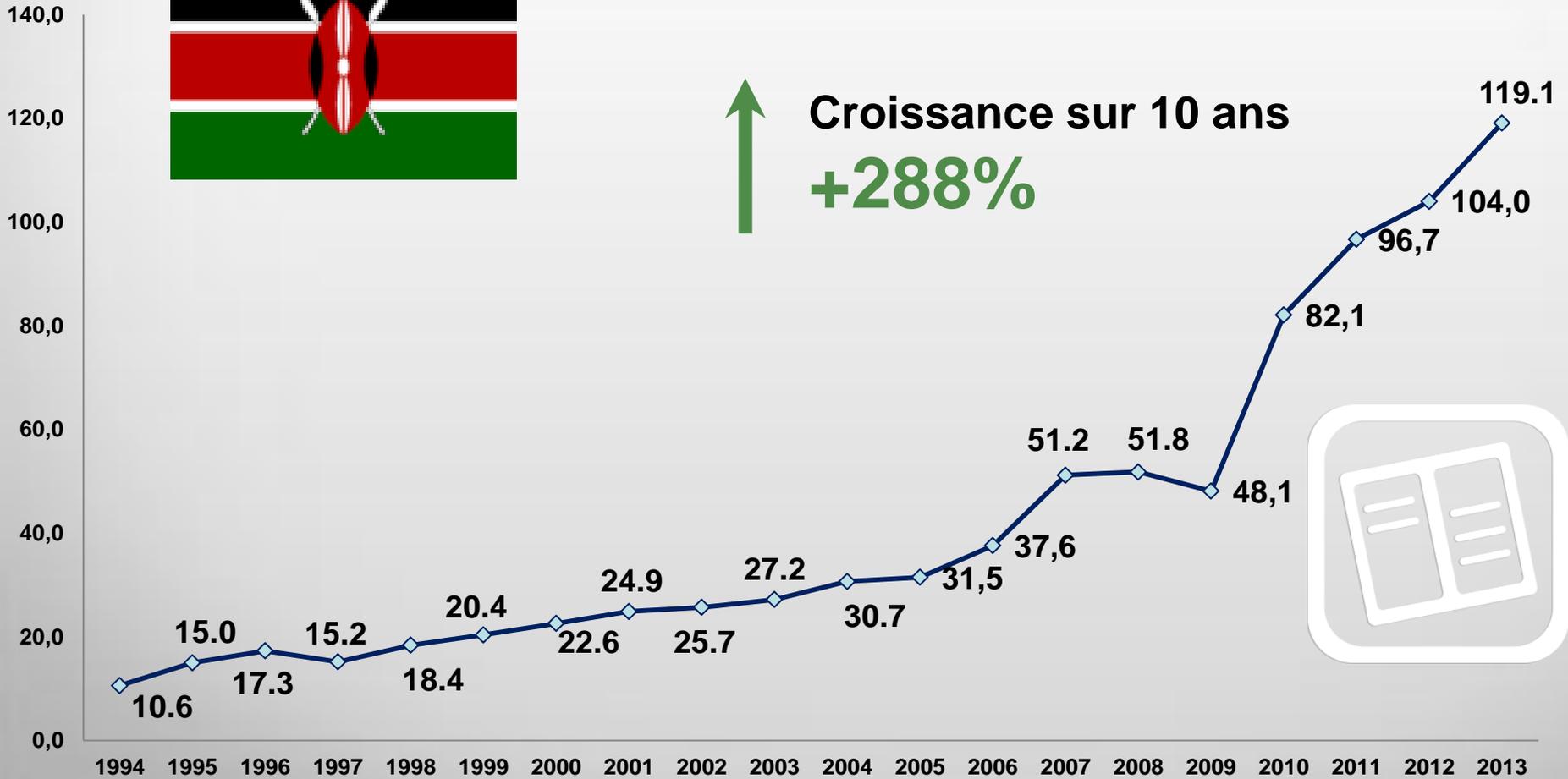
EVOLUTION IP TV AU KENYA M US \$ HT 1994-2013



EVOLUTION IP PRESSE AU KENYA M US \$ HT 1994-2013

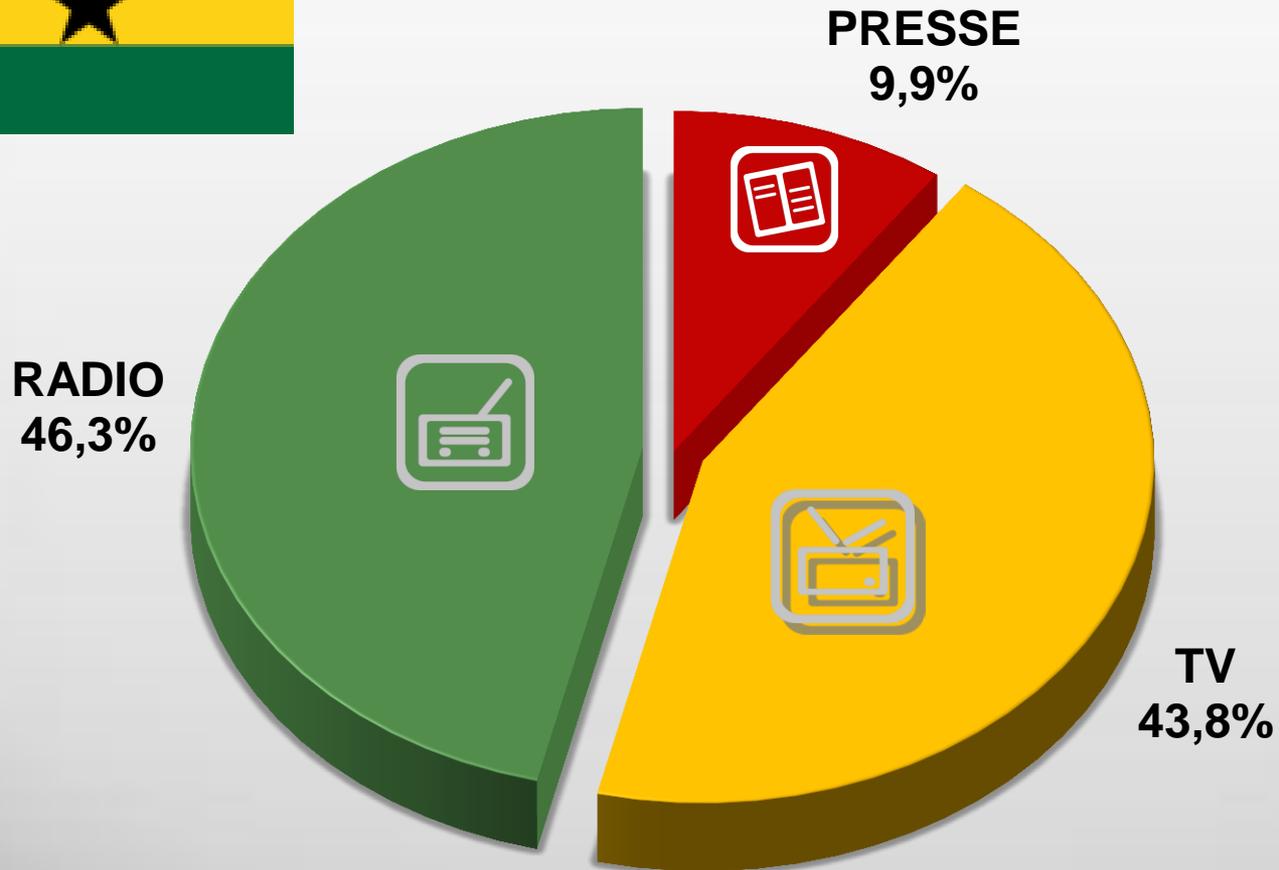


Croissance sur 10 ans
+288%



REPARTITION DES IP PAR MEDIAS AU GHANA EN 2013

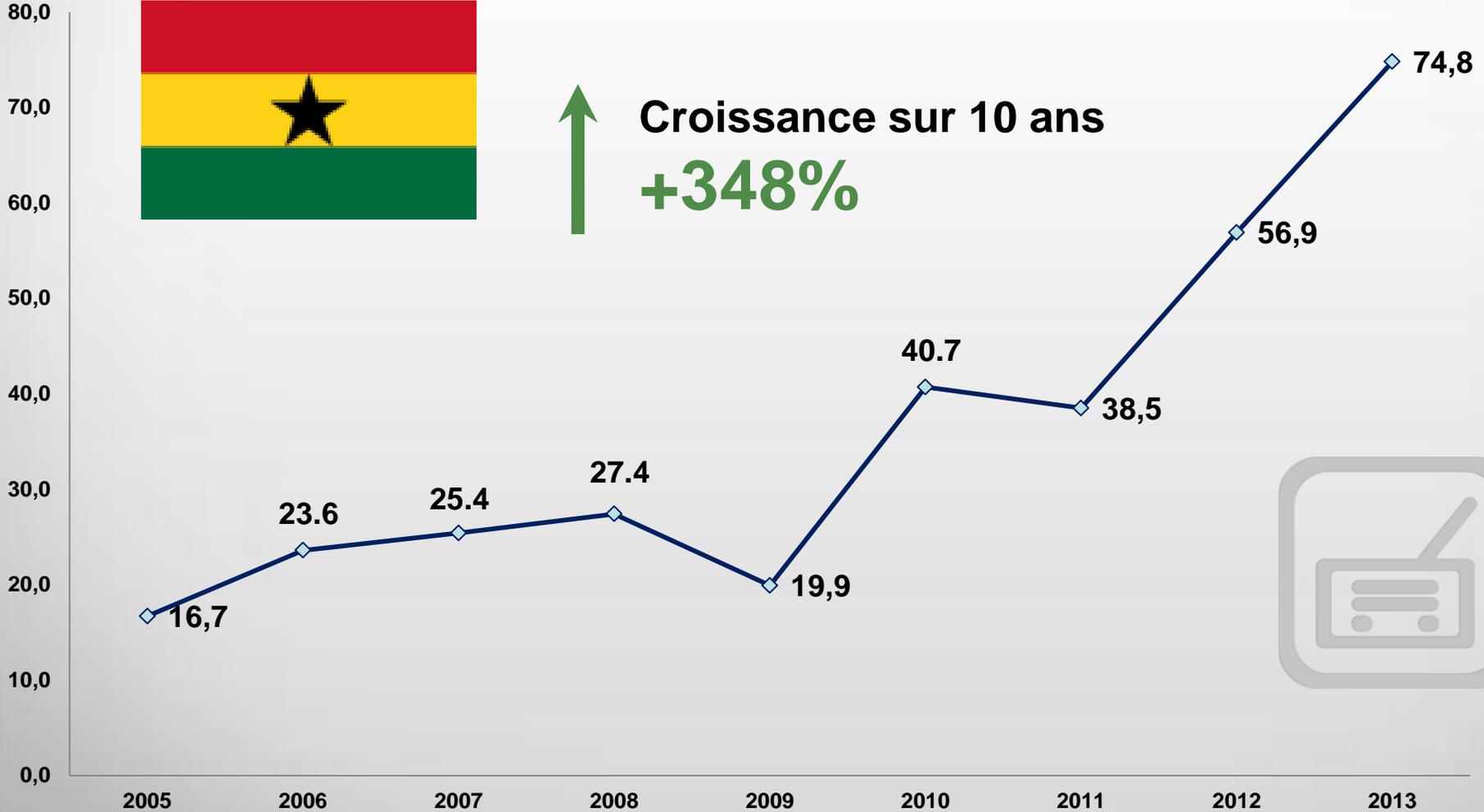
M US \$ HT 2013



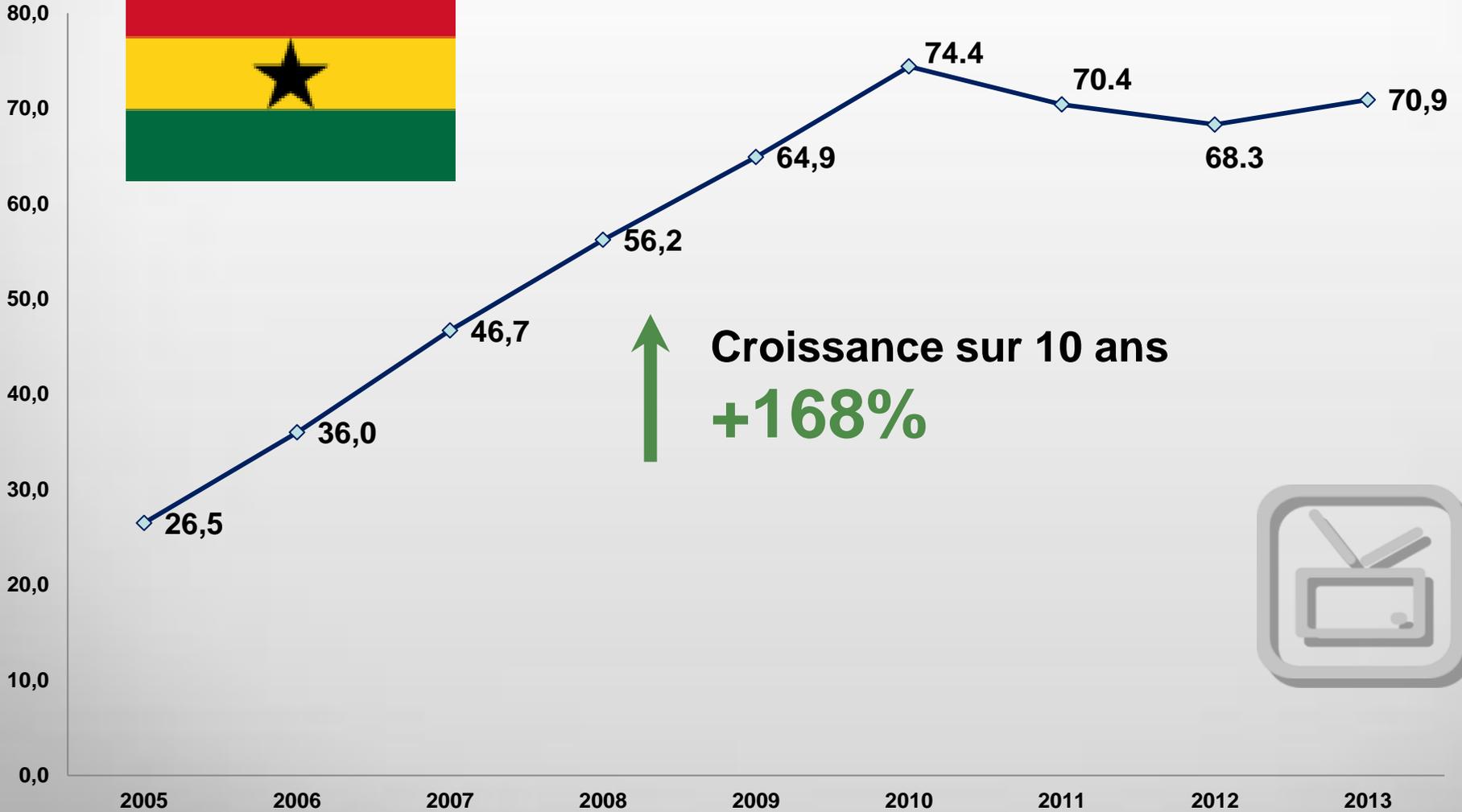
EVOLUTION IP RADIO AU GHANA M US \$ HT 2005-2013



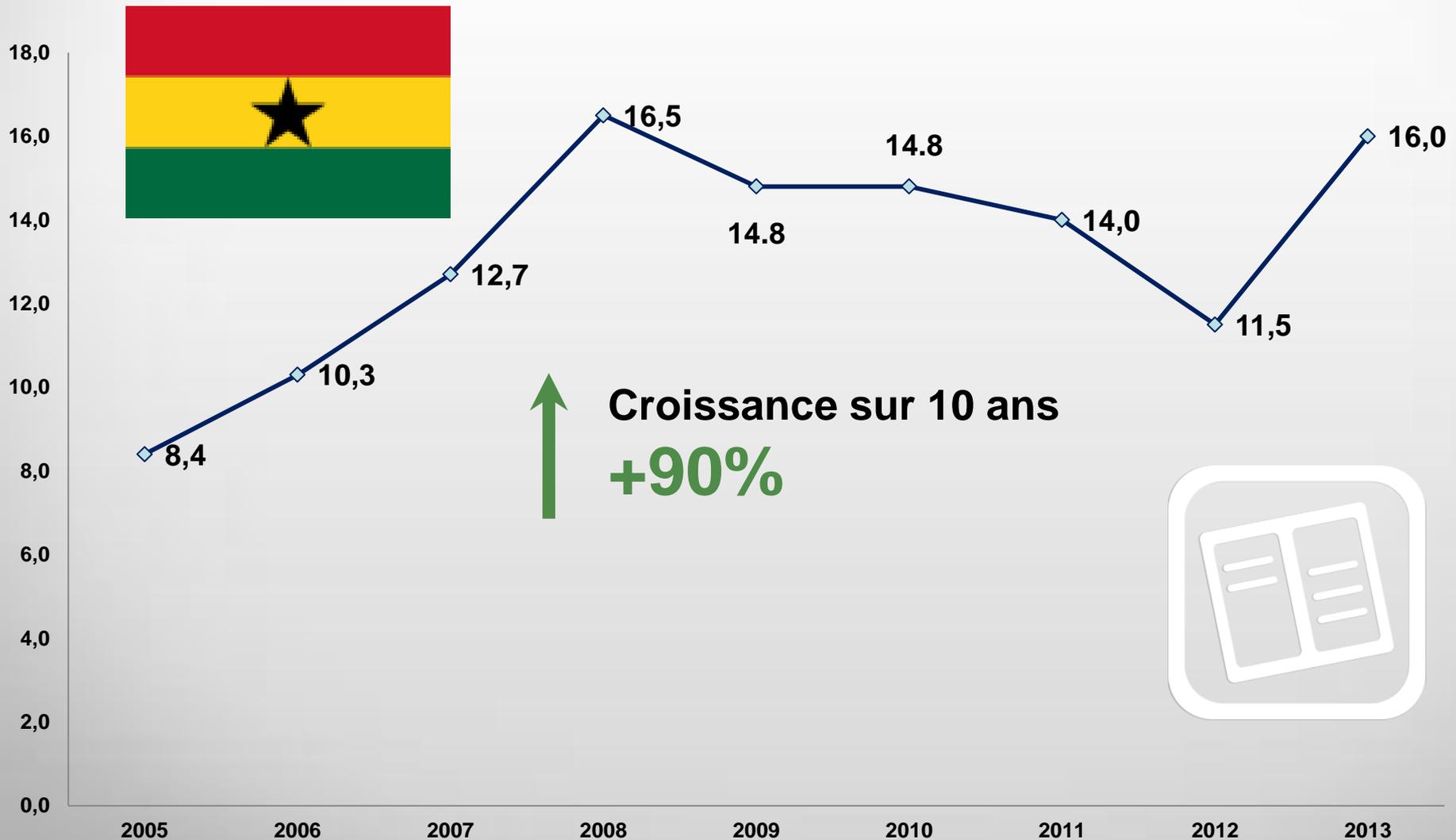
Croissance sur 10 ans
+348%



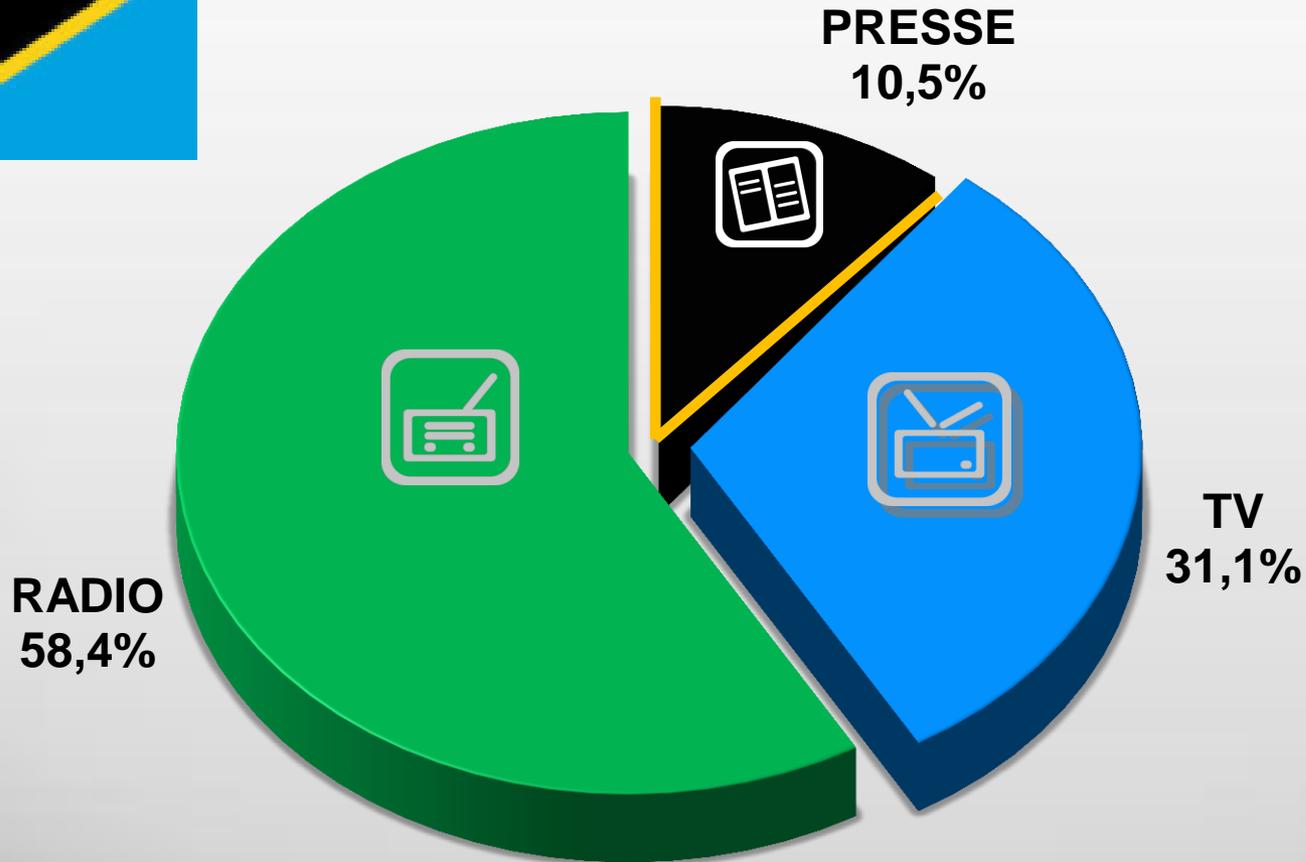
EVOLUTION IP TV AU GHANA M US \$ HT 2005-2013



EVOLUTION IP PRESSE AU GHANA M US \$ HT 2005-2013



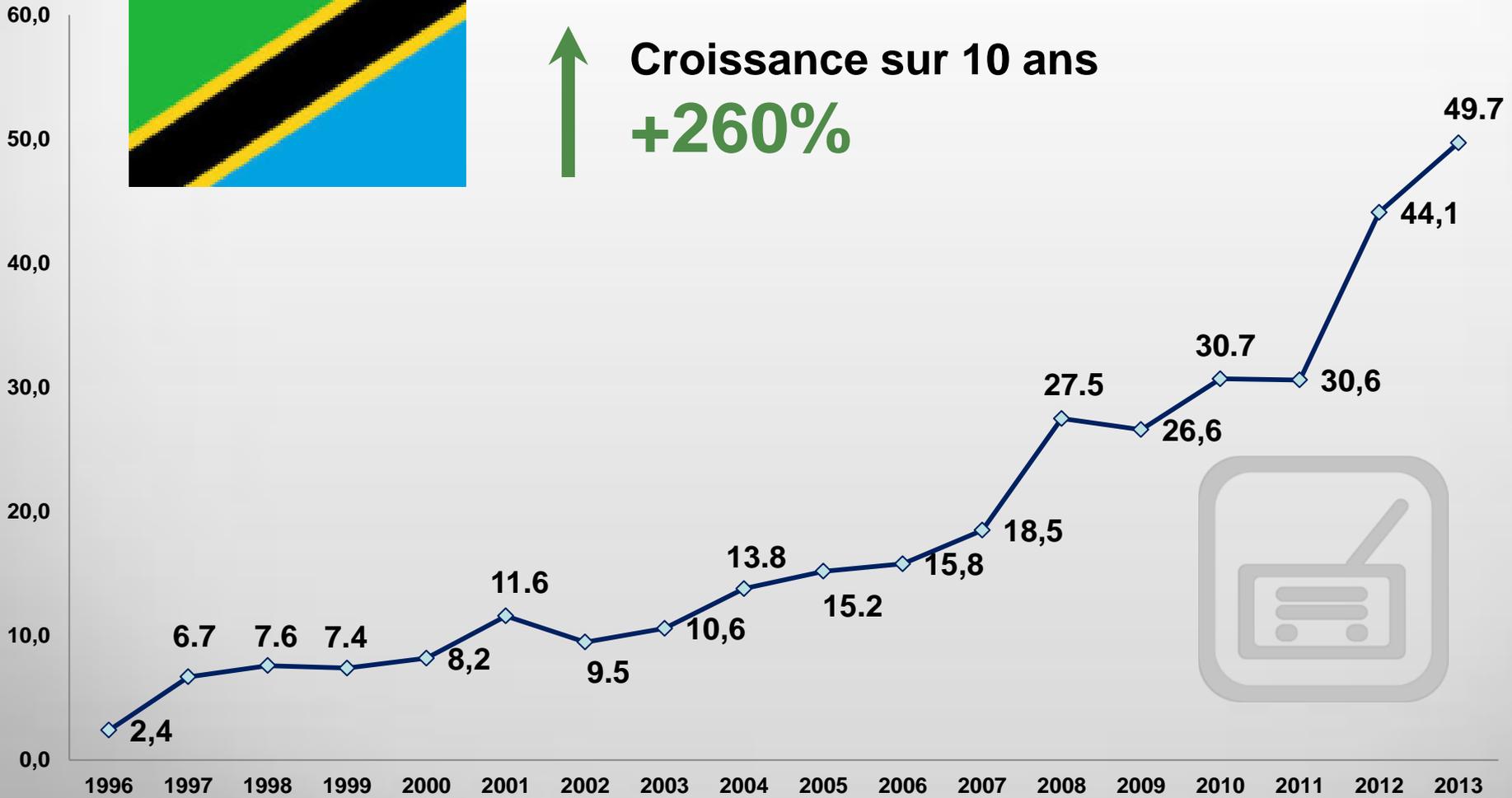
REPARTITION DES IP PAR MEDIAS EN TANZANIE EN 2013 M US \$ HT 2013



EVOLUTION IP RADIO EN TANZANIE M US \$ HT 1996-2013



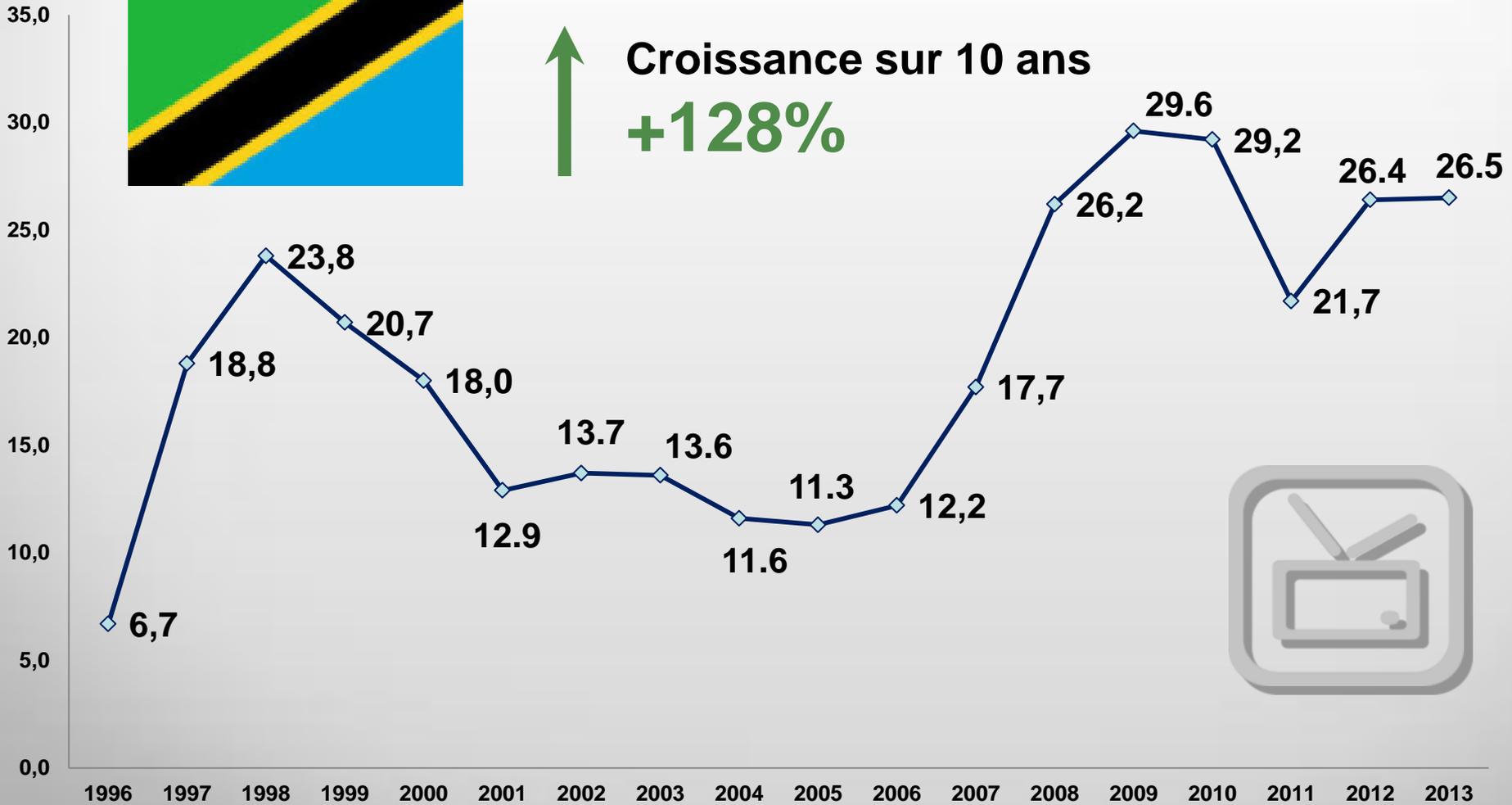
Croissance sur 10 ans
+260%



EVOLUTION IP TV EN TANZANIE M US \$ HT 1996-2013



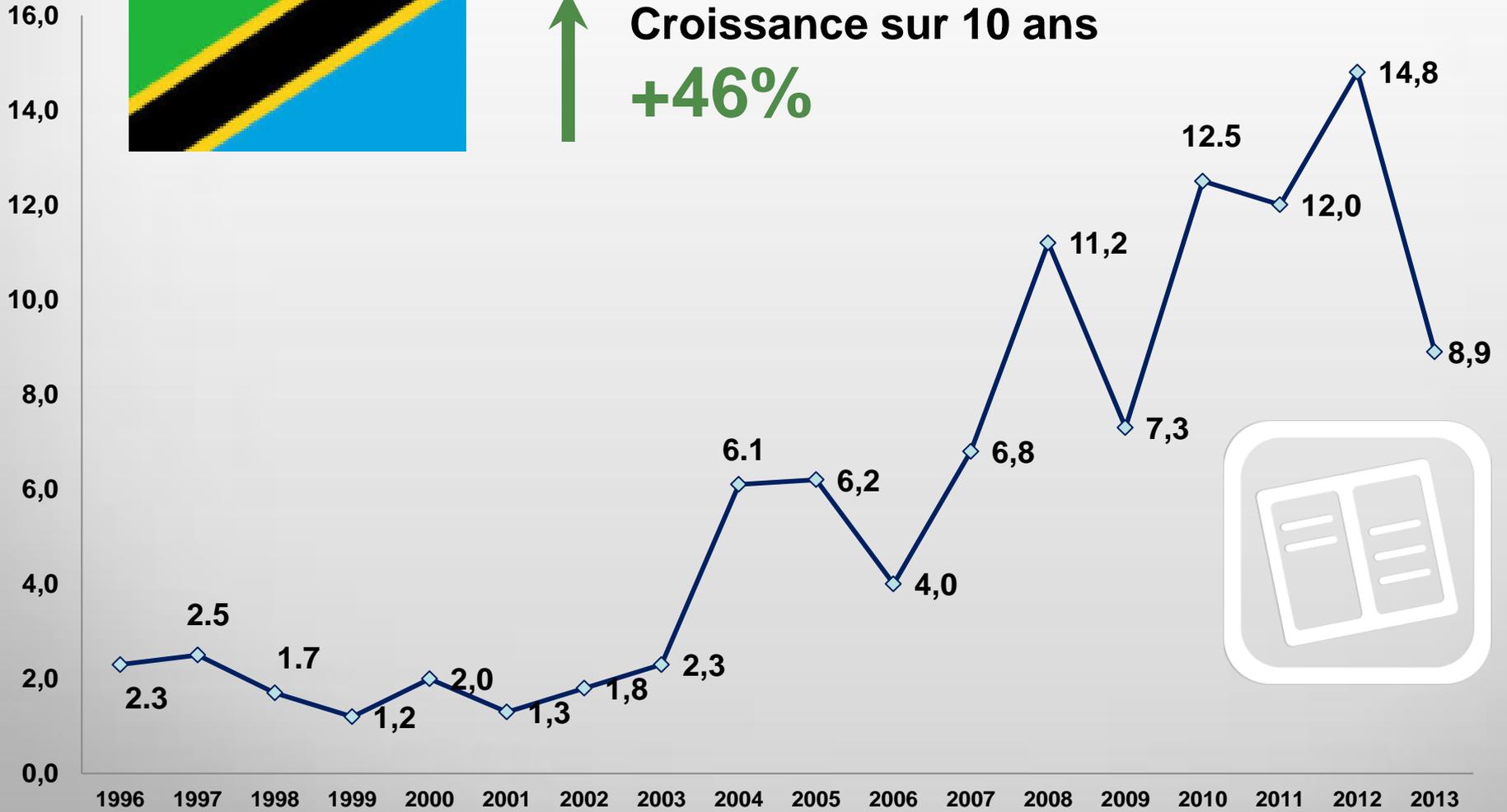
Croissance sur 10 ans
+128%



EVOLUTION IP PRESSE EN TANZANIE M US \$ HT 1996-2013



Croissance sur 10 ans
+46%



TOP 10 DES ANNONCEURS AU KENYA EN M US \$ HT

		IP		
	Campagne	2012	2011	% chg
1	SAFARICOM (OPERATEUR TELECOM)	89.1	58.1	53.4
2	RECKITT BENCKISER GROUP (HYGIENE)	40.7	27	50.7
3	UNILEVER	36	22.3	61.7
4	COCA-COLA CO.	26.7	11.2	139.1
5	PWANI OIL PRODUCTS (HUILE ALIMENTAIRE)	23.2	5	366.6
6	DIAGEO (BOISSONS ALCOOLISEES)	21.4	18.8	13.6
7	BHARTI AIRTEL(OPERATEUR TELECOM)	20.3	15.2	34.1
8	PROCTER & GAMBLE CO.	20.1	8.5	135.4
9	POPULATION SERVICES INTERNATIONAL(INSTITUTION PUBLIQUE)	19.8	21.4	-7.5
10	ORANGE PHARMA KENYA(MEDICAMENTS)	16.2	10.4	56.1

TOP 10 DES ANNONCEURS AU GHANA

EN M US \$ HT

	Campagne	IP		% chg
		2012	2011	
				
1	MTN GROUP	0.6	1	-39.4
2	MILLICOM INTERNATIONAL CELLULAR	0.5	0.8	-36.5
3	VODAFONE	0.4	0.9	-56.1
4	DIAGEO (BOISSONS ALCOOLISEES)	0.4	0.3	23.5
5	BHARTI AIRTEL (OPERATEUR TELECOM)	0.4	0.6	-44.8
6	UNILEVER	0.3	0.3	-8
7	NATIONAL DEMOCRATIC CONGRESS	0.3	NA	NA
8	PRIMEX GHANA(PLASTIQUE+MEDICAMENTS...)	0.2	0.2	10.9
9	MELCOM GHANA (OPERATEUR TELECOM)	0.2	0.1	37.9
10	ELECTORAL COMMISSION OF GHANA	0.2	NA	NA

TOP 10 DES ANNONCEURS EN TANZANIE EN M US \$ HT

	Campagne	IP		% chg
		2012	2011	
				
1	MILLICOM INTERNATIONAL CELLULAR	7.2	4.2	73.7
2	BHARTI AIRTEL	7.1	4.9	44
3	VODAFONE	6.8	6.1	11.1
4	JOHNS HOPKINS (FORMATION ET EDUCATION)	5.8	3.3	79.1
5	ETISALAT	5.6	4.4	27.6
6	SABMILLER (BOISSONS ALCOOLISEES)	2.9	1.7	69.9
7	COCA-COLA CO.	2.8	2.1	33.1
8	PEPSICO	2.2	2.5	-11.7
9	DIAGEO (BOISSONS ALCOOLISEES)	1.4	1.2	14.7
10	REPUBLIC OF_TANZANIA	1.3	n.a	n.a

TOP 10 DES ANNONCEURS AU MAROC EN 2013

EN M US \$ HT

	ANNONCEUR	IP
1	MAROC TELECOM	62.06
2	MEDI TELECOM	45.89
3	WANA CORPORATE	43.49
4	PROCTER & GAMBLE MAROC	17.45
5	C. LAITIERE DANONE MAROC	11.76
6	LESIEUR CRISTAL	8.20
7	GRP ADDOHA DOUJA PROMOTION	7.64
8	FROMAGERIES BEL MAROC	7.36
9	GROUPE BANQUES POPULAIRES	7.25
10	MAROC CULTURES	7.19

TOP 10 DES ANNONCEURS EN ALGERIE EN 2013 EN M US \$ HT

	ANNONCEUR	IP
1	NEDJMA – OOREDOO	22.14
2	ATM MOBILIS	19.46
3	ORASCOM TELECOM ALGERIE	13.72
4	HENKEL ALGERIE	10.09
5	PEUGEOT ALGERIE	5.91
6	GROUPE CEVITAL	5.30
7	GSIPH-AIGLE	4.85
8	RENAULT ALGERIE	4.40
9	GROUPE HONDA	4.07
10	ELSECOM MOTORS-SUZUKI/FORD	3.62

TOP 20 DES ANNONCEURS EN TUNISIE EN 2013

EN M US \$ HT

	ANNONCEUR	IP
1	TUNISIANA-OOREDOO	7.25
2	TUNISIE TELECOM	6.30
3	ORANGE TUNISIE	4.91
4	STIAL DELICE DANONE	4.74
5	SFBT	2.96
6	STE NEJMA	2.06
7	HENKEL	1.84
8	CLC-DELICE	1.45
9	PROCTER & GAMBLE	1.12
10	EL MAZRAA	1.06

Key findings

- **7.4 Milliards \$ d'IP en Afrique**
- **L'IP en Tanzanie, au Ghana et au Kenya est 1 333,6 M US\$ contre 991,02 M US\$ en Algérie, au Maroc et en Tunisie**
- **L'IP dans ces pays est 1,3 fois celui du Maghreb**
- **Croissance sur 5 ans de l'IP : +34% en Tanzanie, +242% au Kenya, + 62.3% au Ghana**
- **Domination des opérateurs télécom et présence des multinationales (UNILEVER, RECKITT BENKISER...) dans la grande consommation**

-  **16 ans depuis la fondation**
-  **60 salariés permanents. 1200 salariés vacataires**
-  **4 M US \$ de chiffre d'affaires. 85% à l'international**
-  **20 pays de la région Afrique Moyen Orient couverts**
-  **100 positions dans le Call Center SIGMA pour les enquêtes CATI**
-  **100 missions par an couvrant 3 activités essentielles : Marketing. Médias et Opinions**
-  **50 partenaires des 4 continents par an**
-  **800 000 interviews en quanti. 400 focus group et 2000 interviews en profondeur**
-  **4 techniques de recueil de l'information : Enquêtes quantitatives. études qualitatives. desk research et études par observation**



THANKS

HASSEN ZARGOUNI

dg@e-sigmaconseil.com