

Quatre questions sur Euromonitor International

Le Soir d'Algérie : M. Aziz Khyari, vous êtes consultant à Euromonitor pour la région Moyen-Orient-Afrique du Nord. Pouvez-vous présenter Euromonitor International en quelques mots. Quelle est sa vocation, son champ d'expertise ?

M. Aziz Khiari : Notre cabinet, établi en 1972, s'est positionné dès sa création comme l'un des principaux acteurs en intelligence économique, avec un champ de couverture à deux volets : une recherche sectorielle sur 28 différentes industries, et une analyse du consommateur sur près de 200 pays. Aujourd'hui, nous sommes les leaders mondiaux en recherche stratégique, avec une présence physique dans plus de 80 pays, de Santiago à Sydney, en passant par Dubaï.

Quels types de donnes fournissez-vous ?

La panoplie d'indicateurs marketing est généralement dispo-

nible dans son ensemble : tailles de marché, mappings concurrentiels, prévisions de croissance, analyses du prix et de la distribution, avec la possibilité de mettre en perspective de ces données le comportement du consommateur et les variables macroéconomiques du pays. Ces données sont à la fois qualitatives et quantitatives.

Vous engagez un partenariat avec un quotidien algérien. Quels sont les objectifs de ce partenariat ?

Un lectorat croissant, une ligne éditoriale audacieuse, une dense couverture économique, le *Soir d'Algérie* dispose de tous les critères que nous recherchons chez nos partenaires médias. L'idée derrière ce partenariat est d'associer véritablement nos expertises pour proposer aux lecteurs une approche comparative unique des performances des secteurs de l'économie algérienne, en leur offrant à chaque fois des benchmarks régionaux et internationaux

Les statistiques socioéconomiques globales ou sectorielles relatives au marché algérien existent et font l'objet d'une publication régulière. Plusieurs organismes nationaux et internationaux s'intéressent au marché algérien. Comment se positionne Euromonitor dans ce créneau ?

Le fait que nous couvrons effectivement plus de 80 pays sur le terrain, via nos analystes locaux, est un atout considérable dans notre industrie.

Notre méthodologie de recherche permet également à nos clients de comparer un même marché à travers une multitude de pays, avec la possibilité de benchmarker le secteur de leur choix.

Les quarante années d'expertise dont nous disposons nous positionnent généralement comme les spécialistes incontestés de la recherche sectorielle.

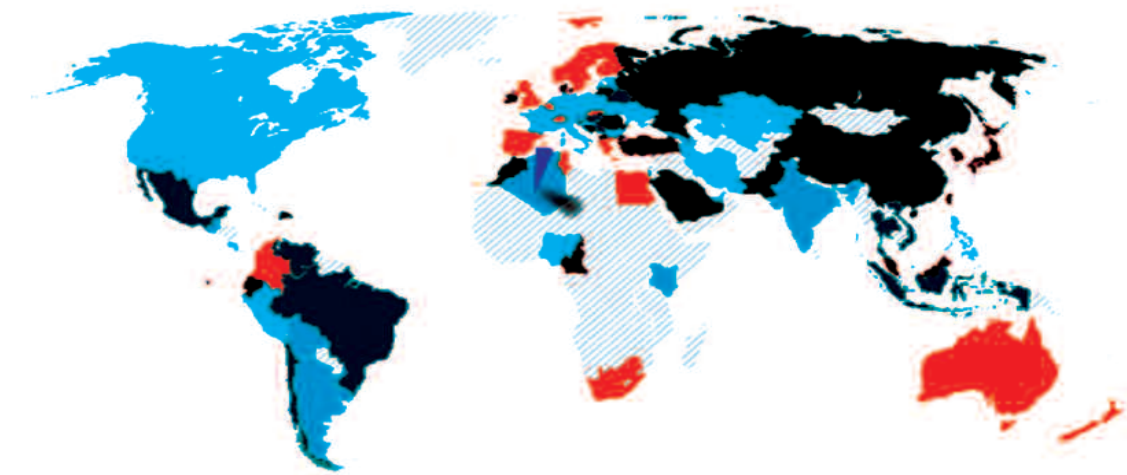
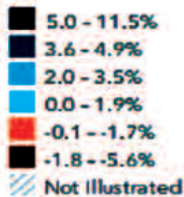
Le tabac, un plaisir sans inhibition

EUROMONITOR

Le marché du tabac progresse en Algérie de manière remarquable, a contrario de l'évolution mondiale. Fumer, c'est rentable et un plaisir qu'aucune inhibition ne semble encore contrarier.

CIGARETTES

Croissance prévisionnelle
Marché au détail 2010-2015 en milliards US\$ dollars



● Le marché algérien des cigarettes est un marché porteur. Il affiche une croissance annuelle de 3,4% jusqu'en 2015, selon des données d'Euromonitor.

D'une valeur estimée à 2,345 milliards de dollars en 2015 contre 1,968 milliard en 2010, le marché du détail algérien n'a cessé de progresser, malgré l'augmentation de certaines taxes. Il affiche une croissance similaire à celle de l'Inde ou de l'Argentine, tandis que le Maroc, l'Arabie saoudite et la Russie connaîtront une poussée plus importante.

Quant à la Tunisie, l'Égypte et la Grande-Bretagne, la croissance devrait être négative (-1,7%), tandis que la France et le Nigeria enregistreront, selon la même source, une faible évolution.

En Algérie, plus de 31 milliards de cigarettes devraient être vendues en 2015 contre 26,256 milliards d'unités en 2011 et 20,6 milliards d'unités en 2005. Impliquant un opérateur public, la Société nationale des tabacs et allumettes (SNTA), ainsi que deux manufacturiers étrangers

(STAEM et British American Tobacco Algeria), la production de cigarettes, notamment à faible ou moyenne teneur en nicotine, a fortement progressé, passant de 21,7 milliards de cigarettes en 2005 à plus de 30 milliards de cigarettes en 2010.

Si l'importation de marques étrangères a concerné quelque 2,048 milliards de cigarettes ou unités en 2009, la contrebande pénètre moins le marché, du moins entre 2005 et 2010, passant de 5,25 milliards de cigarettes à 4,278 milliards de cigarettes. Et d'autant que la consommation nationale a crû de 25,850 milliards de cigarettes en 2005 à près de 29,4 milliards en 2011. Selon la même source, les fumeurs adultes (âgés de plus de 18 ans) représentaient, en 2010, plus de 26% de la population algérienne, soit 6,174 millions d'accros dont 5,3 millions d'hommes (44,5%) et 865 000 femmes (7%).

Les Algériens fument près de 30 milliards de cigarettes

Fumer est un plaisir qui ne souffre d'aucune inhibition, les Algériens étant de grands consommateurs davantage que les habitants de certains pays développés, malgré l'impact financier sur les dépenses et l'assurance sociale.

Et cela même si la consommation masculine adulte, tournée vers le tabac fort en nicotine, tend à diminuer, a contrario de celle juvénile et même féminine, en progression et avec une prédilection pour les cigarettes à faible ou moyenne teneur en nicotine.

Voire, le tabagisme concerne également les mineurs, 11% des enfants notamment ceux âgés entre 11 et 13 ans étant des fumeurs réguliers ou occasionnels.

Et dans le contexte où l'arsenal législatif et réglementaire en matière de lutte antitabac et préservation de la santé a été, certes, renforcé, mais reste cependant insuffisamment appliqué. En ce sens, l'on recense environ 130 décès pour 100 000 habitants, en raison de la consommation de tabac, même s'il est difficile d'établir une corrélation exacte.

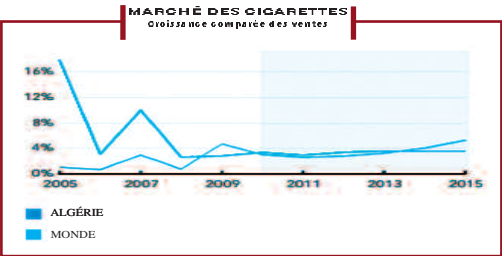
Chérif Bennaceur

EN UN CLIN D'ŒIL

L'évolution se stabilisera vers 2015

Après avoir connu des fluctuations entre 2005 et 2008, la croissance du marché du tabac (en termes de glissements annuels) a repris dès 2009.

Cette évolution se poursuivra mais devrait se stabiliser à l'horizon 2015 à moins de 4%. Voire, elle sera moindre à la croissance dans le monde, celle-ci devant dépasser les 4% à cet horizon. Et cela d'autant que la progression de la consommation se poursuivra en Algérie sans être bridée par des contraintes d'ordre réglementaire, de productivité ou de préservation de la santé.



Fumer en Algérie, un marché de 2,3 milliards de dollars

Plus de 30 milliards de cigarettes produites en 2010 en Algérie. En valeur, cela représente 2,257 milliards de dollars US. Soit, près de 63,7 dollars par habitant. Et avec un taux de croissance annuelle sur la période 2010-2015 estimé à 3,4%. Avec ces chiffres, l'Algérie se positionne comme valeur médiane, classée par rapport à d'autres pays. En d'autres termes, la moitié des pays du globe ont une taille de marché inférieure. Concernant la consommation par habitant, 28% des pays du monde ont une consommation inférieure à 63,7 dollars. De même, le marché algérien compte parmi les 26% des pays qui enregistrent une croissance supérieure à 3,4%.

