
**Consommer
dans un environnement incertain
Le paradoxe des classes moyennes africaines**

Hélène Quénot-Suarez

Mars 2012



**Programme
Afrique subsaharienne**

L'Ifri est, en France, le principal centre indépendant de recherche, d'information et de débat sur les grandes questions internationales.

Créé en 1979 par Thierry de Montbrial, l'Ifri est une association reconnue d'utilité publique (loi de 1901).

Il n'est soumis à aucune tutelle administrative, définit librement ses activités et publie régulièrement ses travaux.

L'Ifri associe, au travers de ses études et de ses débats, dans une démarche interdisciplinaire, décideurs politiques et experts à l'échelle internationale.

Avec son antenne de Bruxelles (Ifri-Bruxelles), l'Ifri s'impose comme un des rares *think tanks* français à se positionner au cœur même du débat européen.

*Les opinions exprimées dans ce texte
n'engagent que la responsabilité de l'auteur.*



ISBN : 978-2-36567-003-6
© Ifri – 2012 – Tous droits réservés

Ifri
27, rue de la Procession
75740 Paris Cedex 15 – FRANCE
Tél. : +33 (0)1 40 61 60 00
Fax : +33 (0)1 40 61 60 60
Email : accueil@ifri.org

Ifri-Bruxelles
Rue Marie-Thérèse, 21
1000 – Bruxelles – BELGIQUE
Tél. : +32 (0)2 238 51 10
Fax : +32 (0)2 238 51 15
Email : info.bruxelles@ifri.org

Site Internet : ifri.org

Sommaire

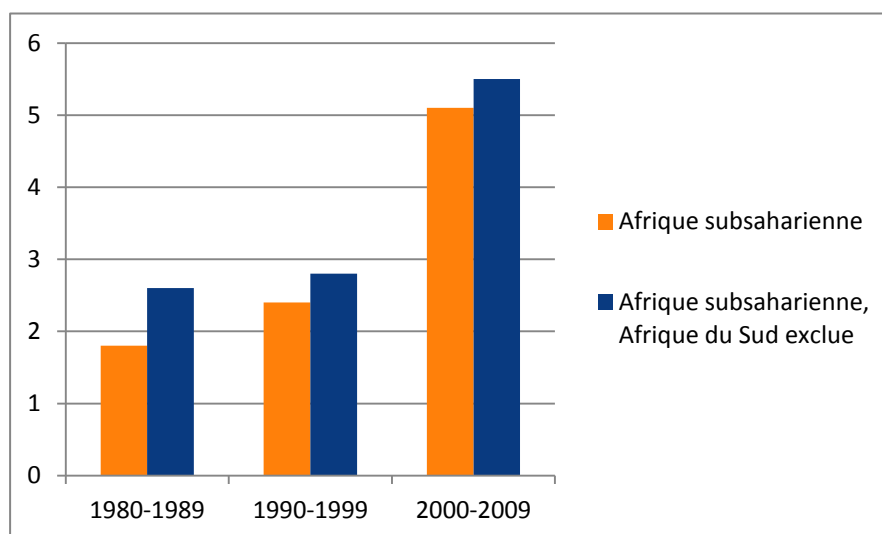
INTRODUCTION	3
PEUT-ON PARLER DE « CLASSES MOYENNES » EN AFRIQUE ?.....	7
Le terme de « classe » ne convient pas	7
Classe moyenne locale, classe moyenne globale : des réalités différentes.....	9
Un groupe très disparate	11
CONSOMMER EN TOUTE SECURITE : ACHAT ET LIEN SOCIAL	17
Supermarchés : l'accès à une consommation « à l'occidentale » ?	17
Traditionnel et informel : la consommation comme patrimoine social	19
<i>La grande modernité de systèmes souples.....</i>	<i>20</i>
<i>Réseaux alternatifs et de seconde main</i>	<i>23</i>
STRATEGIES DE SECURISATION ET DE TRANSMISSION : LA RECHERCHE DE L'AUTONOMIE.....	27
Futurs incertains.....	27
« Investir dans la pierre » : une stratégie de longue durée	29
CONCLUSION.....	37
Un continent encore loin d'être unifié	37
De nouveaux défis	39
BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE.....	43

Introduction

« 300 millions¹ de personnes appartenant aux classes moyennes africaines, autant de consommateurs potentiels » : l'image peut faire rêver plus d'un entrepreneur. De fait, alors que l'afro-pessimisme avait prévalu pendant de longues années au sein de l'opinion publique occidentale, c'est maintenant un afro-optimisme excessif qui semble être le nouveau catéchisme en vogue, dans les médias comme dans les milieux économiques.

L'évolution économique du continent permet de fait d'être optimiste. Cependant, il faut mesurer la solidité des fondements de la croissance africaine : si le continent connaît effectivement une croissance moyenne annuelle de 5 % de son PIB, celui-ci reste cependant modeste. En outre, comme nous allons le voir, la croissance et le dynamisme économiques sont très inégalement répartis et ce, à toutes les échelles considérées.

Figure 1 : Croissance moyenne du PIB en Afrique subsaharienne (en %)



Source : World Bank, *Africa Development Indicators 2011*, 2011, p. 9, http://data.worldbank.org/sites/default/files/adi_2011-web.pdf

Hélène Quénot-Suarez est chercheur au programme Afrique subsaharienne de l'Ifri.

¹ Les chiffres varient selon les modes de définition de la catégorie « classe moyenne », nous le verrons dans la première partie de cette note.

L'optimisme affiché à propos du continent procède au moins autant d'un changement de perspective sur le continent que de son développement effectif. Le continent « des catastrophes », que l'on plaint et/ou victimise est apparu, dans un contexte international renouvelé, comme la « dernière frontière » pour les investisseurs. Les classes moyennes africaines, pallient, aux yeux des investisseurs, la faiblesse de leurs revenus par leur nombre et par le fait que les marchés sont encore largement à construire.

L'image de l'Afrique « qui progresse » peut donc être le résultat d'une entreprise – peut-être cynique et tout aussi factice que son pendant afro-pessimiste – de légitimation de la conquête de nouveaux marchés. Cette légitimation passe par la minimisation des situations de catastrophe, dont la trop grande visibilité rendrait au moins très contestable aux yeux du public, en particulier occidental, la volonté des grandes firmes de conquérir le marché. Dans l'ensemble, d'ailleurs, l'image du continent est largement le résultat des choix des médias : l'actuelle crise alimentaire en Afrique de l'Est souffre d'un silence tout à fait assourdissant dans les médias occidentaux alors que les crises alimentaires des années 1980 avaient bénéficié d'une grande couverture médiatique, en particulier du fait de leur irruption sur la scène internationale en fin d'année².

L'émergence d'une classe moyenne, l'accès de la population africaine à des biens et services de plus en plus nombreux sont bien réels mais ne doivent pas conduire à un optimisme béat : le continent est vaste et les situations régionales et nationales sont extrêmement variées. Par ailleurs, en l'absence de régulation et de sécurisation politiques fortes, la croissance économique, même forte, garde dans une majorité de situations nationales des éléments de fragilité.

Parler des « classes moyennes » dans ce contexte de croissance économique renvoie à l'image que la situation du continent africain tend, aux yeux du monde, à se « normaliser ». Pourtant, les situations restent très variables d'une zone à l'autre. Les classes moyennes oscillent entre le désir de consommer et l'inquiétude face à ces lendemains peu sécurisés. Cette histoire lourde, dans des contextes toujours difficiles et avec une croissance économique rapide est donc autant de facteurs qui modèlent une attitude ambivalente et complexe de la population accédant au « statut » de « classe moyenne » vis-à-vis de la consommation.

² Éthiopie, novembre-décembre 1984 ; Sud-Soudan, décembre 1988 ; Somalie, décembre 1992. Voir Alex de Waal, « Dix ans de famines dans la Corne de l'Afrique : un premier bilan de l'action humanitaire », *Politique Africaine*, n° 50, juin 1993, p. 74-87 : « L'un des traits les plus importants et les plus marquants de ces crises est le moment auquel elles sont intervenues : toutes ont eu lieu entre une élection présidentielle américaine et la fin de l'année. Les semaines qui suivent l'élection ou la réélection d'un candidat à la présidentielle dévoué à la cause de l'enrichissement de tous et à la lutte contre la récession intérieure, alors que Thanksgiving et Noël approchent, constituent une période où la conscience politique américaine est la plus vulnérable » (p. 74).

Il ne s'agit pas ici de faire un état des lieux de ce que les classes moyennes consomment mais plutôt d'analyser quelques points clés – l'achat comme élément de socialisation et la question de la sécurisation par exemple – qui permettent d'expliquer au moins en partie les choix opérés par cette population et de comprendre son positionnement social.

Peut-on parler de « classes moyennes » en Afrique ?

Le terme de « classes moyennes » est souvent utilisé au pluriel dans le langage courant, comme pour rappeler implicitement à quel point le concept est flou. S'atteler à une définition n'est donc pas seulement un exercice académique, c'est également – et surtout – une nécessité pour comprendre les dynamiques à l'œuvre au sein des populations africaines.

Par ailleurs, s'obliger à définir les classes moyennes permet d'identifier ses implications en termes idéologiques et en termes de représentation du monde. Cela permet, au moins partiellement, de ne pas plaquer un concept historiquement très lié à l'économie industrielle occidentale à un continent qui n'a pas du tout eu la même trajectoire.

Le terme de « classe » ne convient pas

Le premier problème rencontré, en français, est l'utilisation du terme de « classe », très connoté historiquement et idéologiquement. La « classe moyenne » est un concept qui a été créé pour tenter de définir l'émergence d'un nouveau type de « travailleurs », une nouvelle catégorie de « salariés liés à la modernisation de la structure de production industrielle »³. Il s'agissait alors de pouvoir décrire des travailleurs qui n'appartiennent pas à la classe ouvrière, parce qu'ils n'ont pas le même type d'emploi, la même culture ni la même conscience de classe mais qui n'ont pas pour autant un patrimoine suffisant pour être définis comme « bourgeoisie ». L'expression s'inscrit donc dans un contexte économique et industriel très particulier et spécifiquement occidental.

Le problème de définition est compliqué par le fait que le terme « classes moyennes » recouvre des réalités différentes selon les langues. Ainsi, l'analyse de « *middle class* » anglo-saxonne ne met pas l'accent sur les mêmes points que l'analyse française. Les Anglo-Saxons mettent plus l'accent sur les modes de vie et la consommation quand la démarche française tend à donner plus

³ Catherine Bidou-Zachariasen, « Les classes moyennes : définitions, travaux et controverses », *Éducation et société*, 2/2004 (n° 14), p. 119-134.

d'importance au revenu et au patrimoine. Les Anglo-Saxons ont en conséquence développé des descripteurs fins tels que « *lower middle class* » ou « *upper middle class* » qui n'existent pas en français⁴.

Qu'en est-il dans des pays non occidentaux ? En Chine, par exemple, l'histoire idéologique interdit presque de parler de « classe moyenne ». C'est une sorte d'aberration sémantique : comment concevoir une « classe moyenne » dans une pensée marxiste où la classe ouvrière, révolutionnaire, s'oppose au capital ? L'expression « revenu moyen » (*zhongden shouru*) n'a été autorisée par le Congrès du parti qu'en 2002⁵. On voit aisément la limite de cette expression « autorisée », qui ne se réfère qu'au patrimoine et met de côté les pratiques et la culture.

L'application du terme à une société non occidentale permet de mettre en valeur ses sens implicites. Ainsi, le terme désigne dans l'Occident postindustriel la majorité des membres de la société. Ce n'est pas le cas en Chine, où la part de la classe moyenne ne dépasse pas 20 % de la population, présentant une structure sociale « en forme de « tête d'oignon » [...] avec un corps assez important mais une base encore plus importante »⁶.

Ce rappel de la difficulté de la définition du concept qui nous intéresse et des difficultés sémantiques liées à sa traduction est important pour une analyse africaine. Ces considérations doivent nous inviter à toujours garder à l'esprit que l'expression « classes moyennes » n'est qu'un pis-aller, mal adapté à des sociétés non-occidentales. Sa définition est bien plus souvent en creux que positive. Par ailleurs, c'est un point essentiel, une société « avec » des classes moyennes n'est pas forcément une société « de » classes moyennes. Il existe bien – dans des proportions variables selon les régions – une augmentation du nombre de personnes qui ne sont pas pauvres mais n'appartiennent pas non plus à l'élite culturelle, politique ou économique.

⁴ Virginie Gimber & Arnaud Rohmer, « Les classes moyennes en quête de définition », *Observatoire des Inégalités*, février 2009, <http://www.inegalites.fr/spip.php?article727>

Consulté le 24 septembre 2010

⁵ « Chapitre 4 : La classe moyenne chinoise dans un parcours de sociologie » Interview de Li Qiang, in Jean-Louis Rocca, *La société chinoise vue par ses sociologues*, Presses de Sciences Po « Académique », 2008, p. 134.

⁶ Xiaohong Zhou, « Chapitre 5 : La classe moyenne chinoise. Réalité ou illusion ? », Jean-Louis Rocca, *La société chinoise vue par ses sociologues*, Presses de Sciences Po « Académique », 2008, p. 156.

Classe moyenne locale, classe moyenne globale : des réalités différentes

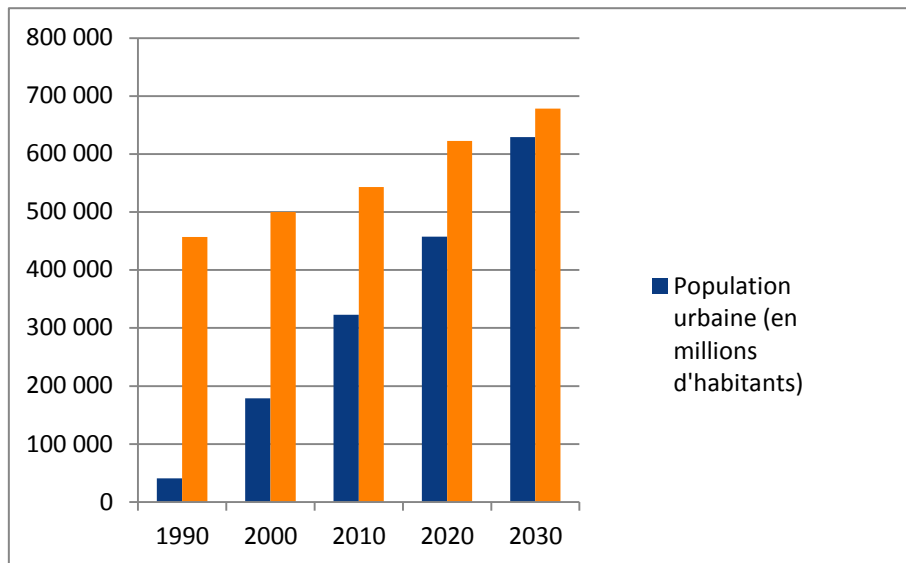
En Afrique, nous l'avons dit, la question des classes moyennes est revenue sur le devant de la scène car le développement du continent s'accélère. Depuis 20 ans, la croissance a touché la plupart des pays africains, et pas seulement, comme on le croit souvent, ceux qui ont d'importantes ressources naturelles. Ainsi, le Ghana a connu une croissance annuelle moyenne de son PIB de 4,3 % dans les années 1990. Cette croissance s'est accentuée pour atteindre 5,5 % entre 2000 et 2008⁷ alors que le pays ne possédait pas encore de ressources naturelles importantes⁸. Avec une croissance moyenne de 5 % du PIB, l'Afrique apparaît depuis quelques années comme un « eldorado » pour les entreprises privées, le dernier marché à conquérir. De fait, le continent compte un milliard d'habitants qui, à leur modeste niveau, souhaitent consommer et constitueront, en 2050, plus de 20 % de la population mondiale⁹. Cet accroissement très rapide de la population se double d'une très forte urbanisation. Actuellement, avec 45 % d'urbains, le continent se rapproche des moyennes chinoises. Cette urbanisation est un élément essentiel parce qu'elle permet un accès plus facile aux lieux de consommation et qu'elle unifie l'offre et la demande.

⁷ William Davidson Institute cité par Amine Tazi-Riffi, *Lions on the Move : L'Afrique à l'aube d'une croissance pérenne*, McKinsey et Africa Partnership Forum, 21 avril 2011, p. 6, <http://www.nepad.org/system/files/Lions%20on%20the%20Move.pdf>
Consulté le 20 juin 2011.

⁸ Les premiers barils de pétrole ont été extraits début 2011 à l'ouest du pays mais on ne connaît pas encore l'impact économique de l'exploitation du gisement.

⁹ Nations Unies, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, *World Population Prospects: The 2006 Revision, Highlights*, Working Paper ESA/PWP.202, p. 1

Figure 2 : Répartition de la population urbaine et rurale en Afrique subsaharienne (Afrique sans Maghreb, Sahara occidental et Égypte)



Source : UN-HABITAT's Global Urban Indicators database, <http://www.unhabitat.org/stats/Default.aspx>, consulté le 15 mars 2012

Deux types de définitions des classes moyennes coexistent. La *Global Middle Class* (GMC) est constituée de la population mondiale qui gagne entre 4 000 et 17 000 \$ par an (soit de 12 à 50 \$ par personne et par jour). En pratique, cette définition couvre la classe moyenne du Brésil à l'Italie et permet une comparaison entre pays de zones différentes. Elle ne permet cependant pas de saisir les dynamiques à l'œuvre sur le continent africain car alors presque tous les Africains devraient être considérés comme pauvres. Sur le milliard d'habitants du continent, seuls 43 millions appartiennent à la GMC. Il faut donc tenter de déterminer ce qu'est une classe moyenne africaine en gardant à l'esprit que le continent, qui compte plus de 50 pays, présente des disparités locales fortes. Cependant, il est indéniable qu'il présente également une convergence de dynamiques.

La définition en termes absolus pose donc des difficultés puisqu'elle ne permet pas de rendre compte des dynamiques à l'œuvre sur le continent. La définition en termes relatifs – on peut alors parler de *Local Middle Class* (LMC) – semble plus adaptée à la réalité des pays africains, puisqu'elle intègre les individus dont le revenu est compris entre 0,75 et 1,25 fois le revenu médian du pays. Si cette définition est plus adaptée, elle ne doit pas faire oublier le fait que, face à une masse de très pauvres, le revenu « moyen » peut paradoxalement être marginal.

Qu'est-ce donc qu'appartenir à la classe moyenne en Afrique subsaharienne ? L'élément principal est que c'est une population qui est sortie des logiques de survie. Qu'importe de gagner 2 ou 10 \$ par jour : la classe moyenne se définit d'abord par le fait qu'elle connaît une certaine stabilité. Cette stabilité, même relative, permet au moins

de dégager de petites sommes, investies dans des produits ou des services nouveaux. Il s'agit alors par exemple de pouvoir s'acheter un téléphone portable et d'y mettre régulièrement des unités¹⁰. La sortie de la survie permet également de faire des projets pour l'avenir. Ainsi, les classes moyennes investissent largement dans l'éducation de leurs enfants et peuvent envisager de devenir propriétaire de leur logement.

Nous conserverons donc ici l'expression « classes moyennes » en gardant à l'esprit qu'elle est très imparfaite. Encore une fois, le recours au chinois peut se révéler très utile. Ainsi, les Chinois parlent volontiers de « petite prospérité ». L'intérêt de l'expression est qu'elle ne fait pas référence à une « classe » et qu'elle permet d'intégrer à la réflexion l'ensemble des tout petits épargnants qui, pour modestes qu'ils soient, sont la base de la « moyennisation » des sociétés africaines¹¹. En termes de chiffres stricts, les classes moyennes regroupent donc des individus qui gagnent au moins entre 2 (sortie de la survie) et 10 \$ par jour. L'estimation haute est le groupe-cible des banques africaines, qui veulent attirer les ménages gagnant entre 800 et 1 500 \$ par mois.

Un groupe très disparate

Il est tentant d'utiliser le singulier pour définir la classe moyenne. Cette « classe » est de fait extrêmement hétérogène. Cela s'explique par le fait qu'il y a plusieurs manières d'accéder au « statut » moyen. Pierre Bourdieu¹² a éclairé ce point en divisant ce qu'il appelle la « petite bourgeoisie » en trois catégories :

- - celle en déclin. Il s'agit des artisans et commerçants indépendants, qui sont de fait de moins en moins nombreux
- - la petite bourgeoisie « d'exécution » : il s'agit des employés et des cadres moyens. Cette population salariée est d'une certaine manière la classe moyenne

¹⁰ Il n'y a pas toujours de corrélation entre « avoir un téléphone portable » et « pouvoir téléphoner » en Afrique. Dans la plupart des pays, c'est le rechargement par carte qui prévaut et les téléphones sont souvent vides ou tout juste chargés pour permettre de « flasher » ou « bipper » (c'est-à-dire de faire rappeler) la personne qui doit être jointe. Par ailleurs, les services voix restent onéreux.

¹¹ Dominique Darbon, « Une classe moyenne peut en cacher une autre : l'émergence de la petite prospérité en Afrique », *Afrique Eco*, *L'Expansion.com*, 03 juin 2010,

http://l'expansion.lexpress.fr/afrique/une-classe-moyenne-peut-en-cacher-une-autre-l-emergence-de-la-petite-prosperite-en-afrique_233325.html

Consulté le 11 décembre 2011

¹² Pierre Bourdieu, *La distinction*, 1979, cité par Catherine Bidou-Zachariasen, « Les classes moyennes... », *op. cit.*, p. 121

« historique » puisque c'est la généralisation du salariat qui a conduit à l'émergence du groupe en Occident au cours du XIX^e siècle.

- - La nouvelle « petite bourgeoisie ». Il s'agit là des professions intermédiaires de l'éducation et de la santé par exemple.

Cette variété des statuts empêche largement l'émergence d'une « conscience de classe » qui permettrait aux personnes à revenu moyen de peser politiquement. Par ailleurs, comme le rappelle Bourdieu, la classe moyenne est, par définition, toujours tiraillée entre le « haut » et le « bas », entre l'endroit d'où elle vient et celui auquel elle tend à accéder. Cela complique la définition et la conscience de soi en tant que classe mais cela permet, au gré des opportunités et des désirs de se comporter (en matière culturelle, éducative, alimentaire, etc.) tantôt comme le « haut », tantôt comme le « bas ». Cela permet l'émergence de pratiques culturelles innovantes, qui pallient en partie le « déficit d'inscription sociale » dont souffrent les classes moyennes¹³. Cette originalité des pratiques est d'autant plus forte que les classes moyennes africaines sont constituées de gens qui cumulent les activités. Ainsi, un salarié peut avoir une activité moins « officielle », de commerce, par exemple, en marge de son activité principale, ce qui lui permet d'obtenir des revenus complémentaires¹⁴ :

« Greffier, Papa Sidi Lô arrondit [...] ses fins de mois en jouant les consultants en création d'entreprises entre deux audiences. "Personne ne dit tout, mais si tu n'as pas d'autres revenus, tu vas à la guillotine financière" »

Il apparaît donc que le seul revenu des ménages ne peut suffire à définir les classes moyennes. Les pratiques sont également un point important. Il faut donc, pour tenter une analyse complète des classes moyennes en Afrique, croiser plusieurs facteurs, que sont leurs revenus et leur patrimoine (l'avoir), leur statut social (l'être) et leurs pratiques (le faire).

L'avoir se réfère au salaire et au patrimoine des personnes concernées. Nous l'avons vu, se référer au salaire local et non à des normes globales est déjà, en soi, un choix scientifique.

¹³ En l'occurrence, il s'agit du fait que, les classes moyennes étant mobiles, elles possèdent peu de caractères propres. Voir Catherine Bidou-Zachariassen, « Les classes moyennes... », *op. cit.*, p. 123-124 : « Pour ma part [...] j'avais pu vérifier l'hypothèse que la forte visibilité ou "agitation" culturelle (mouvements sociaux hors travail et pratiques sociales innovantes) de ces couches sociales avait à voir avec leur déficit d'inscription sociale, lui-même lié à des itinéraires fréquents de décalage ou de mobilité sociale et au fait qu'elles exerçaient des professions nouvelles ou en renouvellement, offrant peu de support d'identification sociale ».

¹⁴ Benjamin Neumann, « Thiès se découvre une classe moyenne », *L'Expansion.com*, 1er février 2008, http://lexpansion.lexpress.fr/afrique/thies-se-decouvre-une-classe-moyenne_141385.html ; consulté le 4 janvier 2011

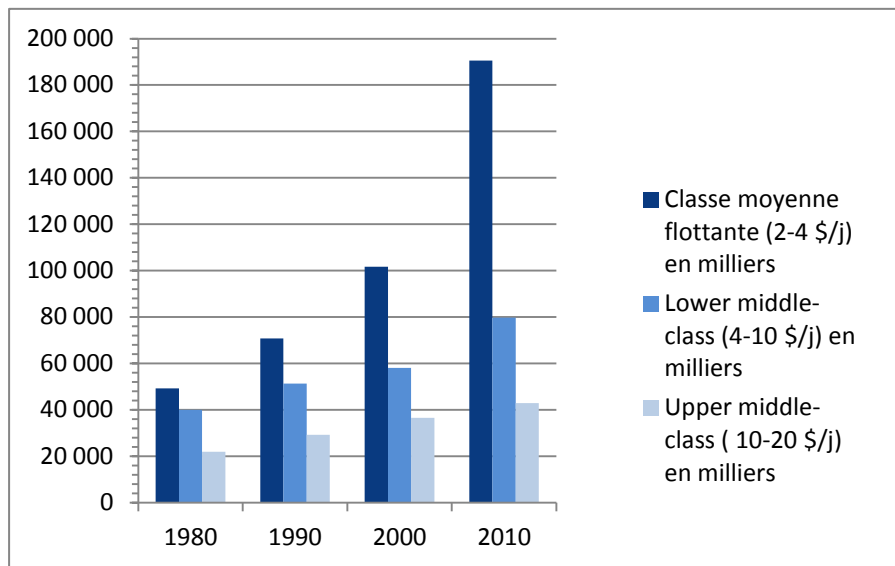
L'être est le point le plus délicat : comme nous l'avons expliqué, les classes moyennes, contrairement à ce que le terme « classe » pourrait laisser entendre, n'ont pas de conscience d'elles-mêmes. Par ailleurs, elles sont difficilement identifiables par les autres groupes de population. Lors de nos dernières recherches de terrain menées au Ghana en 2011 nous avons pu interviewer des personnes qui se définissaient comme faisant partie de la « classe moyenne » parce qu'elles étaient tout juste sorties des logiques de survie. À l'autre bout de la « classe », une professeure d'université se définissait également comme « classe moyenne », alors que son mode de vie (voyages réguliers et études à l'étranger, voitures, consoles de jeux pour les enfants) la place plus nettement dans l'élite ghanéenne voire dans la classe moyenne globale. Son identification à la classe moyenne peut cependant s'expliquer par le fait que, contrairement à beaucoup de ses collègues, elle tient à un mode de vie « africain », en termes de nourriture et d'habillement en particulier. Par ailleurs, les « *upper middle classes* », plus en contact avec l'international savent, consciemment ou non, que l'expression « classe moyenne » porte, bien plus que le terme « élite », des valeurs positives en termes de démocratisation et de résultats économiques. S'en revendiquer est donc une manière de se légitimer au plan international¹⁵.

Le « faire », enfin, est paradoxalement l'élément le mieux identifiable. Les classes moyennes sont définies *a posteriori* par ce qu'elles font. Elles mettent en place des stratégies de « sécurisation » pour éviter le déclassement et le retour aux logiques de survie. Ces stratégies sont très coûteuses financièrement mais nécessaires : en effet, la Banque africaine de développement (BAD) estime qu'une part de plus en plus importante de la classe moyenne est « flottante » et peut donc retomber dans la survie lors d'une crise¹⁶.

¹⁵ Entretiens avec Dominique Darbon, professeur de science politique, IEP de Bordeaux, 2011

¹⁶ Charles Leyeka Lufumpa (dir.), *The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa*, Market Brief, Banque africaine de développement, 20 avril 2011, p. 18

Figure 3 : Composition du « groupe » classes moyennes (2-20 \$/j) en fonction des revenus



Source : Charles Leyeka Lufumpa (dir.), *The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa*, Market Brief, Banque africaine de développement, 20 avril 2011, p. 3

Il s'agit en particulier de l'investissement dans l'immobilier et dans l'éducation des enfants. On pourrait dire en s'inspirant de Bourdieu qu'il s'agit de créer un « patrimoine » (culturel et immobilier) destiné aux enfants. D'autre part, à plus court terme, les classes moyennes consomment de nouveaux produits, mieux adaptés à leur demande et à leur bourse adoptant peu à peu un style de vie spécifique et créant ainsi une « *african way of life* ».

C'est sur ce « faire » que nous allons insister, parce que c'est celui qui semble présenter le plus de points de convergence et qui inclut de manière indirecte les deux autres volets : le faire est conditionné par l'avoir et produit de la conscience de soi (l'être) par les pratiques.

Enfin, il ne faut jamais perdre de vue le caractère performatif de l'étude des classes moyennes : c'est en tentant de les définir et, surtout, de les nommer, qu'on les crée¹⁷. Dans le cas précis des classes moyennes, leur étude précède leur conscience de classe et contribue en retour à constituer leur identité.

L'expression de « classes moyennes » est donc un terme imparfait mais utile pour désigner une partie de la population africaine qui n'appartient pas à l'élite économique ou culturelle mais qui accède néanmoins à la sécurité et à la consommation. Même si les sommes dépensées sont modestes, la masse que représentent les

¹⁷ Elodie Escusa, *Classes moyennes en Afrique : document de travail*, LAM-IEP de Bordeaux, 2011.

classes moyennes – entre 300 et 500 millions de personnes¹⁸ – crée de nouvelles dynamiques. C'est la promesse de s'attacher ces millions de consommateurs potentiels qui a incité les entreprises étrangères et locales à investir massivement sur le continent. Pour autant, les pratiques de consommation des classes moyennes restent très locales et donnent lieu à des métissages culturels complexes.

¹⁸ Charles Leyeka Lufumpa (dir.), *The Middle of the Pyramid...*, *op. cit.*, p. 1.

Consommer en toute sécurité : achat et lien social

La plus grande « richesse », même relative, des classes moyennes a entraîné leur accession à la société de consommation. Cela n'implique cependant pas, loin de là, une occidentalisation des pratiques. Pour comprendre quelles sont leurs pratiques de consommation, nous allons nous arrêter sur la question des « lieux » d'achat, dont les problématiques permettent également d'appréhender les choix de produits consommés. De fait, les lieux d'achat permettent d'envisager la question du formel et de l'informel, le caractère éminemment social de la consommation et la volonté, à la fois culturelle et politique, de consommer « africain ».

Il s'agit de montrer ici que la diversification de l'offre de consommation a certes modifié les habitudes de consommation mais n'a pas entamé des pratiques spécifiquement africaines, qui se trouvent adaptées mais non abandonnées. La consommation reste un acte social majeur, dans des sociétés qui mettent plus l'accent sur les relations interpersonnelles que sur les objets.

Supermarchés : l'accès à une consommation « à l'occidentale » ?

Les supermarchés et les « *malls*¹⁹ » (centres commerciaux) se sont développés de manière très rapide ces dernières années sur le continent. Naguère réservés à des pays assez développés, tels que l'Afrique du Sud ou le Kenya, ils se sont multipliés dans des pays traditionnellement moins pourvus, qu'ils soient comparativement plus pauvres – comme le Ghana – ou de tradition francophone et donc moins habitués aux « *malls* » – comme le Sénégal. Sur ce marché de la grande distribution, l'évolution est très rapide. Ainsi, le géant sud-

¹⁹ Je conserverai ici le terme de *mall* car le terme « centre commercial » ne rend pas tout à fait compte de la grande variété d'activités proposées par les *malls* : on y trouve évidemment des magasins (supermarchés et boutiques) mais également de nombreux restaurants (les *food courts*), des aménagements touristiques (fontaines, marchés traditionnels) et des loisirs (cinémas, bowlings) qui en font de véritables lieux de vie où il est possible de passer une journée entière.

africain Shoprite affiche un chiffre d'affaires de 7 milliards d'euros, soit 7,3 % de croissance en 2010²⁰.

L'enseigne est présente dans 16 pays africains, hors l'Afrique du Sud²¹. Même si c'est l'Afrique du Sud qui tient l'essentiel du marché de la grande distribution, d'autres enseignes sont très dynamiques, comme par exemple le Kényan Nakumatt, qui essaime dans les pays de la sous-région. Ils se différencient des « grandes surfaces » historiques, tenues par la communauté libanaise ou la communauté indienne selon les zones, qui proposent des produits occidentaux importés à des prix très élevés. Situés en centre-ville, ceux-ci concernent une clientèle essentiellement expatriée ou de très haut niveau économique. L'émergence de nouvelles grandes surfaces permet de toucher une nouvelle clientèle, africaine : elles proposent certaines marques occidentales ainsi que des marques locales à des prix beaucoup plus modestes pour des produits qu'il était auparavant difficile de trouver, qu'ils soient exotiques, comme l'huile d'olive ou simplement considérés comme luxueux, tels que les livres neufs.

Ces centres commerciaux et ces supermarchés sont très visibles et semblent, de l'extérieur, symboliser l'émergence de nouveaux types de consommation, proches des habitudes occidentales. Les *malls* sont d'indéniables centres d'attraction pour les populations urbaines. De fait, la présence de fast-foods, d'animation et, élément non négligeable, de la climatisation attirent les familles, qui viennent s'y « promener ». Les visites n'impliquent cependant pas encore systématiquement des achats. Ainsi, au Sea Plaza, le nouveau *mall* dakarois ouvert en juillet 2010, peine à faire dépenser les visiteurs. De fait, les boutiques du centre sont souvent très luxueuses et donc inaccessibles à la plupart des Sénégalais²², qui pourront plutôt faire quelques courses au supermarché puis dépenser en nourriture ou sucreries. Au Ghana, une rapide enquête de terrain²³ montre que la perception des *malls* est très diversifiée. Si plus d'interviewés rappellent que les prix sont « modérés », d'autres affirment qu'ils sont trop chers. L'achat dans les *malls* et les supermarchés est justifié par la qualité des produits et par le fait que ces endroits soient « pratiques » car c'est un « *one stop shop* »²⁴. On retrouve au cours des entretiens la notion de « *window shopping* » (lèche-vitrines) et de

²⁰ « Afrique du Sud : Le groupe Shoprite investit et se prépare à l'arrivée imminente de Walmart », *UbiFrance*, 24 août 2011, <http://www.ubifrance.fr/boulangerie-patisserie-epicerie-divers/001B1103855A+afrique-du-sud-le-groupe-shoprite-investit-et-se-prepare-a-l-arrivee-imminent.html?SourceSiteMap=1064> ; consulté le 6 janvier 2012.

²¹ « L'Afrique, grande surface arc-en-ciel », *Jeune Afrique*, 11 avril 2011, <http://www.jeuneafrique.com/Article/ARTJAJA2621p120-123.xml0/> ; consulté le 29 avril 2011

²² « Sénégal. Sea Plaza : un temple cherche ses adeptes », *Jeune Afrique*, n° 2616 du 27 février au 5 mars 2011.

²³ Interviews de trente personnes, ayant toutes un emploi, soit salarié soit comme entrepreneur, Accra, janvier 2011.

²⁴ Entretien avec Edwina Assan, fondatrice d'Edtex Ltd., Tema, Ghana, janvier 2011.

promenade. Certaines qualités attribuées aux *malls* sont plus inattendues : certains interviewés indiquent en effet aimer s'y rendre parce que ces endroits sont « *safe* ». Le caractère clôt, peu peuplé et très surveillé des centres commerciaux donne de fait cette impression. Cet élément pourrait être anecdotique à Accra, qui reste une ville globalement très sûre, mais est essentiel dans des villes plus dangereuses, telles que Nairobi ou Johannesburg, où les centres commerciaux sont alors des lieux de sociabilité à part entière et parfois les seuls endroits de la ville où marcher à pied ne présente aucun risque majeur.

Les lieux d'achat « modernes » que sont les supermarchés et les *malls* sont largement des « non-lieux »²⁵, des espaces interchangeables où l'on passe sans créer de lien social. La perception de ces lieux est, elle, en revanche, spécifique à chaque contexte culturel. Dans le cas ghanéen, par exemple, les *malls* sont à la fois des objets de désir et de plaisir, des lieux socialement difficiles à investir et des objets de culpabilité car la consommation ainsi que la pratique de ces lieux nient en partie le caractère éminemment social de l'acte d'achat.

Traditionnel et informel : la consommation comme patrimoine social

Les modes alternatifs de consommation restent importants car, d'une part, l'acte de consommation est un acte hautement social et, d'autre part, ils permettent aux classes moyennes d'accéder à un taux d'équipement supérieur à ce qu'on pourrait attendre de leur niveau de revenus.

²⁵ Marc Augé, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil, 1992.

La grande modernité de systèmes souples

Photo 1 : Vente informelle le long d'une voie
Ouagadougou, décembre 2006.



Source : l'auteur

La photo présentée a été prise à Ouagadougou à l'approche de Noël. Sur le bas-côté d'une grande artère du centre-ville, un jeune homme vend des sapins en plastique, des crèches et des décorations de Noël. Le fait qu'il soit installé dans la rue, hors de toute zone de marché indique que c'est un commerce au moins en partie informel²⁶. Pour autant, il ne vend pas de produits « traditionnels », bien au contraire.

Contrairement à ce qu'il serait facile de penser, le marché informel n'est pas réservé aux pauvres. C'est ce que montre la photo : la cliente potentielle possède une mobylette coûteuse car de très bonne qualité. Son sac à main ainsi que son tailleur impeccable indiquent plus probablement une salariée faisant des achats à la sortie du bureau qu'une femme venant acheter dans l'informel « par défaut ».

²⁶ La notion d'informel mériterait une étude à elle seule. Nous retiendrons que le « secteur informel » est celui qui échappe, au moins en partie, au paiement des taxes et/ou à l'enregistrement. De fait, beaucoup d'activités sont *partiellement* informelles. Par exemple, une structure est formelle mais certains employés travaillent de manière informelle. De même, nous l'avons vu, une même personne peut avoir un emploi « formel » et une activité informelle par ailleurs. Enfin, « informel » ne veut pas dire « sans règle ». Voir par exemple sur ce point Catherine Coquery-Vidrovitch, « Villes coloniales et histoire des Africains », *Vingtième siècle*, vol. 20, n° 20, p. 71, 1988 : « [Les travailleurs informels sont un] groupe social complexe, tout à fait organisé et fortement hiérarchisé, au sein duquel la surexploitation des moins favorisés peut faire la fortune des moins démunis »

Les mêmes produits sont accessibles dans des bazars du centre-ville. Pourquoi alors des classes de population pouvant acheter dans des magasins préfèrent-elles toujours acheter dans l'informel ou, quand les produits sont disponibles sur les marchés, dans une structure plus « traditionnelle » ?

D'une part, l'achat « dans l'informel » est bien souvent plus pratique pour les travailleurs. À Ouagadougou, les magasins sont dans le centre-ville bondé et non accessible par les transports en commun. Les commerces de rue sont plus accessibles car situés plus près des bureaux. On peut même acheter beaucoup de produits (matériel scolaire, eau, glaces et même papier hygiénique !) dans la rue, les vendeurs ambulants mettant à profit les embouteillages (qui se généralisent dans toutes les grandes villes africaines) pour proposer leurs produits. Par ailleurs, les centres commerciaux sont souvent à la périphérie des villes et les classes moyennes n'ont pas toujours de moyen de transport personnel.

D'autre part, dans la rue ou au marché, les prix peuvent toujours être négociés. On peut supposer qu'alors les prix obtenus seront moins élevés que dans une structure formelle. Pourtant, la question du marchandage va au-delà de la question du prix. Il s'agit plutôt d'une *compétence* sociale, de l'occasion pour le vendeur comme pour l'acheteur de jouer de son âge, de son appartenance ethnique ou de son genre. C'est ce qu'explique Mireille Lecarme-Frassy²⁷ :

« Au marché, un individu peut mobiliser dans les interactions plusieurs facettes sociales, de façon allusive ou explicite. La finalité implicite est argumentative. Le site impose la négociation, soit sur les prix, soit sur les quantités. Chaque trait social évoqué produit un type de rapport social. Qu'il s'agisse de la classe d'âge, de l'appartenance à un groupe socioprofessionnel, du statut, de l'ethnie, mais aussi du voisinage, de la parenté, de l'amitié, de la fidélité entre protagonistes, tous ces traits constituent les thèmes majeurs de l'argumentation discursive au marché ».

Au Ghana, sur 30 personnes interrogées ayant des activités salariées ou de petites entreprises, 21 indiquent acheter leurs meubles chez le menuisier, alors que seulement deux mentionnent les grandes surfaces spécialisées²⁸ : outre la question du coût, elles rappellent ainsi que les classes moyennes ne peuvent – ou ne veulent – s'affranchir du fait que leurs pratiques d'achat sont des

²⁷ Mireille Lecarme-Frassy, *Marchandes dakaroises entre maison et marché: approche anthropologique*, Paris, L'Harmattan, coll. « Études africaines », 2000, p. 60.

²⁸ Cinq n'ont pas répondu à cette question ; une interviewée indique que ce sont ses parents qui fournissent les meubles, le dernier est charpentier et les fabrique lui-même.

pratiques sociales et que le lieu et le vendeur comptent autant – si ce n'est plus – que le bien acheté.

**Photo 2 : Vendeur de glaces dans les embouteillages
Accra – janvier 2011**



Source : l'auteur

La présence d'un prix fixe dans les supermarchés empêche en conséquence cette souplesse permise par la négociation, en particulier les « aides » ponctuelles quand un client a des difficultés financières. Une chef d'entreprise ghanéenne notait lors d'une interview que beaucoup de ses compatriotes préféraient acheter au marché plutôt qu'au supermarché, arguant que les produits y étaient « moins chers » alors même que les détaillants du marché se fournissaient dans lesdits supermarchés²⁹. On peut l'analyser comme le fait que ce

²⁹ Entretien avec Edwina Assan, fondatrice de Edtex Ltd., Tema, Ghana, janvier 2011.

qui est « cher » n'est pas ce qui est le plus coûteux en soi mais bien ce qu'il est difficile de payer.

Enfin, le recours aux réseaux traditionnels, formels ou non, en particulier pour la nourriture, permet de connaître la provenance des produits. Ainsi, les Ouagalais³⁰ couvrent parfois de grandes distances en ville pour s'approvisionner en maraîchages chez des détaillants connus et éviter ceux dont les champs sont enrichis d'engrais non contrôlés et triés. Les maraîchers passent parfois de fait des accords – illégaux – avec les ramasseurs d'ordures pour qu'ils déversent à proximité de leurs champs les déchets ménagers ramassés, qui sont de fait très fertiles grâce aux excréta humains et aux déchets végétaux mais également très dangereux du fait par exemple de la présence de métaux lourds issus de la dégradation des piles électriques³¹.

L'achat dans des structures traditionnelles et/ou informelles reste donc, dans le contexte africain, une institution, au sens large du terme, avec ses règles et ses pratiques qui, sans être écrites ou exprimées, sont très codifiées.

Il ne faut pas sous-estimer ce point dans l'analyse de l'usage des supermarchés. Il serait en effet réducteur d'opposer le choix d'acheter en supermarché à celui d'aller au marché. Les supermarchés ne sont pas la négation de l'achat « socialisant » mais plutôt un nouveau type d'offre. Dans les supermarchés, la relation au vendeur est par définition bien moindre. En revanche, acheter dans les supermarchés est – en partie – l'affirmation d'une identité d'un type nouveau, qui met en avant la réussite sociale, la modernité, l'efficacité et peut-être finalement l'appartenance à une « classe » de population, qui transcende les catégories habituelles. C'est une complémentarité qui permet de penser que la multiplication des structures modernes de consommation ne signera pas la fin des structures plus « traditionnelles ».

Réseaux alternatifs et de seconde main

L'achat négocié dans des structures informelles ou traditionnelles comme les marchés permet en outre aux acheteurs d'avoir accès à des produits de seconde main. Cet accès est essentiel sur le continent africain, en particulier pour les produits les plus manufacturés. Ainsi, le marché des téléphones portables d'occasion est extrêmement important. Il permet à des acheteurs très modestes de s'équiper à bas coût avec des produits en bon état et d'un niveau

³⁰ Habitants de Ouagadougou

³¹ Derek Eaton, & Thea Hillhorst « Opportunities for managing solid waste flows in the peri-urban interface of Bamako and Ouagadougou », *Environment & Urbanization*, vol. 15, n° 1, avril 2003, p. 55 et 56.

technologique permettant des réparations faciles. Annie Chéneau-Loquay, note, dès 2001³² :

« À côté du siège d'Alizé, l'opérateur de téléphonie mobile à Dakar, s'installait en mars avril 1999 un ensemble d'une soixantaine de petites boutiques toutes vouées à la vente de téléphones portables d'occasion ou même neufs et de leurs accessoires. L'on peut y trouver les (avant) derniers modèles des meilleures marques à des prix défiant toute concurrence. Ils sont collectés en Europe ou aux États-Unis et arrivent par conteneurs. [...] Une autre manière courante de se procurer l'appareil est de se le faire offrir par un parent ou un ami »

L'accès à du matériel technologique a sans doute été favorisé par le fait qu'il était vendu dans des structures de type « informel » ou du moins « locales » : les grandes boutiques des opérateurs internationaux peuvent se révéler impressionnantes pour de nouveaux consommateurs modestes qui pensent ne pas avoir le « capital social » suffisant pour entrer dans de tels espaces. Le marché évolue cependant rapidement et les fabricants historiques de téléphones mobiles ainsi que les nouveaux fabricants chinois proposent maintenant des appareils neufs à des prix d'appel très intéressants³³.

Cet accès aux biens par des réseaux qui ne sont pas formels est un point particulièrement important pour comprendre les pratiques de consommation des classes moyennes africaines. En ayant recours à ces réseaux, un individu peut avoir accès à un niveau d'équipement très supérieur à celui qu'il aurait eu en passant par les boutiques formelles, plus chères et qui ne proposent que des produits neufs. C'est évidemment très marqué pour la téléphonie : il est facile de se procurer des appareils de seconde main en très bon état pour un prix très bas. Par ailleurs, ces appareils, moins technologiques que les smartphones tactiles plus récents, peuvent présenter l'avantage d'être plus facilement réparables, et ce à moindre coût³⁴.

Acheter dans le réseau informel est également une stratégie d'évitement : les individus les plus modestes ou pensant ne pas posséder le capital social suffisant auront de la peine à entrer dans les très belles boutiques de téléphonie, très aseptisées et où les derniers modèles de téléphones, d'ordinateurs portables et de clefs

³² Annie Chéneau-Loquay, « Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique », *NETCOM*, vol. 15, n° 1-2, sept. 2001, p. 9

³³ Le Nokia d'entrée de gamme 1202 (noir et blanc et avec lumière) coûtait au Kenya en 2010 environ 20 €. Il était par ailleurs proposé en anglais et kiswahili (ou en amharique en Éthiopie) C'est une grande avancée des prix et de l'offre mais à la même période, on pouvait trouver un Nokia ancien (de type 3310) pour environ 6 €.

³⁴ Ces pratiques ont consacré pendant longtemps la supériorité des appareils Nokia, très résistants, peu chers et dont certains équipements, comme la fameuse lampe, étaient très utiles aux Africains. Par ailleurs, leur grande diffusion rendait très facile l'achat de pièces détachées et d'équipements annexes, tels que des chargeurs ou des coques d'origine chinoise.

3G trônent en vitrine. Les réseaux informels permettent donc peut-être une « transition douce » vers la « modernité ».

Enfin, ne pas consommer par les réseaux de distribution moderne semble permettre de « consommer africain ». Les membres des classes moyennes sont généralement éduqués mais n'ont pas fait d'études à l'étranger. Cette revendication de la consommation « africaine » est très variable et les critères de son importance sont nombreux mais il semble qu'elle soit mieux assumée qu'auparavant. Ainsi, dans les années 1980, au Burkina Faso, Thomas Sankara, alors président, avait promu la consommation locale. Il s'agissait pour lui de « vivre au niveau du pays » – il se déplaçait en Renault 5 – et de favoriser les industries locales, telles que l'industrie textile Faso Fani. À l'époque, il avait d'ailleurs incité les employés de service public à se vêtir « local ». Les employés avaient été très réticents et n'utilisaient leur tenue locale que pour s'en vêtir quand Sankara annonçait une visite. Si l'engouement pour les vêtements européens et américains reste important, le vêtement local (et non traditionnel) est redevenu une marque importante d'identité dans les classes moyennes ouest-africaines³⁵.

Anthony Selomey note³⁶ :

« On tend à mélanger les valeurs. On ne les abandonne pas, on les mélange. [...] Par exemple pour les vêtements, les togas³⁷ ne sont pas pratiques pour travailler. On s'habille donc à l'occidentale et on met des chemises traditionnelles le vendredi. Il faut qu'on crée une conscience chez les gens, qu'ils profitent de ce qu'ils possèdent »

Par ailleurs, le fait que les jeunes soient plus formés leur permet d'innover sur leur continent. Ainsi, un jeune Nigérian a mis au point une tablette électronique peu chère – environ 230 € – pour le marché local. Ses premières commandes viennent pourtant pour moitié de l'Europe, attirée par le coût réduit du produit³⁸ : les dynamiques Sud-Nord se mettent donc en place et favorisent l'émergence

³⁵ On ne retrouve pas cet engouement partout. Au Kenya, par exemple, où les classes moyennes sont pourtant bien plus nombreuses qu'en Afrique de l'Ouest, les vêtements de travail restent très majoritairement de type européen. Cela peut s'expliquer par le fait que l'industrie des textiles africains est moins diversifiée qu'en Afrique de l'Ouest, que l'immense marché du vêtement de seconde main rend les vêtements occidentaux très abordables et très nombreux et, enfin, sans doute par le fait que les conditions climatiques sont différentes, le climat de Nairobi durant l'hiver austral étant très frais.

³⁶ Greater Accra Regional Manager, National Board for Small Scale Industries (NBSSI), entretien à Accra, janvier 2011.

³⁷ Le vêtement traditionnel ghanéen est une tige portée sur l'épaule gauche. Pour les chefs akan, elle est en *kente* dont les motifs et couleurs variés ont des significations précises.

³⁸ « La tablette africaine débarque en Europe », *Courrier International*, 25 janvier 2012, <http://www.courrierinternational.com/breve/2012/01/25/la-tablette-africaine-debarque-en-europe>, consulté le 25 janvier 2012.

de référentiels et de marques locaux, déjà présents mais jusqu'ici largement éclipsés par les référentiels occidentaux.

Stratégies de sécurisation et de transmission : la recherche de l'autonomie

Les dynamiques de consommation sont donc paradoxales : d'un côté, le recours à la négociation et à la seconde main permet aux classes moyennes de bien s'équiper. Dans le même temps, la consommation, qui est un acte relativement nouveau, est limitée par le fait que l'environnement politique et économique reste trop souvent incertain. Les classes moyennes cherchent donc, autant que faire se peut, à sécuriser leur futur. Il s'agit de ne pas retomber dans la survie mais également d'être plus indépendant des éventuelles crises politiques ou économiques, qu'il s'agisse de violences dans le pays ou de dévaluation.

Il est essentiel de comprendre que l'accroissement de la consommation en Afrique n'est pas qu'une question de moyens économiques : c'est également une question *d'environnement*. Au début de cette note, nous avons rappelé que le terme « classes moyennes », créé pour le contexte industriel occidental, est très dépendant du contexte d'un État fort, efficace et produisant beaucoup de richesses nationales. Ce tableau ne s'applique à presque aucun pays africain. Les stratégies de sécurisation individuelle de l'environnement sont donc essentielles pour les classes moyennes africaines. Nous axerons la réflexion sur l'exemple de l'immobilier en gardant à l'esprit qu'il existe d'autres manières de sécuriser le futur, comme, par exemple, l'investissement dans l'éducation et que toutes les classes moyennes n'ont pas le luxe de pouvoir sécuriser leur environnement.

Futurs incertains

L'insécurité politique est un facteur limitant du développement de la masse des classes moyennes et de leur consommation. Cette insécurité peut être de plusieurs types. Il peut s'agir par exemple d'instabilité des régimes et de climats de violence. Ainsi, la Côte d'Ivoire a connu, après les élections de 2010, des violences qui ont paralysé l'économie. Même dans des pays développés et globalement stables, les élections apparaissent comme des moments d'inquiétude voire de violences qui limitent les investissements étrangers mais également la consommation locale en rendant les villes peu sûres : les petites

boutiques, les restaurants et « maquis » pâtissent de cet état de fait. Ainsi, dans un pays aussi traditionnellement stable que le Sénégal, l'approche des élections de 2012 et la volonté du président Wade de se représenter malgré l'opposition d'une large partie de la population entraîne manifestations et violences à Dakar³⁹ et fait poindre le spectre d'une « année blanche à l'université », ce qui constitue un facteur d'insécurité pour les classes moyennes qui investissent beaucoup dans l'éducation.

La corruption est une autre source d'insécurité pour les classes moyennes et elle pèse directement sur leur pouvoir d'achat. La corruption est présente à tous les niveaux, de la classe politique aux simples agents de police. Les indices de perception de la corruption (IPC) donnés par l'ONG *Transparency International* indiquent que, sur les 47 pays d'Afrique subsaharienne analysés, 33 sont au-delà de la 100^e place⁴⁰. La corruption touche tous les secteurs de la vie quotidienne. Ainsi, au Kenya, les *matatu*⁴¹ sont rançonnés tout au long de leur parcours par les policiers. Ces pots-de-vin sont institutionnalisés et pèsent donc sur le prix des transports limitant à ce titre le pouvoir d'achat des voyageurs. De manière plus générale, c'est l'ensemble des services publics qui demande des pots-de-vin, avec un record de cinq pots-de-vin pas personne et par an pour accéder aux services de police. Les plus forts pots-de-vin sont demandés par les écoles publiques, avec un record de plus de 16 000 Kenyan Shillings (Ksh) en 2005⁴². Ces sommes –considérables – grèvent lourdement le budget des familles.

D'une manière générale, c'est également l'investissement local qui est pénalisé, puisque l'ensemble des aspects légaux (autorisations de mise sur le marché, impôts, etc.) passe par des services publics extrêmement corrompus. Outre le coût financier de ces autorisations, il faut noter également la lenteur de nombreux services.

³⁹ Les exemples d'agitation autour des élections sont innombrables. On peut par exemple citer le cas du Kenya, fin 2007, où les violences post-électorales ont fait 1 500 morts et 300 000 déplacés. Certains pays échappent cependant à ces violences, c'est le cas en particulier du Burkina et surtout du Ghana, où les élections, toujours très disputées, sont également très paisibles.

⁴⁰ Transparency International, Indice de perception de la corruption 2010, http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2010/in_detail#1

⁴¹ Il s'agit de mini-bus, généralement de 12 à 15 places qui assurent l'essentiel des transports inter-urbains au Kenya.

⁴² Courant 2005, le taux de change était de l'ordre de 1 USD = 76 Ksh, ce qui porte ce pot-de-vin à plus de 200 \$.

http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/africa_middle_east

Tableau 1 : État de la corruption au Kenya en 2005

	2005	2004	2003
Aggregate Index	19.2	14.9	18.2
Likelihood of Encountering Bribery	47.2	34.2	40.1
Bribes per person per year	1.2	0.54	2.7
Cost of bribery (Ksh. p.p. per year)	2,006	2,662	1,954
Average size of bribe, Ksh	1,703	4,958	719

Source : Transparency International, *Kenya Bribery Index 2006*, p. 5.

Il est important de noter que la corruption n'est pas intrinsèquement une entrave à l'entrepreneuriat, elle peut même permettre d'obtenir plus vite ce dont l'entrepreneur a besoin. En revanche, quand, comme dans le cas kenyan, la corruption est également forte au niveau de l'État et qu'elle met en danger les infrastructures, alors elle apparaît plus comme un facteur de ralentissement que d'amélioration des activités privées.

Les environnements sont donc essentiels à la stratégie de sécurisation des classes moyennes. Or, même quand ces environnements sont stables, comme c'est le cas au Ghana, il persiste des « insécurités profondes »⁴³ qui rendent à la fois les entreprises économiques et la vie quotidienne très difficiles car peu prédictibles. Il faut donc distinguer le processus politique du processus économique et social⁴⁴ et rappeler par exemple que les prix fluctuent de manière dramatique pour les ménages, l'augmentation début 2011 du prix de l'essence ayant été prétexte à l'augmentation générale des prix de consommation courante⁴⁵ :

« Quand le carburant a pris 30 %⁴⁶, le prix de la lessive a augmenté de 50 % à cause du "prix du transport" »

« Investir dans la pierre » : une stratégie de longue durée

Face à cette insécurité structurelle, l'investissement dans un bien immobilier apparaît comme un élément de stabilisation des ménages. Au Ghana, posséder un tel bien reste souvent un idéal. De fait, il est d'abord difficile d'acquérir une terre : elles sont possédées par les chefs traditionnels, qui en disposent à leur gré et les cèdent sous

⁴³ Entretien avec Thomas Pelletier, directeur de CFAO Ghana, Accra, janvier 2011.

⁴⁴ Entretiens avec Christian Joly, Attaché de coopération et Arnaud Dornon, Conseiller de coopération et d'action culturelle, ambassade de France au Ghana, Accra, janvier 2011.

⁴⁵ Entretien avec Thomas Pelletier, directeur de CFAO Ghana, Accra, janvier 2011.

⁴⁶ 30 % en une seule fois, le 4 janvier 2011. Le même jour, le gaz augmentait de 25 % et, en conséquence – et non sans grincements de dents – les transports de 18 %.

forme de baux emphytéotiques. Le fait par exemple de ne pas appartenir à la zone où l'on veut acheter est un handicap⁴⁷ :

« Tu vois, ça fait 20 ans que je suis à Accra, mais je suis toujours considéré comme un étranger parce que je ne suis pas né ici. Du coup, c'est difficile d'acquérir une terre »

Mais cette acquisition, pour difficile qu'elle soit, est une réelle sécurisation des biens pour les familles des classes moyennes. Au Ghana, les loyers doivent être payés au moins une année à l'avance. Cela oblige les ménages à déboursier beaucoup d'argent en une seule fois et à s'endetter pour honorer leur loyer.

Les maisons proposées par les promoteurs immobiliers reflètent l'idéal d'indépendance des familles des classes moyennes : les modèles les plus courants n'ont que trois chambres. Cela indique un resserrement des liens et des obligations familiales sur la famille nucléaire. Ce resserrement n'est pas, contrairement à une croyance largement partagée, nouveau. Nous avons pu observer il y a plus de dix ans que certaines familles aisées de Ouagadougou avaient ce type de stratégies⁴⁸ :

« Pourquoi ne terminez-vous pas la construction du dernier étage de votre immeuble ? [Il y a un magasin au rez-de-chaussée ainsi qu'un « célibatorium » (un deux-pièces) pour le plus âgé des fils dans la cour, un salon et deux chambres seulement pour trois femmes au premier et rien au deuxième]

Parce que si je termine le deuxième étage, j'ai toute la parenté au village qui va savoir que j'ai de la place et qu'il va falloir que je loge. »

⁴⁷ Entretien avec J. R. A. Ayee, professeur d'université, Accra-Legon, janvier 2011.

⁴⁸ Entretien avec une couturière, chef d'entreprise, Ouagadougou, mai 2003.

Document 1 : Brochure immobilière – Ghana, 2011

3 BEDROOM EXECUTIVE HOUSE

3 BEDROOM DETACHED HOUSE

3 BEDROOM SEMI-DETACHED HOUSE

2 BEDROOM SEMI-DETACHED HOUSE

Dolphin

- Ceramic floor tiles throughout the rooms
- Plastic T&G ceiling
- Aluminum windows and deluxe Naco louver frames
- Water tank (2400 litres)
- Premium security entrance door
- Landscaping
- Shower and water closet (2.5)
- Spacious kitchen with cabinet
- Built-in wardrobes (3)
- Vehicle garage
- Water heaters (2)
- Three phase electricity meter

Star Fish

- Ceramic floor tiles throughout the rooms
- Plastic T&G ceiling
- Deluxe Naco louver frames with burglar bars
- Water tank (1800 litres)
- Premium security entrance door
- Landscaping
- Shower and water closet (2)
- Kitchen counter and sink
- Built-in wardrobes in master bedroom

Sea Horse

- Ceramic floor tiles throughout the rooms
- Plastic T&G ceiling
- Naco louver frames with burglar bars
- Water tank (1800 litres)
- Premium security entrance door
- Landscaping
- Shower and water closet (2)
- Kitchen counter and sink

Sea Shell

- Ceramic floor tiles throughout the rooms
- Plastic T&G ceiling
- Naco louver frames with burglar bars
- Water tank (1800 litres)
- Premium security entrance door
- Landscaping
- Shower and water closet
- Kitchen counter and sink

LAKESIDE ESTATE

AGRI-CATTLE LAKESIDE ESTATE LTD.

Silver Star Tower, 7th Floor, Airport City, Accra DTD 170, Cantonments, Accra, Ghana
Tel: (0302) 775 043 Fax: (0302) 782 990 Website: www.lakesideestate.com

(Prix indicatifs 2011 : Seashell, 61 500 \$; Dolphin, 142 500 \$)

Source : Lakeside Estate, par l'auteur, Accra, janvier 2011

Actuellement la famille africaine « idéale » ou « moderne » est donc une famille nucléaire et réduite, à la croisée entre « traditionnel » et moderne. Ces familles « solvables » pour les banques et les promoteurs immobiliers doivent gagner entre 800 et 2 500 dollars par mois et par ménage⁴⁹. C'est le groupe cible des banques. C'est avec ces revenus qu'une famille peut espérer acquérir une maison basique d'environ 20 à 30 000 dollars, avec un apport de 25 %⁵⁰. L'offre de finitions très simples sur des terrains modestes donne la possibilité aux ménages les moins fortunés d'accéder à la propriété.

Le fait que les maisons ainsi que les représentations de la famille tendent à être de plus en plus nucléaires ne doit pas seulement être interprété comme un processus d'individualisation ou de repli sur soi. Il faut également le comprendre comme un processus d'autonomisation : il s'agit de ne pas avoir à attendre d'autres personnes pour vivre. Ce point ressort des questionnaires menés à Accra début 2011, quand les personnes sont interrogées sur leur sentiment d'appartenance à la classe moyenne⁵¹ :

« [Do you belong to middle class in Ghana?] Yes: I'm working. I don't wait for someone to tell me "eat" »

D'une manière générale, sur les 30 rapides questionnaires menés auprès d'employés ou de petits entrepreneurs à Accra, un tiers définit la « classe moyenne » en fonction de la nourriture, l'expression « *three square meals a day* » étant récurrente.

L'achat d'une voiture ou d'une maison participe de la même dynamique d'autonomisation : il s'agit pour les personnes interrogées de pouvoir vivre et se déplacer « *by their own means* ».

Il faut se garder cependant de conclure trop vite à une « individualisation » des pratiques qui s'opposerait à une supposée « solidarité communautaire » : Anne E. Calvès et Richard Marcoux rappellent utilement que l'individualisme reste une « anti-valeur » en Afrique. En revanche, la tendance semble être à la fois au resserrement sur la « petite famille » et à la mise en place de nouvelles solidarités, plus « choisies », au sein d'associations de femmes ou de voisinage par exemple⁵².

⁴⁹ Entretien avec Kojo Aboagye-Debrah, Executive Assistant to the MD/Bus. Development Manager, Stanbic Bank, Accra, janvier 2003.

⁵⁰ Entretien avec les membres de Ghana Home Loans, Accra, janvier 2003.

⁵¹ Entretien avec la propriétaire d'un bar, Accra, janvier 2011.

⁵² Anne E. Calvès et Richard Marcoux, « Présentation : les processus d'individualisation "à l'africaine" », *Sociologie et sociétés*, vol. 39, n° 2, 2007, p.15-16, <http://id.erudit.org/iderudit:019081ar>, consulté le 15 mars 2012.

Document 2 : Publicité de la banque Barclays

Daily Graphic, Monday, January 24, 2011 25

Personal Loan
Barclays Loan with a reward
 Take a loan with Barclays and with same amount in a fixed deposit account

- Take an unsecured personal loan from Barclays Bank and pay it back for 60 days in April
- You can be part of the Barclays Loan with a reward offer and get the same amount of loan money matched in a Fixed Deposit Account for 60 days
- This offer is available to all Barclays Bank customers

Terms & Conditions apply. See Barclays Bank website for more information.
 Barclays Bank, Making Loans Much Easier

Source : Daily Graphic, 25 janvier 2011

L'un des freins les plus sérieux à l'accèsion à la propriété au Ghana est paradoxalement le fait que les loyers soient très élevés. Une loi, la *Rent Act* de 1963, protège pourtant les locataires mais l'État peine à la faire appliquer. Ainsi, par exemple, alors que la loi stipule que les propriétaires ne peuvent demander plus de six mois de loyer d'avance, la règle générale tend plutôt à être une avance de deux voire trois ans de loyer⁵³. Ces sommes, souvent supérieures à une année de revenu des ménages, sont considérables. Les ménages doivent s'endetter ponctuellement pour pouvoir s'acquitter de cette somme et peinent en conséquence à faire des économies pour l'achat d'un terrain ou d'une maison, où il faut – pour une maison – avancer 25 % de la somme⁵⁴.

En outre, l'inflation rend les prévisions à long terme difficiles et contribue à rendre beaucoup plus chers les biens proposés. Par exemple dans le document 1, le modèle *Seashell* est proposé à 61 500 \$ et le *Dolphin* à 142 500 \$ fin 2010. En 2012, les mêmes biens sont proposés à 75 000 et 180 000 \$.

Les prêts bancaires sont également soumis à cette inflation et reflètent – au moins en partie – la prise de risque des banques, qui est très faible, puisque les taux sont de l'ordre de 30 % d'intérêt en 2011. Ces très forts taux n'encouragent pas les activités industrielles – souvent très capitalistiques – et conduisent à une surreprésentation des activités de commerce, souvent peu viables. Ces taux restent cependant inférieurs à ceux qui étaient pratiqués auparavant (de l'ordre de 40 à 50 %). Comme dans le cas des infrastructures, l'État, en l'occurrence la *Bank of Ghana*, devrait réguler le marché mais manque à la fois de volonté et de moyens⁵⁵. Le même problème se retrouve au niveau local, quand il s'agit de lever les taxes qui permettraient de formaliser les activités et de redistribuer les richesses créées⁵⁶ :

« 70 % des entreprises sont informelles. Mais quand tu vas dans les districts, tu vois [que les contrôleurs] n'ont même pas un vélo. Comment veux-tu qu'ils visitent les gens ? »

Cette volonté de « sécuriser » l'environnement a des conséquences sur la structuration du groupe « classes moyennes » et sur les choix d'activités qu'elles opèrent. Ainsi, Banerjee et Duflo⁵⁷ expliquent utilement qu'un emploi salarié, quelle que soit sa rémunération,

⁵³ « Official calls for amendment of Rent Act », Ghana Business News, 25 janvier 2011, <http://www.ghanabusinessnews.com/2012/01/25/official-calls-for-amendment-of-rent-act/>

⁵⁴ Entretien avec les membres de Ghana Home Loans, Accra, janvier 2011.

⁵⁵ Lukman Abdul-Rahim, Executive Director, National Board for Small Scale Industries (NBSSI), Accra, janvier 2011.

⁵⁶ *Ibidem*

⁵⁷ Abhijit V. Banerjee & Esther Duflo, « What is Middle Class about the Middle Classes around the World ? », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 22, n°2, printemps 2008, p. 18 et suiv.

est préférable à une activité plus lucrative Cela explique en partie pourquoi, contrairement à ce qui est souvent mis en avant, les classes moyennes ne sont pas forcément de bons entrepreneurs. Leur capital est plus volontiers sécurisé (dans une maison, une voiture mais aussi une télévision ou, de manière plus abstraite, dans l'éducation des enfants) qu'investi et soumis à un risque. On peut trouver là également une explication au fait que la plupart des classes moyennes salariées ont une activité informelle annexe, qui leur permet de générer des revenus sans mettre en danger la sécurité et/ou le statut social procurés par le travail salarié.

Conclusion

Un continent encore loin d'être unifié

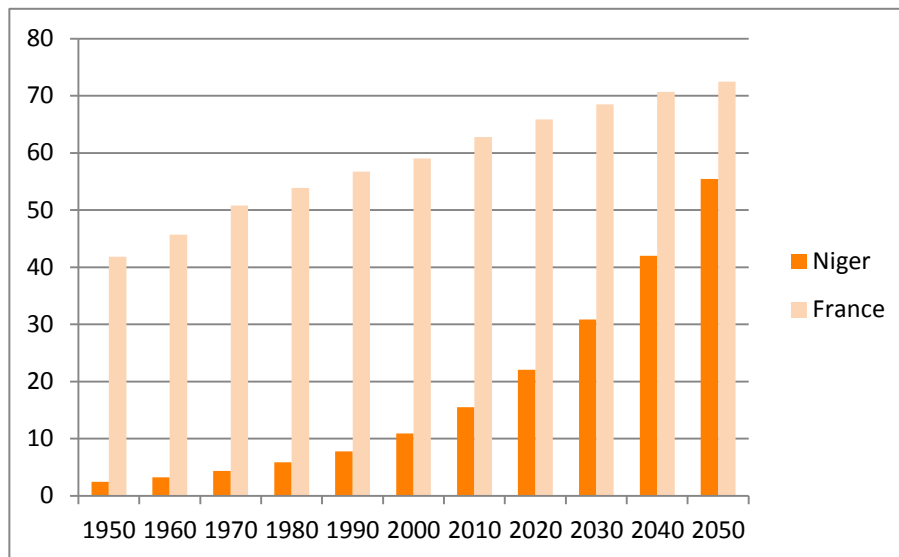
À l'échelle continentale, la croissance est donc évidente. D'une moyenne, nous l'avons vu, de 5 % par an, elle est rapide et constante et s'oppose aux croissances ralenties voire négatives des pays occidentaux. Il faut saluer la visibilité accrue du continent sur la scène internationale et la plus grande crédibilité qui en découle. Cette visibilité n'est d'ailleurs pas qu'économique : des manifestations sportives telles que la Coupe du Monde de football en Afrique du Sud en 2010 ont permis à beaucoup d'Occidentaux et sans doute d'Orientaux de découvrir une Afrique différente des clichés.

L'échelle régionale est également d'importance. Le continent est en effet divisé en une multitude de pays dont la taille et les populations sont particulièrement variables. Les frontières ont un effet paradoxal sur les échanges commerciaux, en les stimulant mais également en les compliquant, en particulier dans les cas où les pays n'ont pas la même monnaie. Il faut donc, dans les études de marché mais également dans l'analyse des évolutions sociétales, prendre en compte l'appartenance à l'une ou l'autre des organisations régionales du continent. Ainsi, dans le cadre de la SADC, une zone de libre-échange a été mise en place par les pays de la zone pour abolir les barrières douanières. Les échanges de population sont également extrêmement importants. Par exemple, en Afrique de l'Ouest, les Burkinabè ont massivement travaillé en Côte d'Ivoire. Ces régions ont cependant des évolutions très variables. Ainsi, la zone australe est évidemment dynamisée par l'Afrique du Sud. L'Afrique de l'Est est également très dynamique, avec l'important marché que représente le Kenya. L'Afrique de l'Ouest est plus en retrait.

Dans chacune de ces zones, certains pays sont, souvent pour des raisons politiques, extrêmement en retrait. Alors que le PIB ivoirien par habitant était estimé à 980 \$ en PPA en 2008, celui de son voisin ghanéen est estimé à 2 931 \$ en 2011 : les pays, voisins, ont des potentialités relativement comparables mais la stabilité politique du Ghana a permis une évolution économique que les troubles récurrents en Côte d'Ivoire ont empêchée.

Par ailleurs, à l'échelle nationale, certains pays semblent bien plus handicapés que d'autres. Ainsi, le Niger, dont la population est actuellement d'environ 16 millions d'habitants, devrait, étant donné son fort taux de natalité, dépasser les 53 millions en 2050 (voir Figure 4). Le pays, qui connaît des crises alimentaires récurrentes, doit par ailleurs composer avec son enclavement ainsi qu'avec la proximité du nord Nigeria, actuellement très troublé⁵⁸ et les troubles entre Touaregs et « sudistes » au Mali. Dans ces conditions, l'émergence d'une classe moyenne semble au mieux marginale et plus généralement gravement compromise.

Figure 4 : Perspectives d'évolution de la population du Niger, comparée à la population française, 1950-2050 (en millions d'habitants)



Source : Nations Unies, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, *World Population Prospects: The 2010 Revision, Estimates, 1950-2010 & Medium-fertility variant, 2010-2100*

L'analyse sur les classes moyennes doit donc être infranationale. Les marchés de consommation concernent en réalité essentiellement les villes. Les zones rurales sont encore largement exclues de cette évolution pour plusieurs raisons. D'une part, les distances sont grandes et les moyens de transport très mauvais⁵⁹. Ainsi, en 2008, il fallait une moyenne de 15 heures de route pour rallier Zinder,

⁵⁸ Près de 200 morts en janvier 2012 à Kano dans les attentats de la secte Boko Haram, ce qui ralentit les échanges avec le Niger et tend à aggraver la crise alimentaire.

⁵⁹ L'Afrique s'étendant de part et d'autre de l'Équateur, elle est beaucoup moins déformée que des régions qui en sont plus éloignées. Ainsi, à l'échelle mondiale, elle apparaît bien plus petite qu'elle ne l'est réellement contrairement à des pays « favorisés » par les projections, comme les États-Unis par exemple. Pour rappel, avec une superficie de plus de 30 millions de km², le continent africain peut « contenir » le territoire des États-Unis, de la Chine, de toute l'Union européenne et deux fois celui de l'Inde sans être entièrement rempli. Les distances sont donc un élément majeur de compréhension de l'évolution du continent.

la deuxième ville du Niger, depuis Niamey, la capitale, alors que la distance absolue est de moins de 1 000 km sans rupture de charge. D'autre part, l'Afrique est à bien des égards un continent peu peuplé. Les campagnes, toujours majoritaires, sont donc bien souvent très peu denses et ne présentent pas d'intérêt en tant que « marché ».

C'est cet état de fait qui fait dire au PDG de Wal-Mart que le marché africain (et donc la présence des classes moyennes) doit être pensé non en termes de pays mais plutôt en fonction des 67 villes millionnaires qu'il abrite⁶⁰. Les classes moyennes sont donc actuellement presque indissociables du marché que représentent les grandes villes puisque c'est sur ces territoires que se concentrent les services qui permettent de faire évoluer le niveau de vie des populations : accès à la santé, accès à l'éducation, moyens de communication rapides et fiables.

De nouveaux défis

L'accès massif à de nouveaux produits et à un niveau de vie amélioré pose, en particulier dans les grandes villes, des problèmes nouveaux et de grande ampleur.

D'une part, les grandes villes connaissent des problèmes croissants de transports. La multiplication des véhicules particuliers est beaucoup plus rapide que la fourniture d'infrastructures par l'État. Les travaux engagés pour améliorer les conditions de circulation sont extrêmement coûteux et doivent être effectués avec des partenaires internationaux⁶¹. Pour autant, ces travaux sont essentiels car les grandes villes africaines sont particulièrement encombrées⁶² :

« La GAMA [Greater Accra Metropolitan Assembly⁶³] fait plus de 500 km². C'est la moitié de la Martinique ! Le réseau routier s'améliore mais je mets une heure le matin pour faire 8 km. Mes collègues ghanéens passent en moyenne 4 heures par jour dans les transports »

D'autre part, l'accession à la classe moyenne semble créer un besoin plus grand de sécurité des biens. La ségrégation socio-spatiale des villes est donc renforcée : le territoire est morcelé en multiples zones qui communiquent peu entre elles, voire qui sont coupées du reste de la ville, comme le sont les *gated communities*. Il est à noter que ce phénomène de privatisation et de sécurisation des lieux de la ville n'est pas corrélé au niveau d'insécurité de la zone.

⁶⁰ « Le géant américain Walmart parie sur l'essor de la consommation africaine », *Le Monde*, 1^{er} février 2011.

⁶¹ Ainsi l'AFD finance un projet de contournement d'Accra pour relier le nord à l'ouest de la ville par l'axe Awoshie-Pokuase.

⁶² Entretien avec Bruno Deprince, responsable adjoint de l'agence de l'AFD à Accra, Accra, janvier 2011.

⁶³ C'est le territoire administratif du « Grand Accra ».

Certes, dans des pays où l'insécurité est grande, telle que l'Afrique du Sud ou le Nigeria, ce phénomène est ancien et répandu. Il se développe cependant dans des pays tels que le Ghana, où l'environnement est généralement sécurisé. Il semble plutôt que l'accès à un certain niveau économique abaisse les seuils de tolérance à l'insécurité, réelle (c'est le cas en Afrique du Sud) ou supposée (au Ghana).

Il faut par ailleurs noter que les pays connus comme les plus dangereux (hors temps de guerre) du continent (Afrique du Sud, Nigeria) sont les plus favorisés économiquement. Cette insécurité est particulièrement forte dans les grandes villes, telles que Lagos – dont la réputation n'est plus à faire – Nairobi, surnommée *Nai-robbery* ou Johannesburg. De fait, c'est dans de telles métropoles que se concentrent les plus fortes inégalités sociales et cohabitent toutes « les Afriques », du cireur de chaussures à l'avocat en 4X4. Par ailleurs, l'accès aux armes est facile dans ces villes et rend les vols, braquages et car-jacking très violents. Cette violence rappelle que, comme nous l'avons vu au début de cet article, la classe moyenne, si elle se développe, reste encore marginale. Les classes moyennes sont par ailleurs des victimes privilégiées puisqu'elles sont voisines des plus pauvres mais également car elles n'ont pas les moyens d'une protection très efficace, contrairement aux élites.

Les classes moyennes africaines sont donc certainement le moteur clé de la croissance économique du continent mais elles sont largement contrariées dans leurs aspirations légitimes à l'éducation, à la sécurité ou au logement.

Il paraît illusoire – mais c'est pourtant un *credo* souvent entendu – de croire que cette évolution économique va entraîner une évolution politique : les classes moyennes, souvent présentées comme des « facteurs de démocratisation » parce qu'elles veulent des gouvernements plus « responsables »⁶⁴ se détournent largement de la politique, dont elles se méfient. D'une part, le système partisan n'est pas toujours perçu comme un système africain, même quand il fonctionne, comme au Ghana⁶⁵. La défiance peut également être une question stratégique⁶⁶ :

⁶⁴ Charles Leyeka Lufumpa (dir.), *The Middle of the Pyramid...*, *op. cit.*, p. 1

⁶⁵ La défiance des Ghanéens pour la politique, alors que leur pays est l'un des plus démocratiques et les plus stables d'Afrique peut s'expliquer culturellement : beaucoup de Ghanéens sont attachés à la « démocratie à l'Africaine » prônée par l'ancien président Rawlings dans les années 1990, qui met en avant la discussion et le compromis plutôt que la lutte partisane. C'est d'ailleurs ce système qui justifie que la vie politique locale doive (en théorie) rester non partisane. Voir Hélène Quénot, *La construction du champ politique local à Accra (Ghana) et Ouagadougou (Burkina Faso). Le cas de la politique de gestion des déchets*, thèse de doctorat, CEAN, IEP de Bordeaux, janvier 2010, p. 52-53 et 213 et suiv.

⁶⁶ Entretien avec Moises Agyemang, Économiste principal, Private Entreprise Foundation, Accra – Legon, janvier 2011.

« [Les entrepreneurs] ne sont pas trop dans les partis parce que c'est difficile pour toi quand ton parti est dans l'opposition : quand un parti arrive au pouvoir, il a déjà tout le monde dont il a besoin et on perd des marchés. Les entrepreneurs sont donc plus avisés qu'avant ».

La « main invisible du marché » ne permettra donc sans doute pas à elle seule de renforcer des environnements politiques souvent très difficiles. Encore une fois, c'est l'amélioration d'un environnement, économique et politique, et une attention plus grande portée au rôle des États dans la régulation économique qui permettra de passer des « classes moyennes d'Afrique » à une « Afrique de classes moyennes ».

Bibliographie sommaire

BANERJEE, Abhijit V. et Esther DUFLO, « What is Middle Class about the Middle Classes around the World ? », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 22, n°2, printemps 2008, p. 3-28, <http://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.22.2.3>

BIDOU-ZACHARIASEN, Catherine, « Les classes moyennes : définitions, travaux et controverses », *Éducation et société*, 2/2004 (n° 14), p. 119-134, <http://www.cairn.info/revue-education-et-societes-2004-2-page-119.htm>

DARBON, Dominique et Comi TOULABOR (dir.), *Quelle(s) classe(s) moyenne(s) en Afrique ? Une revue de littérature*, Document de travail, n° 118, AFD, Département de la recherche, décembre 2011, 67 p.
<http://www.afd.fr/webdav/site/afd/shared/PUBLICATIONS/RECHERCHE/Scientifiques/Documents-de-travail/118-document-travail.pdf>

LUFUMPA, Charles Leyeka (dir.), *The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa*, Market Brief, Banque africaine de développement, 20 avril 2011, 24 p., http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/The%20Middle%20of%20the%20Pyramid_The%20Middle%20of%20the%20Pyramid.pdf