

Rapport sur l'importance de la publicité et du design d'espace dans les économies africaines

Ce talk a exploré l'impact de la publicité sur l'économie africaine, les stratégies adaptées aux réalités locales et les défis liés à la créativité et à l'influence occidentale.

par AIPDA - Le Design En Afrique
sensibilisation.aipda-design.org

L'importance de la publicité

Intervenants

1 **Christelle**

Consultante en communication et marketing.

2 **Mathieu**

Consultant en image de marque avec 20 ans d'expérience entre la France, l'Angleterre et la Côte d'Ivoire.

3 **Christophe**

Directeur créatif chez McCann Dakar, avec plus de 20 ans de carrière dans des agences internationales.

4 **Moussa**

Expert en conseil stratégique et commercial, spécialisé en régie publicitaire et événementiel.

L'impact économique de la publicité en Afrique

1 Domination du marché

Les grandes entreprises (banques, télécommunications, VTC) dominent le marché publicitaire.

2 Contraintes pour les PME

Les PME ont un accès limité à la publicité traditionnelle en raison de contraintes budgétaires, se tournant vers le digital et des agences locales plus accessibles.

3 Défis de mesure

Mesurer le retour sur investissement reste un défi majeur en l'absence de données précises et fiables.



Le rôle stratégique du design dans la publicité

Compréhension locale

Un design efficace repose sur une compréhension fine des comportements locaux.

Exemple de succès

Exemple : La campagne « Awa » par Voodoo en Côte d'Ivoire, inspirée du portage traditionnel des bébés, a connu un succès retentissant, illustrant l'importance de l'ancrage culturel.

Équilibre nécessaire

Les agences doivent s'adapter à la demande en équilibrant créativité et réalisme économique.

Défis du ciblage et compréhension du marché

Identification des cibles

Manque de précision dans l'identification des cibles : certains messages publicitaires ne sont pas adaptés aux réalités socioculturelles locales.

Risques linguistiques

Exemple : Une campagne avec le slogan "Tu es au courant" montre les risques d'un langage inadapté à certaines catégories de la population.

Nécessité d'adaptation

Nécessité pour les agences de mieux comprendre les habitudes de consommation et de répondre aux besoins spécifiques des segments ciblés.

Influence occidentale : Opportunité ou menace ?

Menace

Copier des modèles occidentaux sans adaptation locale peut engendrer des campagnes inefficaces.

Opportunité

S'inspirer des meilleures pratiques pour les adapter au contexte africain et innover dans la communication.

Exemples concrets

Des campagnes africaines créatives ont été reprises par des marques internationales (ex. campagne « Awa » plagiée par Evian).



Perspectives et tendances futures

1

Intelligence Artificielle

L'IA est perçue comme un outil pouvant révolutionner la publicité, notamment dans la création rapide de contenu et l'automatisation.

2

Agilité des agences locales

Les agences locales doivent développer des approches plus agiles et adaptées aux réalités économiques des PME.

3

Formation continue

Appel à une formation continue pour assurer la montée en compétence des acteurs du secteur publicitaire en Afrique.



Conclusion

La publicité en Afrique évolue entre tradition et modernité. Pour être efficace, elle doit être ancrée dans les réalités culturelles locales tout en tirant parti des innovations technologiques. Les intervenants insistent sur l'importance de mieux comprendre les audiences, d'adapter les messages et d'explorer de nouveaux canaux, notamment le digital.

Rapport sur l'importance de la publicité et du design d'espace dans les économies africaines

Ce talk a exploré le rôle du design d'espace dans le développement des territoires africains, en abordant les interactions entre l'urbanisme, l'architecture d'intérieur et l'expérience utilisateur.

par AIPDA - Le Design En Afrique
sensibilisation.aipda-design.org

L'importance du design d'espace Intervenants

1

Noël

Président du Conseil national des architectes d'intérieur de Côte d'Ivoire (CNAI-CI) avec plus de 30 ans d'expérience.

2

Quentin

Architecte d'intérieur et urbaniste, spécialiste de la cartographie sensible et cofondateur du collectif TAMA.

CNAICI
Conseil National des Architectes d'Intérieurs de Côte d'Ivoire
aipda
Alliance Internationale pour la Promotion du Design en Afrique

Différence entre design d'espace et urbanisme

Vision de Quentin

Quentin explique que le design d'espace peut être vu sous deux angles :

- Une vision restreinte : liée à l'architecture d'intérieur et à la scénographie.
- Une vision large : englobant l'urbanisme, la conception de quartiers et l'expérience de la ville.

Perspective de Noël

Noël insiste sur l'importance de la complémentarité entre architectes d'intérieur, urbanistes et designers d'espace pour garantir le bien-être des populations.



La cartographie sensible comme outil de compréhension du territoire

Présentation par Quentin de son travail au Togo sur la cartographie sensible, une méthode qui :

1 Capture les perceptions

Capture les perceptions et usages des habitants dans l'espace public.

2 Documente les relations

Documente la relation entre l'environnement urbain et l'activité économique.

Exemple d'étude : Observation des vendeurs ambulants pour proposer des aménagements adaptés (aires de repos, mobilier urbain, etc.).

CNAICI
Conseil National des Architectes d'Intérieurs de Côte d'Ivoire
aipda
Alliance Internationale pour la Promotion du Design en Afrique

L'impact du design d'espace sur l'économie locale

Un design d'espace bien pensé renforce l'attractivité d'un territoire :

- Création d'espaces publics accueillants.
- Prise en compte des usages réels des habitants pour favoriser l'activité commerciale.

> Exemple de Koumassi (Côte d'Ivoire) : un quartier réaménagé devenu un pôle attractif après des travaux d'urbanisme adaptés aux réalités locales.

L'importance de la réglementation et de la formation

Plaidoyer pour un cadre réglementaire

Noël défend la nécessité d'un décret pour encadrer la profession d'architecte d'intérieur en Côte d'Ivoire.

Reconnaissance institutionnelle

Plaidoyer pour une reconnaissance institutionnelle des métiers du design d'espace à travers l'Afrique afin de garantir qualité et expertise.

L'UX Urban Design : une approche centrée sur l'utilisateur

Quentin introduit le concept d'UX Urban Design, inspiré du User Experience Design, appliqué aux villes :

1

Conception centrée utilisateur

Concevoir les villes en tenant compte des expériences et perceptions des citoyens.

2

Optimisation des parcours

Exemple : Optimiser les parcours utilisateurs dans les espaces publics pour améliorer l'expérience globale.

3

Intégration des données sensibles

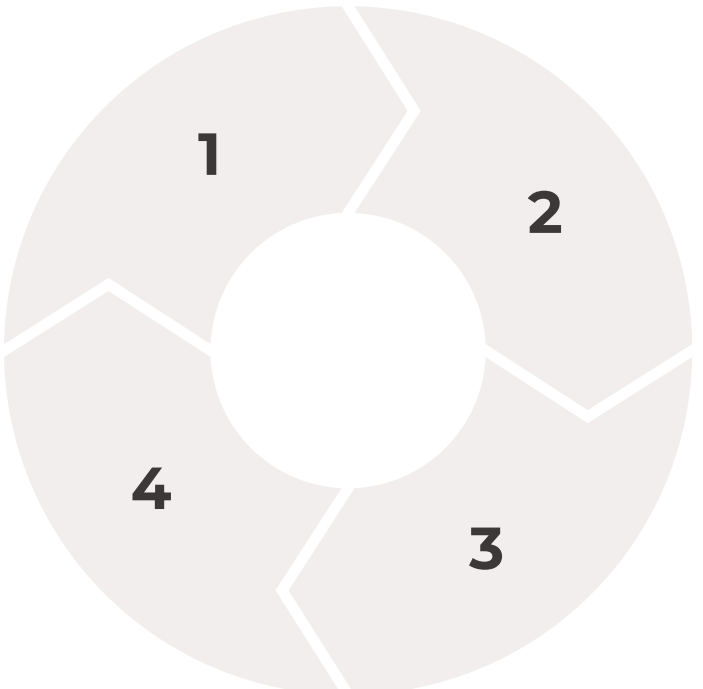
Utilisation des données de cartographie sensible pour informer les décisions d'aménagement urbain.

Conclusion

Le design d'espace est un levier essentiel pour structurer et dynamiser les territoires africains. L'intégration des perceptions locales, la collaboration interdisciplinaire et la reconnaissance professionnelle sont des facteurs clés pour un aménagement durable et inclusif.

Perceptions locales

Intégration des usages et besoins réels



Collaboration

Approche interdisciplinaire

Aménagement

Solutions durables et inclusives

Reconnaissance

Cadre professionnel structuré

CNAIC
Conseil National des Architectes d'Intérieurs de Côte d'Ivoire

aipda
Alliance Internationale pour la Promotion du Design en Afrique