NMAW
Conceptualisons le futur



ETUDES & ANALYSES

IMMOBILIER EN AFRIQUE FRANCOPHONE : POURQUOI TANT D'ÉCHECS ?

ETUDE N°1 DU 08/2025

Basée sur l'expertise de professionnels du secteur, cette étude propose des solutions pratiques pour permettre aux entreprises d'optimiser leurs actions.



Selon une étude de Deloitte, la population urbaine en Afrique subsaharienne devrait presque tripler d'ici 2050, passant de 500 millions à 1,3 milliard d'habitants, avec un taux d'urbanisation avoisinant les 60 %. Cette dynamique démographique crée une pression croissante sur le marché immobilier, stimulant une demande massive en logements et en infrastructures urbaines (source : Forbes Afrique).

Dans ce contexte porteur, de nombreuses entreprises immobilières cherchent à capter une part de marché significative. Toutefois, peu parviennent à atteindre leurs objectifs en raison d'approches inadaptées en matière de stratégie commerciale, d'analyse des besoins consommateurs et de ciblage.

Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.



1- UNE ABSENCE DE CIBLAGE STRATÉGIQUE DES NICHES

Plusieurs acteurs immobiliers se lancent sur le marché sans segmentation claire, avec pour seul objectif **« vendre à tout prix »**. Cette démarche, dépourvue de stratégie de positionnement, entraîne une inadéquation entre l'offre proposée et la capacité d'achat de la cible.



Par exemple, certaines entreprises annoncent des ***« maisons sociales »*** à des prix oscillant entre 30 et 50 millions FCFA, tout en s'adressant à des populations dont le revenu moyen est inférieur à 200 000 FCFA/mois.

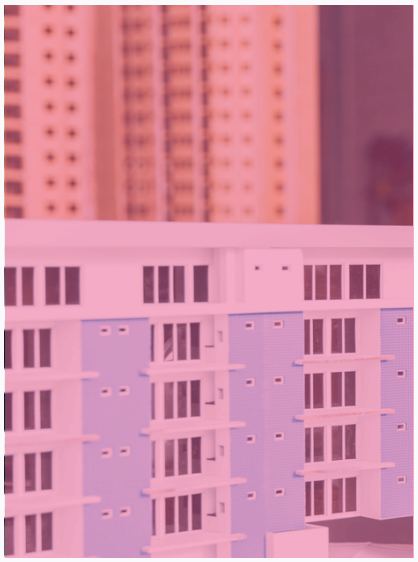


Résultat : la majorité des ménages ciblés ne peuvent ni se projeter, ni accéder à un financement adapté, ce qui engendre de la frustration et nuit à l'image de marque des entreprises.
Un bon positionnement implique une parfaite connaissance de **sa niche**, de **ses attentes**, de **sa capacité financière** et **des formats de biens les plus adaptés à ses aspirations**.

Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.

2- UNE MÉCONNAISSANCE DES MOTIVATIONS RÉELLES DES ACHETEURS DE TERRAINS

L'erreur fréquente de nombreuses sociétés de lotissement est de promouvoir la revente future des terrains comme argument principal. Or, les données de *PropertyRescue* indiquent qu'au Ghana, plus de **95 %** des terrains sont acquis pour une construction personnelle, non pour un objectif spéculatif.





Cette réalité montre que les acheteurs sont principalement motivés par la volonté de construire leur résidence principale. Dès lors, un discours basé sur la revente future déconnecte l'acheteur de son intention réelle : **bâtir son futur foyer.**

Les entreprises gagneraient à recentrer leur message sur la projection émotionnelle de l'acheteur dans son futur ***"chez soi"***, en insistant sur l'ancrage, la stabilité et le sentiment d'appartenance que procure l'acquisition d'un terrain.

Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.

3- UNE JUSTIFICATION INSUFFISANTE DE LA VALEUR DES BIENS

Un bien immobilier ne se vend pas uniquement sur la base de son prix, de sa localisation ou de ses caractéristiques techniques. **Les acheteurs attendent une justification approfondie de la valeur de ce qu'ils s'apprêtent à acquérir.**

Trop d'acteurs immobiliers omettent d'informer sur les éléments différenciateurs pourtant cruciaux tels que :

Les infrastructures existantes ou en projet dans la zone (routes, écoles, réseaux d'eau/électricité…)

La proximité de commodités essentielles : centres de santé, commerces, établissements scolaires

La comparaison des prix avec d'autres biens similaires dans la même zone pour évaluer le rapport qualité/prix

Une présentation enrichie de ces éléments permet de renforcer la perception de valeur et de réduire les objections à l'achat.

Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.



4- UNE PRÉSENTATION DES BIENS PEU CONVAINCANTE

Dans un marché de plus en plus concurrentiel comme celui de la Côte d'Ivoire, la présentation d'un bien est un levier de conversion décisif. Elle doit **rassurer**, **valoriser** et **faire vivre une expérience au client potentiel**.

Pour un terrain, il est essentiel de présenter :

- Tous les documents légaux (ACD, attestation villageoise, permis de lotir, etc.)
- La liste des infrastructures et lieux stratégiques à proximité
- Des images aériennes (drone) et vidéos immersives de l'espace
- Un benchmark des prix des terrains dans la zone



Pour une maison, il convient d'intégrer :

- Les documents de propriété et permis de construire
- Des photos haute qualité de chaque pièce
- Un environnement détaillé (quartier, voirie, services à proximité)
- Une analyse comparative des prix dans le même segment



Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.

NMAW
Conceptualisons le futur



ETUDES & ANALYSES

Cette analyse a été réalisée par l'équipe de l'agence de communication **NMAW** (RCCM : CI-ABJ-03-2021-A11-00364), sous la direction d'**Abraham N'djorey**, Directeur général et expert en communication stratégique.

Tous droits réservés. Toute reproduction, diffusion ou exploitation, partielle ou totale, sans autorisation écrite préalable de NMAW, est strictement interdite conformément aux dispositions du Code de la propriété intellectuelle en vigueur en Côte d'Ivoire.

Siège de NMAW,Cocody www.nmaw.net +225 0702179232 / +225 2734758473