

ALIKO DANGOTE SE LANCE DANS LA PRODUCTION DU RIZ

N° 311 - 19 au 25 février 2015

LES AFRIQUES

Hebdomadaire international

Parce que l'information a de la valeur

FINANCE ISLAMIQUE L'AFRIQUE EN SELLE

ÉDITION INTERNATIONALE : Afrique Zone CFA 1700 F CFA • France 3,50 € • France DOM 4 € • Maroc 23 DH • Algérie 170 DA • Tunisie 3,30 DT
Mauritanie 1100 MRO • Belgique 3,50 € • Italie 4 € • Canada 5,95 \$ CAN • Luxembourg 3,50 € • Suisse CHF 5,9

lesafriques.com



DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : ABDERRAZZAK SITAIL

Laurent Marlière

«L'essor de la finance islamique dépendra de la pédagogie dans la communication»

En marge de la 6^{ème} édition du FAFI, Laurent Marlière, CEO du cabinet Isfin et expert international en marketing des marchés musulmans, explique les leviers sur lesquels communiquer afin de mieux vulgariser les produits de la finance islamique. Selon lui, l'Afrique est un marché qui a beaucoup de potentiel.



Laurent Marlière

Les Afriques : Malgré le montant important de ses actifs financiers, l'industrie de la finance participative manque de visibilité pour beaucoup. Comment expliquez-vous ce paradoxe ?

Laurent Marlière : C'est vrai que la finance islamique est une activité qui peut susciter des interrogations. Mais cela dépend si on a un regard de musulman ou de non musulman. C'est vrai qu'en Occident, dans certains milieux, les gens confondent finance islamique et religion. Alors que d'autres arrivent à percevoir l'intérêt qui va au-delà du concept mélangeant les mots finance et islamique. Si vous évoquez finance islamique en France, les gens entendent «islamique» alors que si vous allez à Londres les gens vont entendre «finance». Avec le temps, les observateurs vont aller au-delà des concepts religieux et comprendre la finalité, le contenu et les mécanismes de la finance islamique qui a deux éléments forts en lui. D'abord le côté éthique, à ce niveau la finance conventionnelle doit se redéfinir au niveau éthique. Mais aussi le côté liquidité, puisque l'Occident a ce que j'appelle des solidités, c'est-à-dire des opportunités d'investissement alors que le monde musulman a beaucoup de liquidités. C'est là-dessus que la finance islamique va pouvoir se développer.

LA : Quels sont vos conseils pour vulgariser la finance islamique afin de rendre accessibles ses produits à un large public ?

A propos

Isfin est un cabinet de conseil leader dans le conseil pour les marchés musulmans avec une présence dans 75 pays sur les cinq continents. Le cabinet accompagne les investissements émanant du monde musulman vers l'Occident, mais

aussi l'intérêt croissant des sociétés occidentales et des multinationales pour les marchés musulmans. Le cabinet travaille sur l'économie islamique et l'industrie du halal dont la finance islamique fait partie.

Laurent Marlière et Fawaz Alkhateeb, au cours d'une précédente conférence à Dubai en 2014



L.M. : Il faut travailler sur une proposition de valeur qui ne soit pas seulement religieuse. On ne peut pas vendre au consommateur que de la religion. Si on vend le concept religieux au lieu de la finance, on va limiter l'achat du produit bancaire islamique au segment ultrareligieux. Alors que d'autres acheteurs potentiels vont être convaincus des bénéfices de la banque ou de la finance islamique, au-delà du segment religieux. Ça peut être la qualité du service, la sécurité des transactions, et des capitaux, l'éthique liée à des produits non toxiques, etc. Donc, il va falloir décliner la finance islamique sur autre chose que du religieux en tant que proposition de valeur.

LA : Autrement dit, les produits financiers islamiques s'adressent aussi bien aux musulmans qu'aux non musulmans ?

L.M. : Oui, tout à fait. Mais à condition qu'on ne les vende pas comme une finance religieuse. Parce que dire aux non musulmans d'acheter de la finance islamique, c'est comme demander d'acheter un frigo catholique ou une voiture juive. Pour acheter ça, il faut donc pouvoir faire de la pédagogie et expliquer aux gens que derrière le vocable is-

lamique, il y a une série d'atouts et de faire-valoir qui vont répondre aux besoins de différents types de consommateurs. Je pense que les non musulmans peuvent être convaincus par les produits bancaires islamiques.

LA : Est-ce que l'Afrique est un terrain propice pour le développement de la finance alternative ?

L.M. : Oui, elle l'est à plusieurs égards. Tout d'abord, la finance islamique jusqu'à présent est une affaire de riches, et donc très souvent il y a ce mythe que la finance islamique est faite pour les masses. Ça n'a pas été prouvé en dehors de la Malaisie et de quelques pays du Golfe. Mais la finance islamique c'est pour les riches et les gouvernements. Là où la finance islamique va pouvoir faire ses preuves, je crois ce sera en Afrique où on a de réels besoins en retail. Il va falloir que la finance islamique segmente les produits qu'elle offre. On va l'avoir sous forme d'investissements souverains, de sukuk, en Afrique, mais on doit aussi l'avoir dans la microfinance, le crowdfunding, le private equity, le retail. Parce que les besoins sont différents ici par rapport aux pays du Golfe et en Asie.

Propos recueillis par Ibrahim Souleymane

Si on vend le concept religieux au lieu de la finance, on va limiter l'achat du produit bancaire islamique au segment ultrareligieux.

Bio-express

Laurent Marlière, CEO du cabinet Isfin, est spécialiste du marketing des marchés musulmans. Une discipline qu'il enseigne à l'Université Pa-

ris-Dauphine (en France), à l'Université de Rabat, à l'Essec à Tunis, et à l'université Catholique de Louvain (en Belgique).