



HAL
open science

La dynamique démographique et les quatre marchés du Conseil de Coopération du Golfe

Gérard-François Dumont

► **To cite this version:**

Gérard-François Dumont. La dynamique démographique et les quatre marchés du Conseil de Coopération du Golfe. ACCOMEX Actualités du Commerce Extérieur, 2012, 103, pp.14-17. halshs-00837551

HAL Id: halshs-00837551

<https://shs.hal.science/halshs-00837551>

Submitted on 7 Dec 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La dynamique démographique et les quatre marchés du Conseil de Coopération du Golfe

La population cumulée des six pays du Conseil de Coopération des États du Golfe (Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis, Qatar, Bahreïn, Oman, Koweït) comptait, en 2011, 46 millions de consommateurs soit, d'un point de vue strictement numérique, un marché équivalent à ceux de l'Ukraine ou de l'Espagne. Toutefois, ce marché diverge de ces deux pays pour deux raisons : d'une part, il est en forte croissance (le nombre de consommateurs devrait augmenter de 11 millions pour atteindre 57 millions en 2025), alors que le nombre de consommateurs diminue en Ukraine et augmente faiblement en Espagne ; d'autre part, il s'agit d'un marché jeune.

Autre grande caractéristique des consommateurs du Golfe : il faut distinguer quatre catégories de populations : les nationaux, les immigrants peu ou non qualifiés, les immigrants qualifiés - appelés souvent expatriés - et les « touristes » qui représentent une part croissante de la consommation.

Gérard-François Dumont

gerard-francois.dumont@wanadoo.fr

Professeur à l'Université de Paris-Sorbonne, le recteur Gérard-François Dumont dirige la revue *Population & Avenir* (www.population-demographie.org), est Vice-Président de l'Académie de géopolitique de Paris et administrateur de la Société de Géographie. Parmi ses nombreux ouvrages figurent *Les populations du monde* (Armand Colin, 2004) et *Démographie politique. Les lois de la géopolitique des populations* (Ellipses, 2007). Il a notamment collaboré au *Dictionnaire de géopolitique et de géoéconomie* (PUF, 2011).

TROIS FACTEURS À L'ORIGINE D'UNE CROISSANCE ÉLEVÉE

Le premier intérêt du marché du CCG tient à la croissance du nombre de consommateurs, passé de moins de 26 millions à 46 millions entre 1995 et 2011 (+ 76 %) ¹. Cette croissance s'explique d'abord par un nombre de naissances relativement élevé dans tous les pays, même si le taux de natalité y varie en fonction des différences de l'indice de fécondité. Ce dernier est supérieur à la moyenne mondiale de 2,5 enfants par femme à Oman (3,3) et en Arabie Saoudite (2,9). Au Koweït, il est légèrement inférieur à la moyenne mondiale. En revanche, il est de l'ordre de grandeur de celui de la France dans les trois autres pays (2 enfants par femme). Le nombre des naissances favorise la croissance démographique car, parmi les nationaux, les femmes en âge de procréer sont nombreuses, héritage des années 1980 où la fécondité était très élevée.

La deuxième raison de la croissance démographique tient à un très faible taux de mortalité. Ce dernier

s'explique par deux facteurs. D'une part, de très importants progrès médicaux et hygiéniques améliorent les taux de survie, donc augmentent l'espérance de vie. D'autre part, la composition par âge de la population est très jeune. Il en résulte un écart élevé entre le taux de natalité et le taux de mortalité et donc une croissance démographique naturelle très positive dans les six pays, également corrélée aux niveaux de fécondité : la croissance la plus élevée se constate à Oman (2,6 % par an) et en Arabie Saoudite (1,8 % par an). Suit le Koweït. La croissance naturelle est plus faible, de l'ordre de la moyenne mondiale, dans les trois autres pays.

La croissance démographique tient enfin à la dynamique migratoire. Effectivement, les six pays sont tous de forte immigration. La mesure exacte de cette dernière n'est pas aisée puisque les résultats diffèrent selon les sources, comme le laissent deviner les graphiques ci-après, certains pays surévaluant leur population nationale. Selon l'ONU, pour la période 1995-2010, le taux d'accroissement migratoire le plus élevé est celui du Qatar, suivi des Émirats Arabes Unis et de Bahreïn.

(1) Sardon Jean-Paul (2011), « La population des continents et des pays », *Population & Avenir* n° 705, novembre-décembre.

Sous le double effet des croissances naturelle et migratoire, entre 1995 et 2010, le nombre de consommateurs a augmenté de 240 % au Qatar, de 222 % aux Émirats et de 116 % à Bahreïn. Les croissances ont été moindres au Koweït (69 %), en Arabie Saoudite (48 %) et à Oman (27 %).

Toutefois, ces taux de croissance s'appliquent sur des marchés à l'origine d'importance inégale et qui le restent. L'Arabie Saoudite demeure le plus grand marché de la région, avec 27 millions de consommateurs, soit 63 % de l'ensemble CCG. Les Émirats présentent moins du tiers de consommateurs que l'Arabie Saoudite. Les autres États comptent chacun moins de 3 millions de consommateurs.

Poursuite attendue de la croissance démographique

Dans ces pays du Golfe, le choix des hypothèses permettant de réaliser des projections démographiques est particulièrement difficile compte tenu de l'importance de l'immigration. Toutefois, il est acquis que la croissance naturelle devrait se poursuivre, ne serait-ce qu'en raison des effets de vitesse acquise.

Considérant l'hypothèse migratoire moyenne, la projection donne 57 millions d'habitants en 2025 dans l'ensemble des six pays, avec une croissance la plus élevée de 37 % au Koweït et la moins élevée à 23 % à Bahreïn.

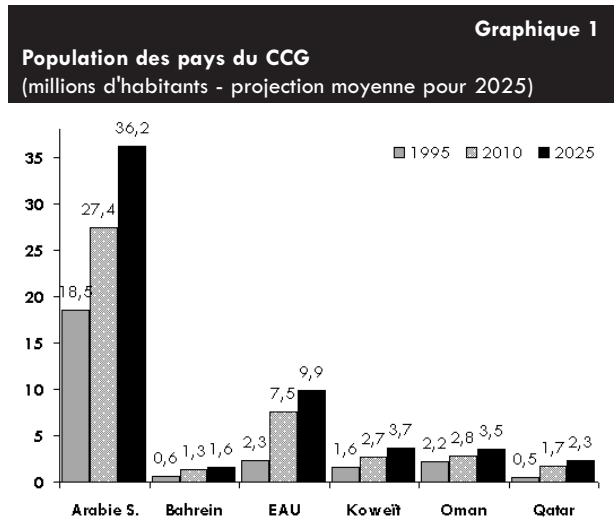
Considérer que la croissance la plus faible des six sera à Bahreïn semble possible. En effet, depuis les événements géopolitiques de mars 2011 dans ce pays, il se peut que des entreprises qui envisageaient de s'installer à Bahreïn hésitent à le faire dans la mesure où la stabilisation géopolitique interne du pays n'est pas acquise. Il se peut aussi que Bahreïn ait besoin de moindres flux d'immigrants que dans le passé compte tenu des projets suspendus. Dans les autres pays, sauf catastrophe géopolitique majeure due par exemple aux tensions avec l'Iran, le marché des consommateurs devrait s'accroître de façon significative.

UNE POPULATION CARACTÉRISÉE PAR SA CONCENTRATION ET SA JEUNESSE

Un peuplement très concentré

Outre cette croissance passée et à venir, une deuxième caractéristique majeure des populations du Golfe est la forte concentration du peuplement.

En effet, le taux d'urbanisation dans les pays du CCG est très élevé : 73 % de la population d'Oman vit dans des villes, 80 % en Arabie Saoudite, 83 % aux Émirats, 98 % au Koweït et même 100 % au Qatar et à Bahreïn. En outre, dans les pays où le taux d'urbanisation est



Source : © Gérard-François Dumont - Chiffres WPP 2010

moins élevé, le marché est dominé par quelques grandes villes. En Arabie Saoudite, Riyad, avec ses 4,8 millions d'habitants, représente plus de 17 % des consommateurs du pays. Djedda, la deuxième ville du pays en nombre d'habitants, en rassemble 12 %. Aux Émirats Arabes Unis, la ville la plus peuplée, Dubaï, n'avait que 80 000 habitants au moment de l'indépendance en 1971. Elle est estimée à 1,6 million en 2010, soit 20 % de la population des Émirats. La deuxième ville, Charjah, limitrophe de Dubaï, compte plus de 10 % de la population du pays et la ville d'Abu Dhabi également près de 10 %. À Oman, la capitale, Mascat, selon le périmètre qui lui est affecté, compte entre 700 000 et 1 million d'habitants.

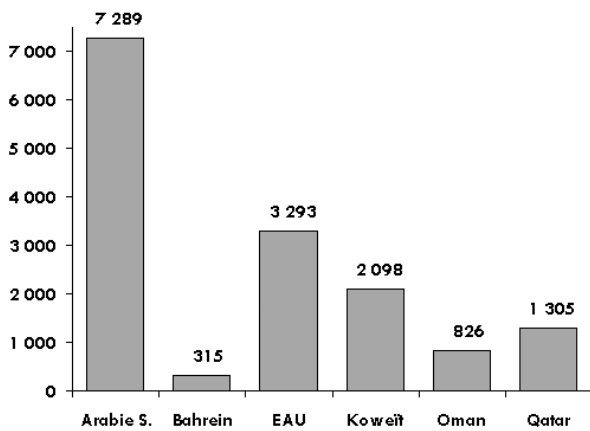
Outre leur dynamique de croissance et la concentration de leur population, les marchés du Golfe se caractérisent par leur jeunesse.

Un marché jeune

En effet, le pourcentage de 65 ans ou plus ne dépasse 3 % dans aucun des six pays alors qu'il est de 17,4 % en France. Cela ne tient pas à une faible espérance de vie, puisque cette dernière dépasse désormais 70 ans et atteint son maximum au Qatar avec 78 ans. La particularité régionale est, à l'exception de Bahreïn et d'Oman, l'absence d'écart - ou un très faible écart - d'espérance de vie entre les femmes et les hommes, contrairement à l'Amérique du Nord ou aux pays de l'Union européenne.

La faiblesse du pourcentage des personnes âgées s'explique donc surtout par l'héritage de générations peu nombreuses arrivant à cet âge et au pourcentage extrêmement faible d'immigrants de cet âge. L'origine de la jeunesse du marché est donc double : les personnes en âge de scolarité et des effectifs des générations de jeunes actifs (20-39 ans) nombreuses.

Graphique 2
Nombre d'immigrants dans les pays du CCG (en milliers)



Source : © Gérard-François Dumont - chiffres IM 2010

UN MARCHÉ À QUATRE COMPOSANTES

La quatrième grande particularité des pays du Golfe vient de la diversité des composantes de son marché : elles sont au nombre de quatre.

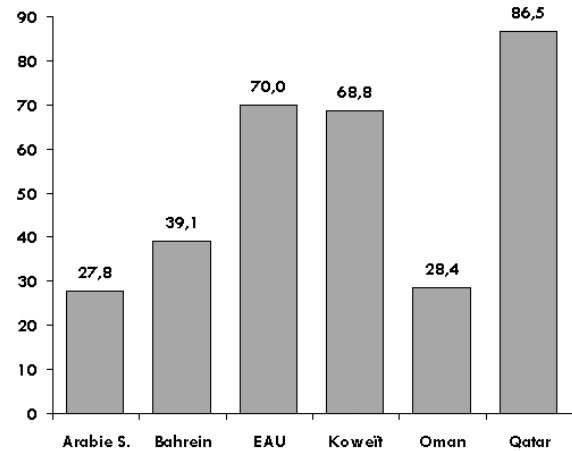
Le marché des nationaux

Le premier marché est celui des nationaux, c'est-à-dire des habitants de ces pays en ayant la nationalité. Leur culture islamique et leurs traditions appellent certaines spécificités. Par exemple, l'une est très visible dans les rues avec le souci d'avoir des automobiles aux vitres teintées. De même, les tenus vestimentaires, des hommes comme des femmes, appellent des productions textiles spécifiques.

Autre élément, la place des femmes dans l'espace public valorise les centres commerciaux fermés où il leur est plus loisible de circuler non accompagnées d'hommes, contrairement aux rues découvertes. En outre, les obligations religieuses, comme celles du ramadan, engendrent des effets sur les modes de consommation. D'autres particularités doivent être prises en compte, par exemple dans l'aménagement des logements.

Que représente ce premier marché, celui des nationaux, en nombre de consommateurs ? Il peut être estimé au deux tiers de la région, soit 30 millions de personnes. Mais son poids démographique relatif diffère selon les pays. En Arabie Saoudite, ce serait 72 % de la population, donc 20 millions des habitants. À Oman, un pourcentage semblable, soit 2,1 millions d'habitants. Mais au Qatar, seulement 13 % de la population, donc 220 000 habitants. Pour les Émirats,

Graphique 3
Proportion des immigrants dans les pays du CCG (en %)



Source : © Gérard-François Dumont - chiffres IM 2010

les chiffres divergent selon les sources. L'*international migration* 2009 indique un pourcentage de 30 %, soit 2,4 millions. Au Koweït, les nationaux représenteraient 31 % de la population et, à Bahreïn, 60 %, un pourcentage qui pourrait augmenter pour les raisons évoquées précédemment.

Ces nationaux ont un pouvoir d'achat satisfaisant parce que leur statut leur décerne des avantages particuliers. D'abord, ils bénéficient de distributions de terrains à bâtir ou de logements, généralement en des occasions particulières comme les mariages ou les naissances. Ensuite, ils jouissent d'aides financières substantielles pour les études et les soins. Surtout, ils tirent un bénéfice important de l'institution de la *kafala*. En effet, pour s'installer et travailler dans l'un des pays du Golfe, l'étranger doit avoir un *kafil*² ou commanditaire qui garantit (juridiquement) sa présence et joue le rôle d'intermédiaire avec la société d'accueil. N'importe quel citoyen de ces pays peut jouer ce rôle de *kafil*. Cela permet de maintenir l'étranger dans sa qualité d'étranger. Ce système de la *kafala* connaît des variantes dans son application. Par exemple, dans certains pays, l'étranger qui désirerait changer de *kafil* doit quitter le pays et y entrer à nouveau. Dans d'autres, il est interdit de changer de *kafil*.

Les deux marchés différenciés des immigrants

Il résulte des éléments précédents un autre marché, celui des immigrants, soit plus de 15 millions en 2012. Ces derniers sont parfois majoritaires dans la population totale et souvent dans la population active. Les arabes venus des autres pays du monde arabe avaient formé le premier flux d'immigrants qui a débuté à partir des années 1950 pour les plus anciens producteurs de pétrole. Puis ce flux s'est

(2) Kouaouji Ali (2004), « Des millions d'immigrants dans le Golfe », *Population & Avenir* n° 666, janvier-février.

réduit, et celui du sous-continent indien, de l'Asie du Sud-Est, Philippines compris, et de l'Asie orientale, avec la Chine, s'est accru et est devenu largement dominant.

L'importance de cette immigration est soutenue par la hausse du prix des hydrocarbures. Mais, en réalité, elle mixte trois facteurs. Le facteur politique résulte des choix, variés selon les États, de s'ancrer dans la mondialisation (Qatar par exemple) ou de préparer l'après-pétrole (Dubai y est déjà compte tenu de ses faibles réserves) en se diversifiant. Le facteur économique tient aux besoins de main-d'œuvre conforme aux types d'emploi proposés. S'ajoute un facteur démographique à plusieurs facettes. D'abord, les nationaux sont souvent en nombre insuffisant, d'autant qu'il y a une résistance des sociétés locales au travail des femmes. Ensuite, il faut signaler, phénomène non propre au Golfe, la faible appétence des nationaux à s'engager dans des métiers jugés trop pénibles ou trop faiblement rémunérés, sachant que les redistributions de richesses dues aux hydrocarbures ont permis une nette amélioration des niveaux de vie des nationaux.

Mais la population des immigrants est duale. D'une part, elle comporte une très large dominante numérique (95 %) d'immigrants à faible qualification qui travaillent dans les industries, les activités portuaires, le bâtiment et les travaux publics ou assument de nombreuses activités de services à faible valeur ajoutée. Ces immigrants forment un deuxième marché. D'autre part, elle compte aussi des immigrants à forte qualification formant un troisième marché.

Le marché des étrangers qualifiés

Ce troisième marché regroupe des populations, souvent occidentales, avec une forte prédominance des Anglophones. Ils représentent moins de 5 % des immigrants, mais apportent aux pays du Golfe des savoir-faire dont ces pays ont besoin, puisque les populations nationales manquent des compétences correspondant aux emplois offerts de cadres ou d'ingénieurs.

Ces immigrants hautement qualifiés disposent d'un niveau de vie assez élevé et d'un mode de vie fondamentalement différent de celui de la masse des immigrants du deuxième marché. Leur nombre ne semble pas devoir diminuer compte tenu, d'une part, des efforts des pays de s'impliquer davantage dans la mondialisation et, d'autre part, des résultats limités des politiques en matière de « nationalisation » de la main-d'œuvre. En effet, les nationaux sont très largement majoritaires dans les ministères, mais ne

représentent souvent qu'un pourcentage à un chiffre des emplois du secteur privé.

Un quatrième marché, la population temporairement présente

Pour analyser le marché sur un territoire donné, il faut tenir compte non seulement des habitants qui y résident, mais aussi de la population temporairement présente³, et notamment des touristes, c'est-à-dire, selon la définition des instances internationales, des visiteurs dont le séjour est suffisamment long pour comprendre au moins une nuitée dans le territoire, que le séjour se déroule pour des motifs de loisirs, professionnels ou familiaux. Il faut ajouter à ces touristes l'importance des personnes en transit, dans la mesure où des pays du Golfe ont développé la fonction de *hub* de leurs aéroports et l'accueil de croisiéristes.

Il en résulte chaque jour un marché de population présente, sans être résidente, très important, considérable en certains lieux ou à certaines périodes de l'année, notamment en fonction des manifestations internationales organisées, professionnelles, artistiques ou sportives. Ce marché est difficile à évaluer. Néanmoins, le nombre de passagers de quelques aéroports en donne une illustration.

Ainsi l'aéroport de Dubai a-t-il enregistré 51 millions de passagers en 2011, celui d'Abu Dhabi 12,4 et celui de Doha 18,1. Parmi ces passagers, certains n'ont fait que passer, d'autres ont juste eu une courte correspondance, d'autres encore ont transité pendant la journée dans un aéroport aux multiples boutiques. Mais, par exemple concernant Dubai, certains ont choisi de séjourner une ou quelques nuits à Dubai pour découvrir ses lieux d'intérêt, comme la crique, la Burj Kalifa, l'immense centre commercial à ses pieds ou *Atlantis The Palm*, icône de la première palme de Dubai, immense *resort*, plutôt kitsch, doté d'une multitude d'infrastructures, dont un aquarium sous-marin, et de restaurants tenus par des chefs étoilés, et voisinant avec un grand parc aquatique.

* * *

Au total, les marchés des pays du Golfe, régions arides encore à très faible densité de population en 1970, ont connu une forte croissance de leur nombre de consommateurs sous l'effet d'une dynamique naturelle et de migrations internationales de travail. Ces marchés ne sont nullement des marchés unifiés, mais de nature plurielle. Les grandes infrastructures routières ou aéroportuaires sont certes utilisées par les quatre types de consommateurs, mais la nature, le pouvoir d'achat et la demande sont fort différents.

(3) Terrier Christophe (2011), « Aménagement des territoires et géographie de la population présente », *Population & Avenir* n° 705, novembre-décembre.