Le marché ethnique : le nouvel eldorado des entrepreneurs musulmans

11/01/2015 à 12h00

Dans un monde globalisé à outrance, la singularité des individus, des groupes sociaux ou ethniques n'a jamais été autant recherchée. Elle est aujourd'hui au centre des attentions des campagnes marketing des entreprises qui ciblent cette particularité afin de développer de nouvelles niches économiques.

Par HBD Ajib



Si l'expression « business ethnique » est un terme générique pour les anglo-saxons, il reste encore tabou de ce coté-ci de la manche. Le développement fulgurant du commerce en ligne a ouvert de nouvelles perspectives.Aujourd'hui, cibler une communauté pour sa différence, son style de vie, est un concept vendeur.

Légitimement, un marché de plusieurs dizaines de millions de

> ***musulmans attise la convoitise.***

Ainsi, de jeunes sociétés et entrepreneurs musulmans saisissent cette opportunité et tentent de séduire leur communauté par

> ***la valorisation de cette identité en leur proposant des produits et services qui répondent à la fois à leur besoin et à leur éthique de consommation.***

Dans les secteurs de la mode, de l'alimentation, du tourisme, des offres ciblées fleurissent et se développent avec plus ou moins du succès.

Actuellement, ce sont les petites structures et les start-up, capables de singulariser leurs offres et de s'adapter constamment à leur clientèle, qui tirent leur épingle du jeu.

Fazal Bahardeen, directeur de CrescentRating, spécialisé dans le tourisme halal et basé à Singapour, précise: « C'est un marché très fragmenté propice aux entrepreneurs et où les grandes sociétés ont du mal à percer ».

> ***Selon ses estimations, les voyageurs musulmans dépensent plus de 130 milliards de dollars chaque année.***

Ahmed Irfan, fondateur de l'application mobile Irhal, qui a remporté le trophée de la meilleure start-up islamique,lors d'un concours organisé par la « Dubai Silicon Oasis Authority ». Il se rappelle ses débuts: « l'idée a germé lors de mes propres voyages autour du monde, lorsque j'éprouvais des difficultés à localiser restaurants halals et lieux de prière ».

Pour A.Irfan « le support mobile est le futur »; dans un monde en mouvement, il déclare que le trafic sur son site en ligne est généré à 75% depuis des smartphones.

Un autre exemple de réussite dans ce secteur du tourisme halal: l'application Islamic Travel qui compte plus de 200 000 utilisateurs en proposant ses services de localisation de restaurants halals et mosquées dans prés d'une centaine de villes dans le monde.

Néanmoins, tous les marchés qui visent les clients musulmans ne connaissent pas la même évolution.

Notamment, celui de l'alimentation, encore aujourd'hui si prometteur, pâtit de l'absence de consensus sur une norme halal mondiale qui permettrait d'assainir un secteur où les scandales à répétition sont régulièrement mis à jour.

En Octobre 2014 au Qatar, pour remédier à cette situation, un partenariat a été noué avec la Malaisie, qui à ce jour fait référence mondiale dans la traçabilité des produits halals afin d'élaborer un réseau international de certification et de contrôle.

D'autres défis sont à relever: les difficultés pour le financement des entreprises islamiques est aussi un problème auquel des initiatives de prêt en ligne, comme Beehive, tentent d'apporter des solutions. Cette plate forme de financement a pour ambition de lever des fonds pour contribuer à aider les créateurs d »entreprise tout en respectant les principes de notre honorable religion.

Gardons à l'esprit l'adage: » le client est roi » et à ce titre, si des entreprises s'intéressent à notre porte monnaie, exigeons en retour un strict respect de nos attentes.

> ***Être consomm-acteur pour ne plus avoir à subir, consommer c'est aussi choisir, et el hamdoullah nous avons désormais la possibilité de dépenser notre argent en conformité avec nos principes.***

ajib.fr