

Effet de l'espérance de vie sur la croissance économique en Afrique de l'Ouest

Effect of Life expectancy on economic growth in West Africa

AKPAGNONDE Koffi Toussaint

Doctorant-chercheur en Économie du Développement à la Faculté des Sciences Économiques et Gestion de l'Université Félix Houphouët-Boigny Cocody Abidjan.

koffitoussaint@gmail.com

KOUAKOU Kouadio Clément

Maître de Conférences agrégé. Enseignant-Chercheur à la Faculté des Sciences Économiques et Gestion de l'Université Félix Houphouët-Boigny Cocody Abidjan.

kouakouclementk@gmail.com

Cite this article

AKPAGNONDE Koffi Toussaint, KOUAKOU Kouadio Clément (2025). Effet de l'espérance de vie sur la croissance économique en Afrique de l'Ouest Sciences, Volume 4, Issue 1 (2025), pp.

Submitted:

20/09/2025

Accepted:

International Journal of Economics and Management Sciences
-IJEMS- Volume 4, Issue 1 (2025)

Copyright © IJEMS

Résumé :

Ce travail a pour objectif la recherche de l'effet de l'augmentation de l'espérance de vie sur la croissance économique en Afrique de l'ouest. Nous présentons une équation de croissance standard avec le travail, le capital, le commerce et l'investissement comme variables de contrôle dans un modèle économétrique ARDL avec correction d'erreur à partir de l'estimateur PMG par pays. Nous introduisons également trois variables de la santé à savoir les dépenses de santé standard en pourcentage du PIB, l'espérance de vie et l'interaction entre espérance de vie et dépenses publiques en santé. L'étude révèle que l'espérance de vie et les dépenses publiques de santé ont un lien positif avec la croissance économique de la région tandis que l'effet combiné des deux variables a une incidence négative de long terme.

Mots clés: espérance de vie, dépenses de santé, PIB, croissance économique, Afrique de l'ouest.

Abstract:

This work aims to investigate the effect of increased life expectancy on economic growth in West Africa. We set out a standard growth equation with labour, capital, trade and investment as control variables in an ARDL econometric model with error correction from the country-specific PMG estimator. We also introduce three variables of health, namely standard health expenditure as a percentage of GDP, life expectancy and the interaction between life expectancy and public spending on health. The study reveals that life expectancy and public health expenditure are positively linked to economic growth in the region, while the combined effect of both variables has a long-term negative impact.

Keywords: life expectancy, health expenditure, GDP, economic growth, West Africa.

INTRODUCTION

Une population en bonne santé est une valeur économique pour les pays (Stefko et al., 2021). Les bons soins de santé et la qualité de vie sont considérés comme un atout vital à l'échelle mondiale et liés les uns aux autres, c'est-à-dire que la santé et la croissance économique sont corrélées, ce qui fait de la santé un facteur fondamental d'une croissance économique durable (Alhassan et al., 2020). Les pays de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), en l'occurrence ceux de l'UEMOA, ont décidé à l'issue de la conférence d'Abuja (2001) que la part de 15% des budgets annuels soit allouée aux dépenses de santé

Les assertions ci-dessus attestent de l'importance d'une santé de qualité et partant de sa variante qui est l'espérance de vie dont il est question.

Toutefois à en croire Cervellati et al., (2009) « *l'amélioration de l'espérance de vie réduit la croissance démographique et favorise l'accumulation de capital humain après le début de la transition démographique* ». Cela implique que les effets de l'espérance de vie sur la population, le capital humain et le revenu par habitant ne sont pas les mêmes, avant et après la transition démographique. Enfin, une espérance de vie suffisamment élevée est en fin de compte le déclencheur de la transition vers une croissance soutenue des revenus (Cervellati et al. 2009).

Les pays de la sous-région ouest africaine s'inscrivent également dans cette perspective. Ces Etats ont mis en place l'Organisation Ouest Africaine de la Santé (OOAS) comme l'instrument principal de l'intégration régionale spécialisée en matière sanitaire et permettant d'avoir des interventions et réglementations dans le domaine de la santé. Cependant il est fort à parier que « l'état des services de santé en Afrique de l'Ouest est déplorable »^[1]. Selon le rapport 2018 de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) sur l'état de la santé dans les régions africaines, son indice moyen de performance du système de santé est de 0,49 et aucun pays uest-africain ne dépasse 0,50 en ce qui concerne l'accès aux services essentiels.

De ce fait, l'une des finalités sanitaires qui est l'espérance de vie accrue s'impose de plus en plus comme un élément essentiel de l'amélioration des composantes de la santé publique notamment, depuis les progrès fulgurants et remarquables de la médecine à partir de l'entre-deux-guerres. La santé en matière d'espérance de vie est apparue dans plusieurs régressions transnationales de croissance et les chercheurs trouvent qu'elle a un effet significatif positif sur la croissance économique (Bloom et Canning, 2000, 2003) et l'importance de l'espérance de vie est reconnue dans la littérature en économie du développement en raison de ses effets croissants sur la productivité du travail et la croissance économique à long terme (Daron Acemoglu et Simon Johnson, 2007).

Dès lors, ce travail se propose d'étudier l'effet de l'espérance de vie à la naissance sur la croissance économique à travers un modèle économétrique ARDL avec correction d'erreur à partir de l'estimateur PMG par pays. Prenant en considération les avantages d'une espérance de vie à l'échelle globale et tenant compte de ses apports conséquents en matière de croissance économique et de développement à l'instar des pays avancés, l'on est en mesure d'explorer les interactions entre une espérance de vie à la naissance plus longue. Dès lors, se ramenant à l'Afrique occidentale. Ainsi, une question centrale se pose : la quête d'une espérance de vie allongée et qualitative ouvre-t-elle une fenêtre d'opportunité de croissance dans la partie ouest du continent africain ? En outre, trois questions spécifiques se déclinent à savoir : Quels sont les apports de l'augmentation de l'espérance de vie ? Quel est l'influence des dépenses publiques en matière de santé et enfin : les effets croisés de l'augmentation de l'espérance de vie et des dépenses publiques en santé induisent-ils un renforcement de la croissance économique en Afrique de l'ouest ?

Compte tenu des liens étroits entre les investissements dans le domaine sanitaire et l'espérance de vie, l'objectif général de la présente étude est d'analyser les effets d'une espérance de vie plus accrue sur la croissance économique. Spécifiquement, nous entrevoyons d'abord, d'estimer l'influence des dépenses en matière de santé puis d'évaluer l'empreinte du regain de l'espérance de vie à la naissance et enfin de croiser les deux effets pour mieux les appréhender en matière de croissance économique dans la sous-région ouest-africaine.

Cet article contribue à rechercher les apports de l'espérance de vie la croissance économique dans un contexte ouest-africain.



[1] Par Jean-Pierre Bat publié le 25 mars 2020 Blog « Africa4 » Les systèmes de santé en Afrique de l'Ouest

1. Revue de littérature

1.1.

Les dépenses de santé, en particulier, peuvent jouer un rôle clé dans la détermination de l'état de santé et peuvent, par extension, contribuer à la croissance économique

1.1.1

Figure N°1 : -----

Source : -----

1.1.2

1.2. -----

Tableau N°1 : -----

Source : -----

1.3. -----

2.

Figure N°2 : -----

Source : -----

**Conclusion (en gras, time new roman, police 14 interligne 1,5, texte justifié :
1 page)**

Time new roman, police 12 interligne 1,5, texte justifié

Références (en gras, time new roman, police 14 interligne 1,5, texte justifié : 1 page)

Time new roman, police 12 interligne 1,5, texte justifié

Les références doivent être présentées selon les normes de citation APA (7e édition). Elles doivent être classées par ordre alphabétique, de A à Z, **sans ajout de numérotation**.

Pour vous aider à respecter le style APA :

- Consultez ce guide : Guide APA – Université de Montréal (<https://bib.umontreal.ca/citer/styles-bibliographiques/apa>)

Exemple concret

Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211

Alsamydai, M. J., et Khasawneh, M. H. (2013). Basic Criteria for the Success of the Electoral Candidates and their Influence on Voters' Selection Decision. *Advances in Management and Applied Economics*, 3(3), 1-7. ?

Arkes, H. R., et Bar-Hillel, M. (1991). The role of representativeness in biasing judgment and decision making. *Psychological Bulletin*, 110(3), 383–399.

Benghozi, P.-J., et Paris, T. (2003). De l'intermédiation à la prescription : le cas de la télévision. *Revue Française de Gestion*, 29(142), 205–227

Belk, R. W. (1985). Materialism: Traits Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265-280.

Cacioppo, J. T., Petty, R. E., et Morris, J. D. (1983). Effects of message repetition and position on cognitive response, attitude, and intention. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(5), 973-985

Castellano, S., & Dutot, V. (2017). Investigating the influence of e-WOM on e-reputation. *International Studies of Management & Organization*, 47(1), 42-60.

Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752–766

Garbarino, E., et Johnson, M. S. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), 70–87.

Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., et Newell, S. J. (2000). The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands. *Journal of Advertising*, 29(3), 43–54.

Gunawan, J., et Huarng, K. H. (2015). The impact of social media on consumer purchasing decisions. *International Journal of Management and Marketing Research*, 8(1), 1-18.

Haghrian, P., et Madlberger, M. (2005). The influence of advertising in mobile games on young people's attitudes. *International Journal of Advertising*, 24(4), 451–468.

Hatchuel, A. (1994). Les savoirs de l'intervention en entreprise. *Revue Française de Gestion*, 20(99), 109–120

Ling, R. (2010). Texting as a life phase medium. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(2), 151–160.

Lee, M., et Youn, S. (2009). Electronic Word of Mouth (eWOM): How eWOM Platforms Influence Consumer Product Judgment. *International Journal of Advertising*, 28(4), 473–499.

Lehu, J.-M. (2004). *Stratégies de communication : De la publicité à l'intégration*. 3e éd. Dunod.

Lou, C., et Yuan, S. (2019). Influencer marketing : How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.

MacKenzie, S. B., Lutz, R. J., et Belch, G. E. (1986). The Role of Attitudes and Attitude Toward the Ad as Predictors of Advertising Effectiveness. *Journal of Marketing Research*, 23(2), 130-143.

MacKenzie, S. B., et Lutz, R. J. (1989). An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward the ad in an advertising pretesting context. *Journal of Marketing*, 53(2), 48–65Soh et al., 2007

Moore, J., et Rodgers, S. (2005). An examination of advertising credibility and skepticism in five different media using the persuasion knowledge model. *Journal of Interactive Advertising*, 5(2), 2–15.

Morgan, R. M., et Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.

O'Keefe, D. J. (1990). *Persuasion: Theory and research*. Sage Publications

O'Keefe, D. J. (2002). *Persuasion: Theory and research* (2nd ed.). Sage Publications.

Oudrhiri Safiani, L., et El Hassouni, S. (2021). Opinion leaders on Instagram and their role in the intention to purchase tourist stays: Proposal of a theoretical influence model. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2(6-1), 145–165.

Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The effect of online consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 125–148.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer-Verlag

Popper, K. (1998). *La logique de la découverte scientifique*. Payot.

Watts, S. A., et Zhang, W. (2008). Capitalizing on content: Information adoption in two online communities. *Journal of the Association for Information Systems*, 9(2), 32–48

Wathen, C. N., et Burkell, J. (2002). *Believe it or not: Factors influencing credibility on the Web*. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(2), 134-144

Wiener, N. (1948). *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. MIT Press. (Anderson et Swaminathan, 2011)

Wu, J., et Wang, J. (2011). *What drives mobile commerce? An empirical investigation of the role of trust*. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(3), 57-80.

