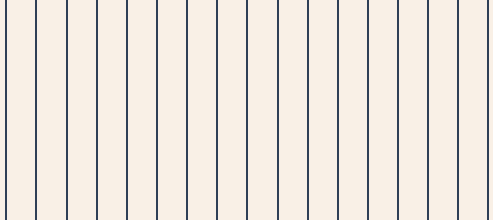


NOTES OUEST-AFRICAINES



L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCE ALIMENTAIRE EN AFRIQUE DE L'OUEST : PERCEPTIONS DU SECTEUR PRIVÉ SUR LES CONTRAINTES, OPPORTUNITÉS ET PERSPECTIVES

JUILLET 2026, NO.52



NOTES OUEST-AFRICAINES



L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCE ALIMENTAIRE EN AFRIQUE DE L'OUEST : PERCEPTIONS DU SECTEUR PRIVÉ SUR LES CONTRAINTES, OPPORTUNITÉS ET PERSPECTIVES

JUILLET 2026, NO.52

KOFFI ZOUGBÉDÉ (OCDE/CSAO)

ALBAN MAS APARISI (OCDE/CSAO)

REBECCA GRAMISCELLI-HASPARYK (OCDE/CSAO)

JILL BOUSCARAT (OCDE/CSAO)

PHILIPP HEINRIGS (OCDE/CSAO)

NOTES OUEST-AFRICAINES

La série Notes ouest-africaines explore les transformations socio-économiques, politiques et sécuritaires en Afrique, leurs interactions et leurs effets. Destinés à un public d'experts, de chercheurs et de décideurs, ils visent à stimuler le débat et à éclairer les politiques. Les articles sont disponibles en anglais et/ou français et peuvent être téléchargés à partir de : <https://doi.org/10.1787/24142026>.

Veuillez citer ce travail comme suit :

Zougbedé, K. et al. (2026), « L'environnement du commerce alimentaire en Afrique de l'Ouest : Perceptions du secteur privé sur les contraintes, opportunités et perspectives », Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest (OCDE/CSAO), *Notes Ouest-Africaines*, n°52, Éditions OECD Paris.

Contact auteur :

Koffi Zougbedé. Email : koffi.zougbede@oecd.org

Alban Mas Aparisi. Email : alban.masaparisi@oecd.org

Cette œuvre est diffusée sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE et ne reflète pas nécessairement les vues officielles des pays Membres de l'OCDE. Les documents de travail décrivent les résultats préliminaires ou les recherches en cours par le ou les auteurs et sont publiés pour stimuler le débat sur un large éventail de questions sur lesquelles travaille l'OCDE. Les commentaires sur les documents de travail sont les bienvenus et peuvent être envoyés à l'OCDE/CSAO, 2 rue André-Pascal, 75775 Paris Cedex 16. Ce document, ainsi que les données et cartes qu'il peut comprendre, sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Publication autorisée par Nana Touré, Directrice, Secrétariat du Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest.

© OCDE/CSAO 2026



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Cette œuvre est mise à disposition sous la licence Creative Commons Attribution 4.0 International. En utilisant cette œuvre, vous acceptez d'être lié par les termes de cette licence (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Attribution – Vous devez citer l'œuvre.

Traductions – Vous devez citer l'œuvre originale, identifier les modifications apportées à l'original et ajouter le texte suivant : En cas de divergence entre l'œuvre originale et la traduction, seul le texte de l'œuvre originale sera considéré comme valide.

Adaptations – Vous devez citer l'œuvre originale et ajouter le texte suivant : Il s'agit d'une adaptation d'une œuvre originale de l'OCDE. Les opinions exprimées et les arguments utilisés dans cette adaptation ne doivent pas être rapportés comme représentant les vues officielles de l'OCDE ou de ses pays Membres.

Contenu provenant de tiers – La licence ne s'applique pas au contenu provenant de tiers qui pourrait être incorporé dans l'œuvre.

Si vous utilisez un tel contenu, il relève de votre responsabilité d'obtenir l'autorisation auprès du tiers et vous serez tenu responsable en cas d'allégation de violation.

Vous ne devez pas utiliser le logo de l'OCDE, l'identité visuelle ou l'image de couverture sans autorisation expresse ni suggérer que l'OCDE approuve votre utilisation de l'œuvre.

Tout litige découlant de cette licence sera réglé par arbitrage conformément au Règlement d'arbitrage de la Cour permanente d'arbitrage (CPA) de 2012. Le siège de l'arbitrage sera Paris (France). Le nombre d'arbitres sera d'un.

Résumé :

Ce document présente des données sur les perceptions du secteur privé à l'égard du commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest, issues d'une enquête auprès de plus de 3 200 commerçants opérant sur 32 marchés dans huit pays. Les données permettent une analyse selon la taille des entreprises, le genre, le pays et la spécialisation des produits. Les résultats révèlent un secteur économiquement significatif, étendu et guidé par le marché, mais informel. Plus de 80 % des commerçants ne sont pas enregistrés, mais le commerçant médian affiche un chiffre d'affaires mensuel moyen d'environ 13 289 USD et emploie cinq personnes. Les incitations proviennent de la taille de la demande régionale et des écarts de prix entre pays ; 56 % commercent avec des pays non voisins. Au total, 62 % des commerçants sont optimistes pour les cinq prochaines années, avec des variations selon les pays et les produits. Les principales contraintes dépassent les procédures frontalières et incluent l'accès limité au financement, l'insécurité et l'insuffisance des infrastructures. Le rapport met en évidence une dynamique forte mais sous-exploitée et souligne la nécessité de politiques mieux adaptées.

Mots clés : commerce alimentaire intrarégional, commerce, secteur privé, PME, systèmes alimentaires, Afrique de l'Ouest, Afrique.

JEL Codes : F13, Q17, L26, J46, R12

Remerciements :

Ce rapport a été préparé par le Secrétariat du Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest (OCDE/CSAO). Les travaux ont été dirigés par Koffi Zougbedé et Alban Mas Aparisi, sous la supervision de Philipp Heinrigs, Chef de division. L'analyse des données a été réalisée par Jill Bouscarat, Rebecca Gramiscelli-Hasparyk, Alban Mas Aparisi et Koffi Zougbedé. La collecte de données dans les pays couverts par l'enquête a été menée en collaboration avec l'Association Ouest-Africaine du Commerce Transfrontalier des produits Alimentaires Agro-sylvo-pastoraux et Halieutiques (AOCTAH) et coordonnée par Motchosso Justin Matitoma, expert régional en commerce et secrétaire permanent de l'AOCTAH. Sèlidji Hermann Tossou a fourni un soutien à travers le nettoyage des données. Le rapport a bénéficié des échanges tenus lors de deux dialogues public-privé organisés dans le cadre du processus de validation terrain — à Abidjan (octobre 2024) et à Accra (février 2025). Les auteurs souhaitent exprimer leur gratitude à la Commission de la CEDEAO pour son soutien et ses précieux éclairages. Des remerciements particuliers sont adressés à l'équipe du programme GIZ ECOWAS Agricultural Trade (EAT) pour leurs contributions techniques et leur collaboration, notamment Arne Schuffenhauer, Chef de projet ; Evince Yegbemey, Conseiller régional principal ; et Fabian Pflume, Conseiller. Renaud Madignier a effectué la mise en page du rapport et le design graphique, et Lia Beyeler a préparé le manuscrit pour la publication.

LE CLUB DU SAHEL ET DE L'AFRIQUE DE L'OUEST

Le Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest (CSAO) est une plateforme internationale dont le Secrétariat est hébergé au sein de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Le OCDE/CSAO produit et cartographie des données, fournit des analyses informées et facilite le dialogue stratégique, pour faciliter une meilleure anticipation des transformations de la région et leur effet sur les territoires. Par son approche rétrospective et prospective, il promeut des politiques plus contextualisées en tant que leviers d'intégration régionale, de développement durable et de stabilité. Ses domaines de travail portent sur les dynamiques alimentaires, l'urbanisation, le climat et la sécurité.

Ses membres et partenaires financiers sont l'Autriche (Ministère fédéral des Affaires européennes et internationales/Agence autrichienne de développement), la Belgique (Service public fédéral Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au développement), le Canada (Affaires mondiales Canada), le CILSS (Comité permanent inter-États de lutte contre la sécheresse dans le Sahel), la Commission de la CEDEAO (Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest), l'Union européenne, la GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit), la France (Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères/Agence française de développement), le Luxembourg (Ministère des Affaires étrangères et européennes, Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire), les Pays-Bas (Ministère des Affaires étrangères), l'Espagne (Agence espagnole pour la coopération internationale au développement), la Suisse (Agence suisse pour le développement et la coopération/ Département fédéral des affaires étrangères) et la Commission de l'UEMOA (Union économique et monétaire ouest-africaine).

Pour plus d'informations : <https://www.oecd.org/fr/about/directorates/sahel-and-west-africa-club.html>

TABLE DES MATIÈRES

● ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS.....	P.6
● PRINCIPAUX RÉSULTATS	P.7
● COMPRENDRE LES PERSPECTIVES DES COMMERÇANTS POUR RENFORCER LES ÉCHANGES INTRARÉGIONAUX	P.8
● APPROCHE ET MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE	P.9
- Champ de l'enquête	P.9
- Méthodologie de l'enquête et collecte des données.....	P.9
- Limites et consolidation des données	P.10
● PROFIL DES COMMERÇANTS : DES ACTEURS INFORMELS MAIS UN COMMERCE À GRANDE ÉCHELLE.....	P.11
- Le commerce alimentaire régional : un secteur de poids	P.11
- Le commerce alimentaire régional dominé par l'informalité	P.12
- Les commerçants échangent une grande diversité de produits alimentaires	P.14
- Au-delà des pays voisins : un réseau dense et de longue portée du commerce alimentaire	P.18
● LA TAILLE DU MARCHÉ, LES PRIX ET LES RÉSEAUX FAÇONNENT LES ÉCHANGES RÉGIONAUX	P.20
- Moteurs et facilitateurs du commerce alimentaire régional en Afrique de l'Ouest.....	P.20
- Contraintes au commerce alimentaire régional en Afrique de l'Ouest.....	P.26
- Un secteur du commerce alimentaire régional en mouvement	P.32
- Les commerçants perçoivent un soutien limité de la CEDEAO et de leur gouvernement...	P.39
● AMÉLIORER L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCE ALIMENTAIRE EN AFRIQUE DE L'OUEST	P.47
- De la facilitation à la promotion du commerce : relier les entreprises agroalimentaires aux marchés régionaux	P.47
- Encourager un dialogue public-privé fondé sur des données probantes aux niveaux national et régional	P.48
- Tirer parti des initiatives continentales pour favoriser un environnement commercial alimentaire propice aux entreprises	P.49
● NOTES	P.50
● RÉFÉRENCES	P.51

ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS

CEDEAO	Communauté économique des États d'Afrique de l'Ouest
CILSS	Comité interétatique permanent pour le contrôle de la sécheresse au Sahel
PME	Petites et moyennes entreprises
USD	Dollar américain
ZLECAf	Zone de libre-échange continentale africaine

● PRINCIPAUX RÉSULTATS

- L'enquête a recueilli des informations auprès de plus de 3 200 commerçants de produits alimentaires répartis dans huit pays de la région : le Bénin, la Côte d'Ivoire, la Guinée, le Libéria, le Nigéria, le Sénégal, la Sierra Leone et le Togo. Si la plupart des répondants étaient des ressortissants du pays où se trouvait le marché enquêté, 6,5 % provenaient d'autres pays d'Afrique de l'Ouest, tels que le Mali et le Burkina Faso.
- La majorité des répondants évoluent dans l'informalité : 83 % des commerçants interrogés ne sont pas enregistrés et 83 % ne possèdent pas de certificat d'importation ou d'exportation.
- Le commerce alimentaire régional constitue une activité économique importante malgré l'informalité : les commerçants du quartile supérieurs déclarant des revenus de 143 000 USD par mois. Le commerçant type emploie plus de cinq personnes et effectue des transactions mensuelles d'une valeur médiane de 13 289 USD, bien que des disparités de genre existent. Par exemple, le chiffre d'affaires mensuel médian des femmes (8 140 USD) est inférieur de 57 % à celui des hommes (19 023 USD), et leur effectif moyen est plus réduit (4,3 contre 6,2 employés).
- Dans l'ensemble, les répondants commercialisent plus de 129 produits distincts, répartis en dix groupes alimentaires, notamment les cultures de base, le bétail, les fruits, les légumes et les produits transformés. Un tiers des répondants déclarent vendre des produits appartenant à trois groupes alimentaires ou plus, ce qui témoigne de la forte diversification du commerce alimentaire régional.
- L'enquête met en évidence la nature à la fois étendue et interconnectée du commerce alimentaire régional en Afrique de l'Ouest. En moyenne, les marchés étudiés échangent avec près de neuf autres pays d'Afrique de l'Ouest. La majorité des commerçants vont au-delà de leurs voisins immédiats : 56 % indiquent que leurs principaux partenaires commerciaux régionaux sont des pays non limitrophes.
- Les déterminants de marché – tels que la demande accrue sur le marché régional (60 % des répondants) et les écarts de prix entre marchés (50 %) – constituent les principales motivations pour s'engager dans le commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest.
- Les trois contraintes majeures à améliorer selon les répondants sont les restrictions commerciales et fiscales (42 %), les procédures frontalières (40 %) et l'accès au crédit (40 %). Viennent ensuite la sécurité (38 %), les infrastructures de transport (30 %) et l'accès à l'information sur les marchés (20 %). L'accès au crédit a été le plus souvent cité comme contrainte principale (22 %).
- En dépit des nombreux défis auxquels est confronté le commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest, plus de 40 % des commerçants interrogés indiquent que leurs activités se sont améliorées au cours des cinq dernières années, tandis que 20 % jugent leur situation stable. Les commerçants affichent un fort optimisme : 62 % estiment que leur activité progressera dans les cinq prochaines années.
- La connaissance et la satisfaction à l'égard du rôle des gouvernements et de la Communauté Economique des Etats d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) dans le soutien au commerce alimentaire régional demeurent faibles. Près de 80 % des répondants déclarent ignorer l'existence de l'exonération des taxes frontalières sur les produits agricoles et alimentaires prévue par le Schéma de libéralisation des échanges de la CEDEAO, et 87 % affirment n'avoir jamais bénéficié d'une initiative de la CEDEAO. Parmi les 13 % ayant reconnu au moins une mesure positive, les plus fréquemment citées sont la libre circulation des biens et des personnes (52 %) et les exonérations douanières pour les échanges régionaux (19 %).

● **COMPRENDRE LES PERSPECTIVES DES COMMERÇANTS POUR RENFORCER LES ÉCHANGES INTRARÉGIONAUX**

Le commerce alimentaire intrarégional joue un rôle fondamental dans le développement économique de l'Afrique de l'Ouest. Évalué à plus de 10 milliards USD par an (OCDE/CSAO, 2025), il contribue chaque année à hauteur d'environ 68 000 milliards de kilocalories, couvrant plus de 130 produits – soit l'équivalent des besoins alimentaires d'un quart de la population ouest-africaine (OCDE/CSAO, 2025). D'ici à 2030, la demande alimentaire régionale devrait atteindre 480 milliards USD, portée par l'urbanisation et la hausse des revenus. Cette croissance offre d'importantes perspectives d'expansion pour le secteur privé. Néanmoins, le commerce alimentaire intrarégional demeure freiné par des obstacles persistants : frictions aux frontières, insuffisance des infrastructures, accès limité au financement, réglementation hétérogène et systèmes d'information sur les marchés encore faibles.

Malgré de nombreuses initiatives visant à accélérer les échanges alimentaires dans la région, plusieurs questions clés restent largement sans réponse : quels sont, selon les commerçants eux-mêmes, les principaux obstacles ? Où perçoivent-ils les meilleures perspectives de croissance ? Comment évaluent-ils le soutien des politiques publiques ? Et dans quelle mesure ces perceptions varient-elles selon les pays, les produits et les profils de commerçants ?

Pour combler ces lacunes, le Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest (CSAO/OCDE), en collaboration avec l'Association ouest-africaine pour le commerce transfrontalier des produits agro-sylvo-pastoraux et halieutiques (AOCTAH)¹, a mené la première enquête de perception à grande échelle auprès des commerçants de produits alimentaires en Afrique de l'Ouest. Deux ateliers de dialogue public-privé réunissant 50 entreprises alimentaires régionales, chambres de commerce et acteurs du secteur public ont également enrichi les résultats.

En plaçant les perspectives du secteur privé au premier plan, le présent rapport vise à favoriser un dialogue plus éclairé entre les commerçants et les décideurs publics aux niveaux national et régional. Il a pour objectif de soutenir l'élaboration de politiques et de réglementations mieux adaptées aux besoins des commerçants, de renforcer l'environnement des affaires et, à terme, de promouvoir un commerce alimentaire intrarégional plus dynamique.

Le rapport s'articule autour de quatre sections. La première présente l'approche et la méthodologie de l'enquête. La deuxième examine le profil des commerçants, en abordant l'informalité, la taille, la diversité et la dimension territoriale. La troisième analyse les perceptions des commerçants concernant leur environnement commercial régional, en mettant en lumière les principaux moteurs, défis et perspectives. La dernière section formule des recommandations visant à améliorer l'environnement du commerce alimentaire et à libérer pleinement le potentiel des marchés régionaux.

● APPROCHE ET MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Champ de l'enquête

L'enquête apporte une perspective complémentaire aux analyses macroéconomiques fondées sur les données du commerce alimentaire (OCDE/CSAO, 2025). Elle recueille les perceptions des commerçants régionaux – formels et informels – quant aux contraintes, opportunités et perspectives relatives à leur activité, ainsi que leur connaissance et évaluation des politiques mises en place pour les soutenir. Cette approche ascendante recentre l'attention, non plus sur les flux commerciaux, mais sur les acteurs du commerce. L'enquête a porté sur 3 225 commerçants de produits alimentaires répartis dans huit pays d'Afrique de l'Ouest : le Bénin, la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Libéria, le Nigéria, le Sénégal, la Sierra Leone et le Togo (voir Tableau 1).

Tableau 1.

Pays couverts par l'enquête, avec le nombre de répondants et la proportion de femmes

Pays	Bénin	Côte d'Ivoire	Ghana	Libéria	Nigéria	Sénégal	Sierra Leone	Togo	Total
Nombre de répondants	605	265	504	153	541	97	382	678	3 225
Part des femmes	50 %	14 %	50 %	54 %	25 %	5 %	68 %	79 %	50 %
Part des pays dans le total	19 %	8 %	15 %	5 %	17 %	3 %	12 %	21 %	100 %

Méthodologie de l'enquête et collecte des données

L'enquête s'appuie sur une méthodologie centrée sur les marchés qui font office de pôles régionaux de commerce alimentaire, la collecte de données aux innombrables points de passage frontaliers formels et informels n'étant pas réalisable. Le travail de terrain s'est déroulé entre juin et août 2024 dans 81 marchés alimentaires répartis dans huit grandes villes d'Afrique de l'Ouest : Abidjan, Accra, Cotonou, Dakar, Freetown, Lagos, Lomé et Monrovia. Ces centres urbains ont été sélectionnés en raison de leur rôle de nœuds centraux du commerce alimentaire intrarégional, où se concentrent un grand nombre d'entreprises. Dans chaque ville, l'enquête a couvert au moins trois marchés et pris en compte un minimum de huit groupes de produits différents.

Les commerçants ont uniquement été inclus dans l'échantillon de l'étude s'ils déclaraient pratiquer le commerce alimentaire intrarégional. La méthodologie a mis l'accent sur l'inclusivité et la diversité des points de vue en intégrant intentionnellement une large gamme de profils de commerçants, selon l'échelle d'activité — des petits opérateurs aux acteurs de plus grande taille —, la spécialisation par type de produits alimentaires et le genre. L'échantillon est presque équilibré entre hommes et femmes, bien que des disparités existent selon les pays et les produits. Les entreprises interrogées étaient principalement des petites et moyennes entreprises opérant au sein des marchés alimentaires, à l'exclusion des grandes sociétés agroalimentaires régionales formalisées qui exercent leurs activités en dehors de ces systèmes.

Les données ont été collectées par des équipes nationales, formées, et supervisées par des coordinateurs régionaux. Les questionnaires ont été traduits en dix langues – Dendi, Anglais, Éwé, Fongbé, Français, Ga, Haoussa, Krio, Twi Et Wolof – afin de garantir une compréhension claire des questions par les répondants. Les thèmes abordés portaient sur les activités commerciales, la fluidité des échanges, les contraintes perçues, les politiques publiques et celles de la CEDEAO, ainsi que les attentes pour l'avenir.

Tous les calculs présentés dans l'étude ont été réalisés par les auteurs.

Limites et consolidation des données

En raison du caractère intentionnel de son échantillonnage, les résultats de l'enquête ne sont pas statistiquement représentatifs de l'ensemble de la population des commerçants de produits alimentaires de la région. Ils visent plutôt à éclairer les praticiens et les décideurs publics en révélant des perceptions jusqu'ici peu documentées de l'environnement du commerce alimentaire régional, sur la base d'un large échantillon – une première de ce type dans la région.

Les résultats doivent également être interprétés à la lumière du profil des entreprises couvertes par l'enquête. Ils reflètent principalement les perceptions d'opérateurs actifs dans des systèmes commerciaux régionaux structurés autour des marchés alimentaires, et ne saisissent pas pleinement les contraintes rencontrées par les grandes entreprises agroalimentaires formalisées, notamment celles qui approvisionnent les circuits de distribution formels ou des segments à plus forte valeur ajoutée.

Les résultats de l'enquête ont été triangulés avec deux dialogues public-privé menés à Abidjan (octobre 2024) et à Accra (février 2025). Ces résultats ont été présentés et discutés avec des représentants d'entreprises alimentaires régionales de petite et moyenne taille, des chambres de commerce, des associations professionnelles, des instituts nationaux de statistique, des ministères du Commerce et de l'Agriculture, ainsi que des organisations régionales (CEDEAO, CILSS). Ces dialogues ont permis de recueillir des informations complémentaires sur la perception de l'environnement du commerce alimentaire par le secteur privé, qui ont contribué à l'élaboration du présent rapport.

● PROFIL DES COMMERÇANTS: DES ACTEURS INFORMELS MAIS UN COMMERCE À GRANDE ÉCHELLE

L'enquête offre un aperçu détaillé et nuancé des profils des commerçants opérant sur les marchés alimentaires régionaux. Elle met en évidence des volumes d'échanges de produits alimentaires plus élevés qu'attendu, une forte prédominance de l'informalité et l'existence de réseaux de marchés denses, parfois à longue distance.

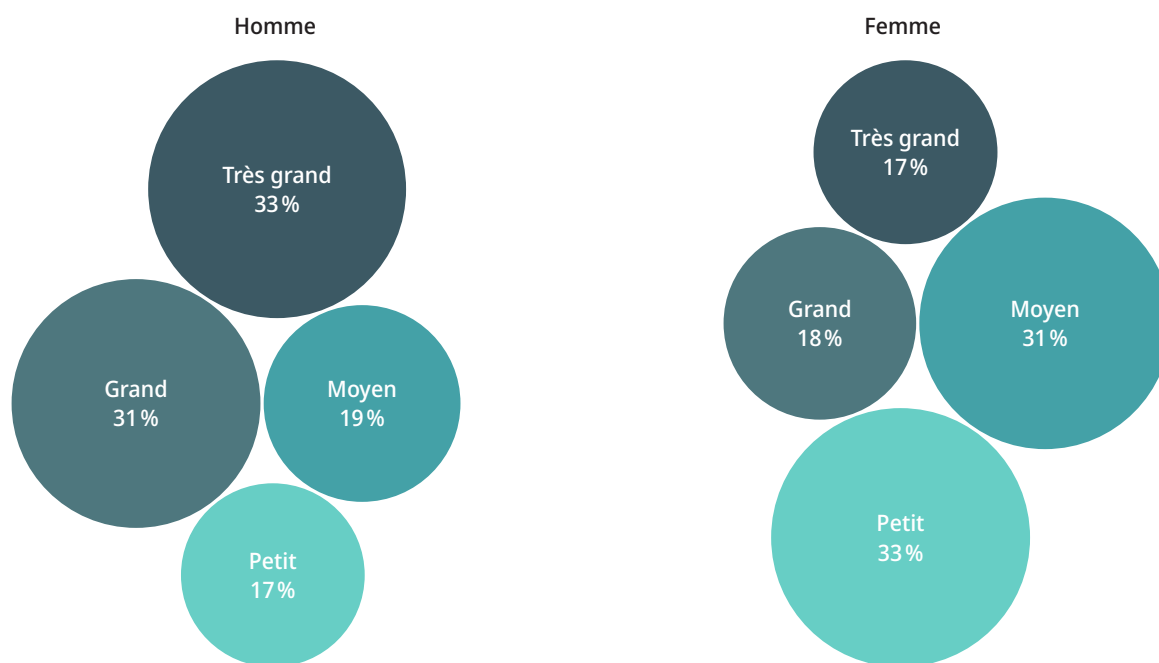
Le commerce alimentaire régional : un secteur de poids

Les résultats montrent que le commerce alimentaire en Afrique de l'Ouest est loin d'être marginal : le commerçant type emploie plus de cinq personnes et réalise des transactions mensuelles d'une valeur médiane de 13 289 USD. Ceci correspond aux estimations d'un secteur du commerce alimentaire régional de grande ampleur – évalué à plus de 10 milliards USD – dominé par des camions transportant en moyenne 35 tonnes de produits (OCDE/CSAO, 2025). Les disparités sont toutefois marquées : les petits commerçants du premier quartile déclarent des transactions mensuelles médianes de seulement 800 USD, tandis que ceux du dernier quartile atteignent 66 365 USD, et une moyenne de 143 000 USD, illustrant un spectre allant de la microentreprise à la très grande entreprise.

Les commerçants se répartissent selon les catégories suivantes : petits (100 à 4 485 USD de valeur mensuelle déclarée des échanges alimentaires); moyens (4 485 à 13 289 USD), grands (13 289 à 32 733 USD), très grands (32 733 à 996 677 USD). Dans ce paysage, les femmes commerçantes sont nettement désavantagées : leur chiffre d'affaires mensuel médian (8 140 USD) est inférieur de 57 % à celui des hommes (19 023 USD), et leur effectif moyen est plus réduit (4,3 contre 6,2 employés). Ces chiffres soulignent à la fois le poids économique significatif du commerce alimentaire et la persistance d'écarts de genre qui freinent la capacité des femmes commerçantes à développer des activités concurrentielles (OCDE/CSAO, 2019).

Figure 1.

Répartition des répondants, par taille d'entreprise et par sexe



Note : La taille de l'entreprise est représentée par le quartile de la valeur mensuelle déclarée des aliments échangés (petite = quartile 1, moyenne = quartile 2, grande = quartile 3, très grande = quartile 4).

Le commerce alimentaire régional dominé par l'informalité

Près de 83 % des commerçants interrogés ne sont pas enregistrés et 83 % ne détiennent pas de certificat d'importation ou d'exportation (Figure 2). L'informalité touche l'ensemble des catégories socioéconomiques, qu'il s'agisse de petits ou de grands commerçants, d'hommes ou de femmes (voir Figure 3). Dans l'ensemble, les taux d'informalité sont légèrement plus élevés chez les femmes (84 %) que chez les hommes (81 %), principalement en raison d'un taux de formalisation plus élevé parmi les hommes à la tête de petites entreprises – seuls 65 % d'entre eux exercent de manière informelle (voir Figure 3).

Figure 2.

Statut d'enregistrement et de propriété d'un certificat d'entreprise d'import/export

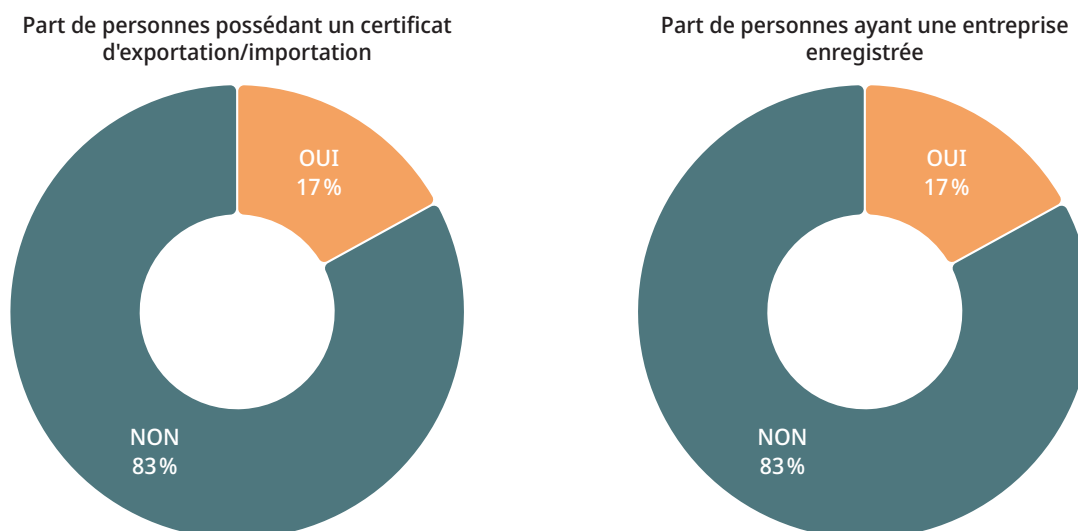
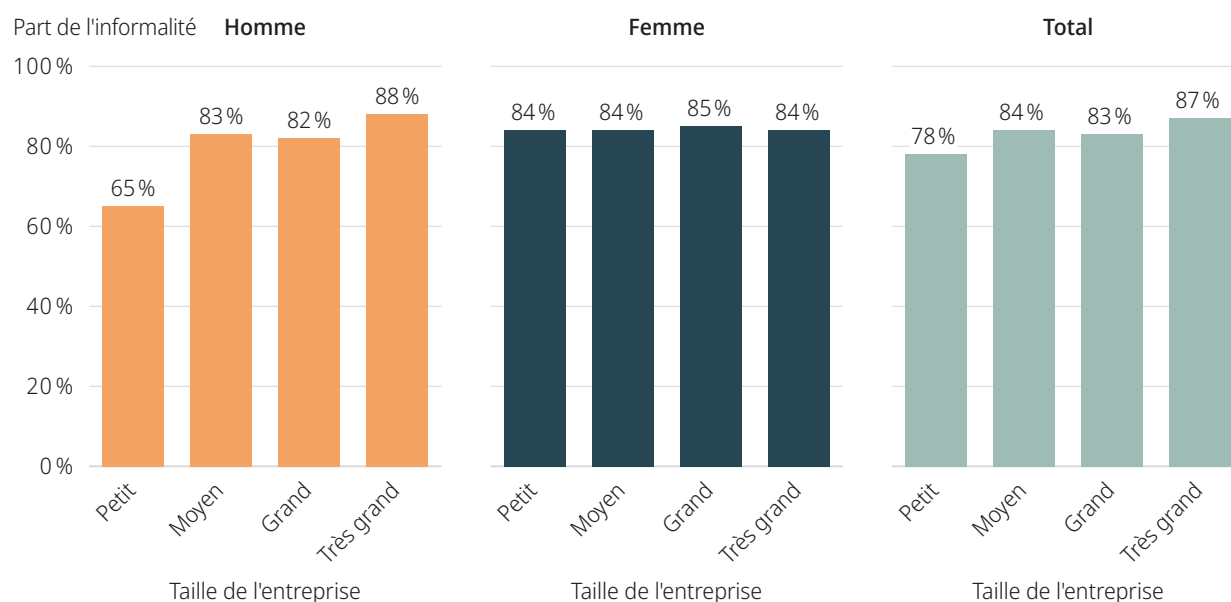


Figure 3.

Statut de formalité des répondants, par taille d'entreprise et par sexe

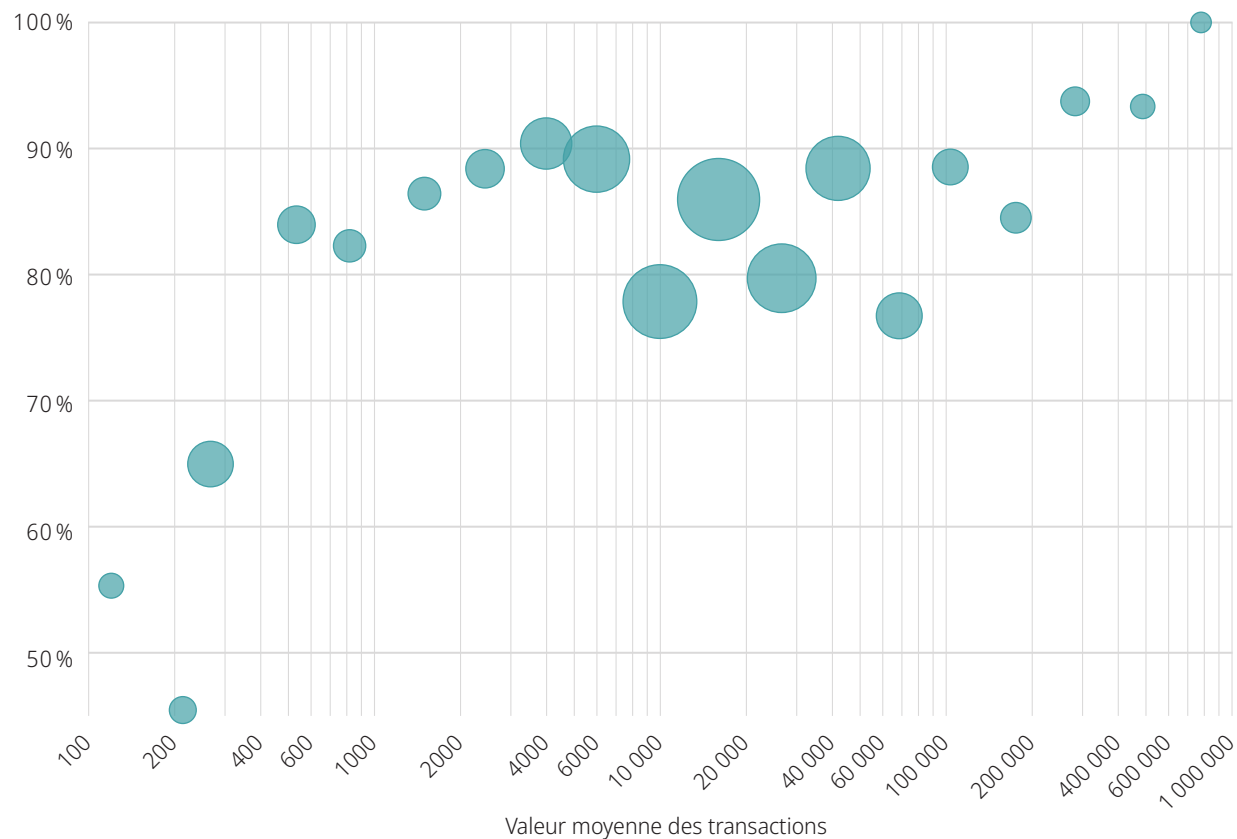


Contrairement aux idées reçues, les grandes entreprises de commerce alimentaire ne sont pas davantage formalisées que les plus petites (Figure 4) : 87 % des très grandes entreprises sont informelles, contre 78 % pour les plus petites. Parmi les 8 % de commerçants les plus importants, qui échangent chaque mois plus de 100 000 USD de produits alimentaires à l'échelle régionale, 90 % déclarent opérer de manière informelle.

Figure 4.

Taux d'informalité, selon la valeur mensuelle des aliments échangés

Part des entreprises informelles (%)

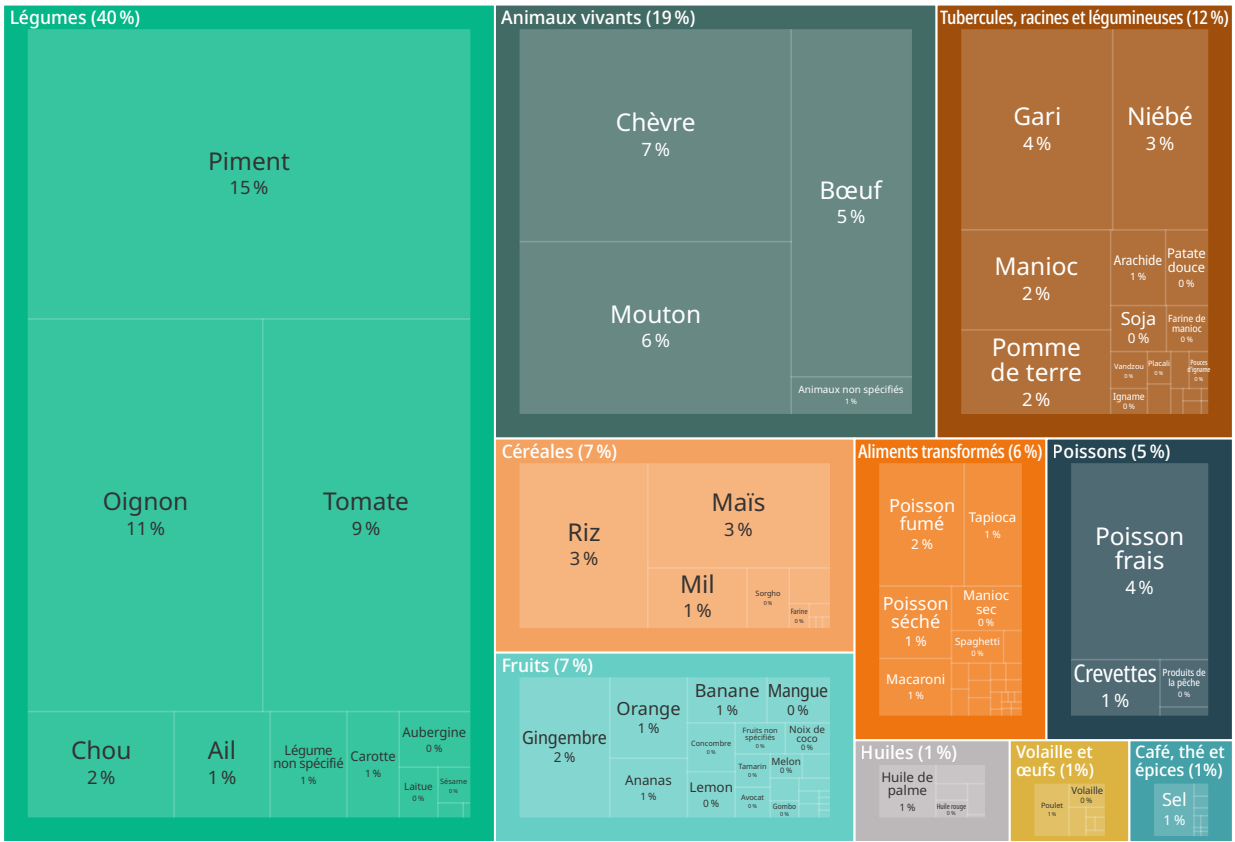


Note : La taille de la bulle reflète le nombre de commerçants dans chaque cohorte de valeur. L'échelle logarithmique sur l'axe horizontal met en évidence la variation de l'informalité à des valeurs commerciales plus faibles, où la plupart des commerçants sont concentrés.

Les commerçants échangent une grande diversité de produits alimentaires

Les types de produits alimentaires échangés sur les marchés étudiés sont d'une diversité remarquable, soulignant le rôle essentiel du commerce alimentaire dans la sécurité alimentaire et la nutrition de la région. Dans l'ensemble, les répondants déclarent échanger plus de 129 produits distincts, répartis en dix groupes alimentaires comprenant les cultures de base, le bétail, les fruits, les légumes et les produits transformés (Figure 5). La répartition des produits alimentaires échangés par les commerçants interrogés est relativement équilibrée : la majorité commercialise des légumes (40 %), des animaux vivants (19 %) et des tubercules, racines et légumineuses (12 %). Viennent ensuite les céréales (7 %), les fruits (7 %), les produits transformés (6 %) et le poisson (5 %). Les catégories les moins mentionnées concernent les huiles (1 %), la volaille et les œufs (1 %), ainsi que le café, le thé et les épices (1 %).

Figure 5.
Produits échangés par les répondants, par produit individuel et par groupe alimentaire

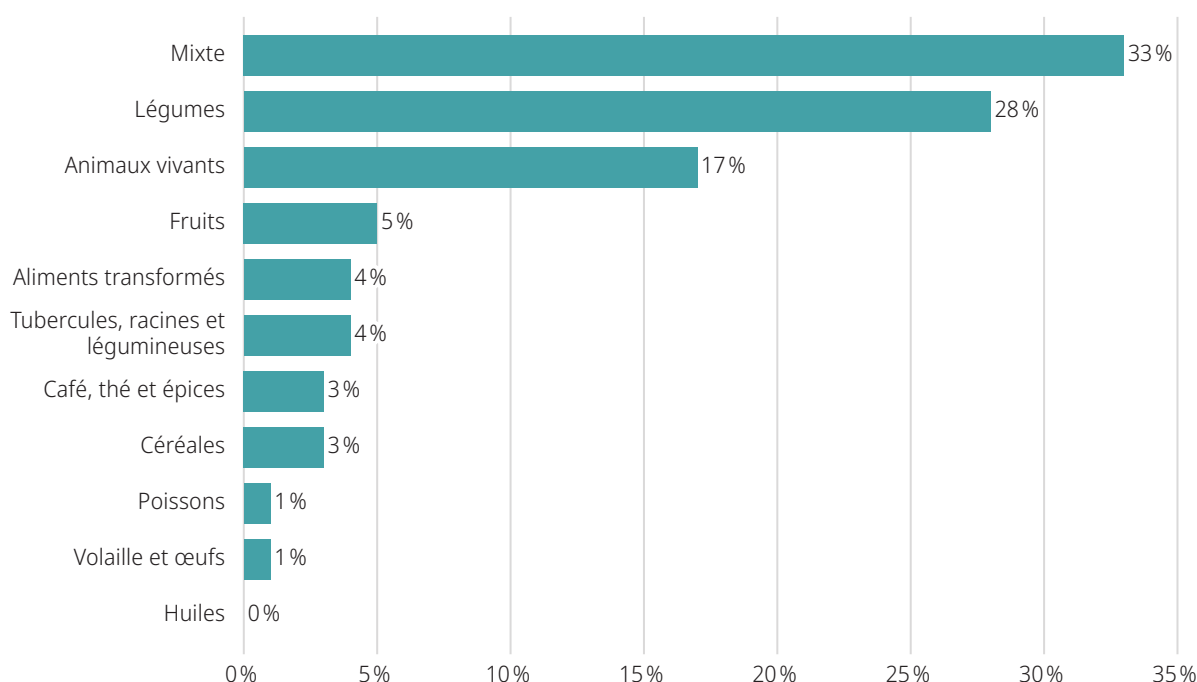


Note : Les répondants pouvaient indiquer plusieurs produits.

Par ailleurs, la spécialisation n'est pas généralisée parmi les commerçants interrogés. Un tiers des répondants déclarent échanger des produits appartenant à trois groupes alimentaires ou plus, ce qui témoigne d'une tendance à la diversification (Figure 6). Cela suggère qu'une part importante des commerçants diversifient délibérément leurs lignes de produits afin de réduire les risques dans un marché régional dynamique et souvent imprévisible, marqué par les variations saisonnières, la volatilité des prix et les perturbations de l'approvisionnement (OCDE/CSAO, 2025).

Figure 6.

Proportion de répondants, par groupe d'aliments commercialisés

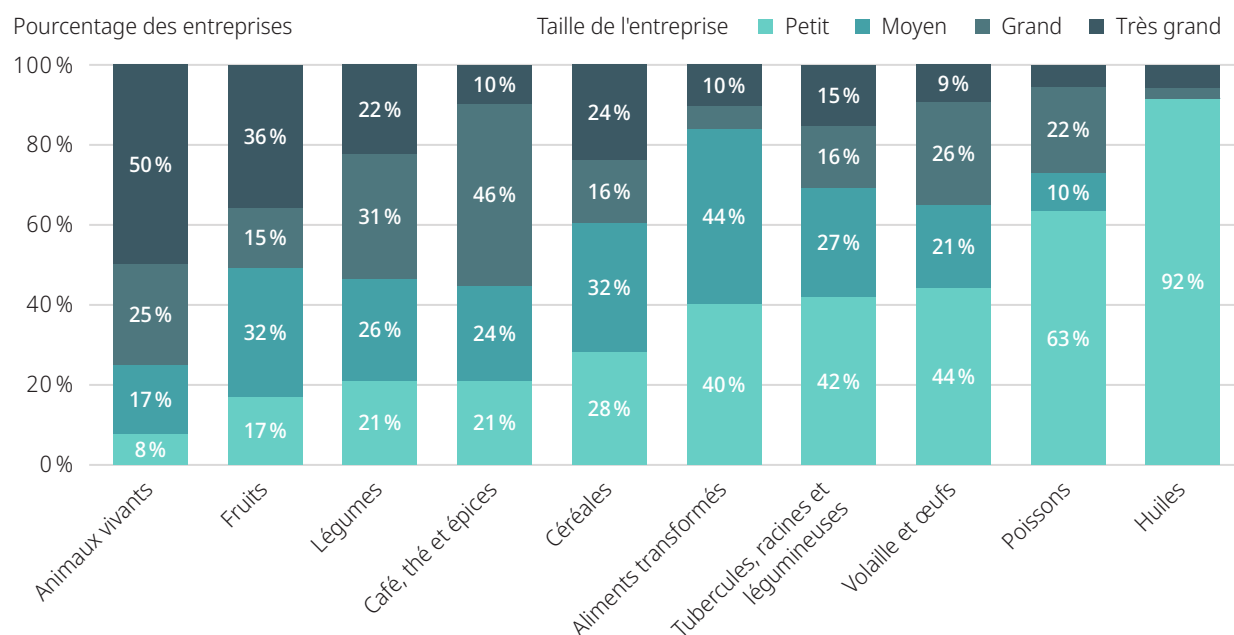


Note : Répartition de la part des personnes qui se spécialisent dans un groupe d'aliments ou qui font du commerce dans différents groupes (catégorie mixte), chaque individu déclarant jusqu'à quatre biens.

La répartition des entreprises selon les groupes de produits révèle un déséquilibre marqué. Les petites entreprises dominent certains secteurs — en particulier le commerce du poisson, où elles représentent près des deux tiers (63 %), et celui des huiles, où 92 % relèvent de la plus petite catégorie de taille. À l'inverse, d'autres groupes se caractérisent par une forte concentration au sommet : la moitié des commerçants d'animaux vivants appartiennent à la catégorie des très grandes entreprises, tandis que le commerce du café, du thé et des épices présente une forte proportion d'opérateurs de grande taille (46 % des commerçants relèvent de cette catégorie) (Figure 7).

Figure 7.

Répartition des entreprises, par taille et par groupe de produits alimentaires commercialisés

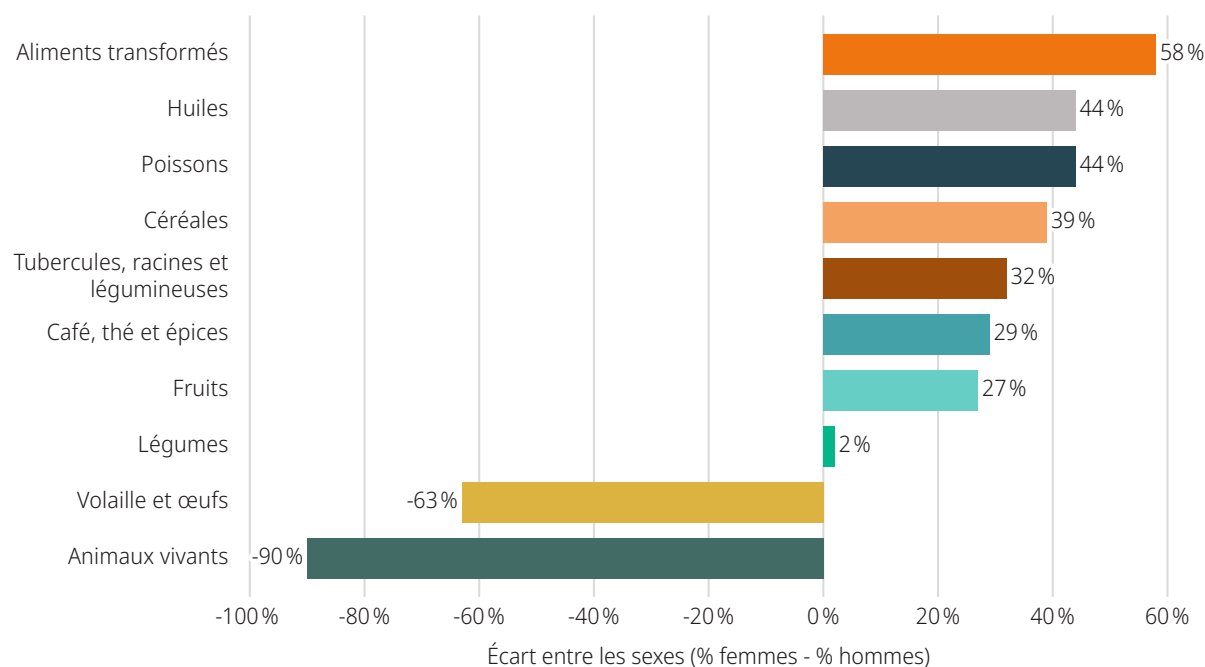


Note : La figure est basée sur le produit déclaré en premier par les répondants lorsqu'il leur a été demandé quel produit ils échangeaient à l'échelle régionale. Le nombre de répondants par groupe d'aliments est le suivant : céréales (280), café, thé et épices (207), poisson (93), fruits (204), animaux vivants (577), huiles (36), volailles et œufs (43), aliments transformés (190), tubercules, racines et légumineuses (361) et légumes (1 206).

Les femmes dominent le commerce alimentaire régional dans presque tous les groupes de produits. Elles sont majoritaires dans des catégories telles que le café, le thé et les épices (+60,0 points de pourcentage)², le poisson (+59,4 points de pourcentage) et les produits transformés (+52,9 points de pourcentage). À l'inverse, les hommes sont nettement surreprésentés dans le commerce des animaux vivants ainsi que de la volaille et des œufs, avec des écarts de participation de genre situés, respectivement, à 90 et 63 points de pourcentage (Figure 8). Le commerce des légumes — la catégorie alimentaire la plus courante — présente quant à lui une répartition relativement équilibrée, avec un faible écart de 3,4 points de pourcentage.

Figure 8.

Écart de participation de genre au commerce régional, par groupe alimentaire



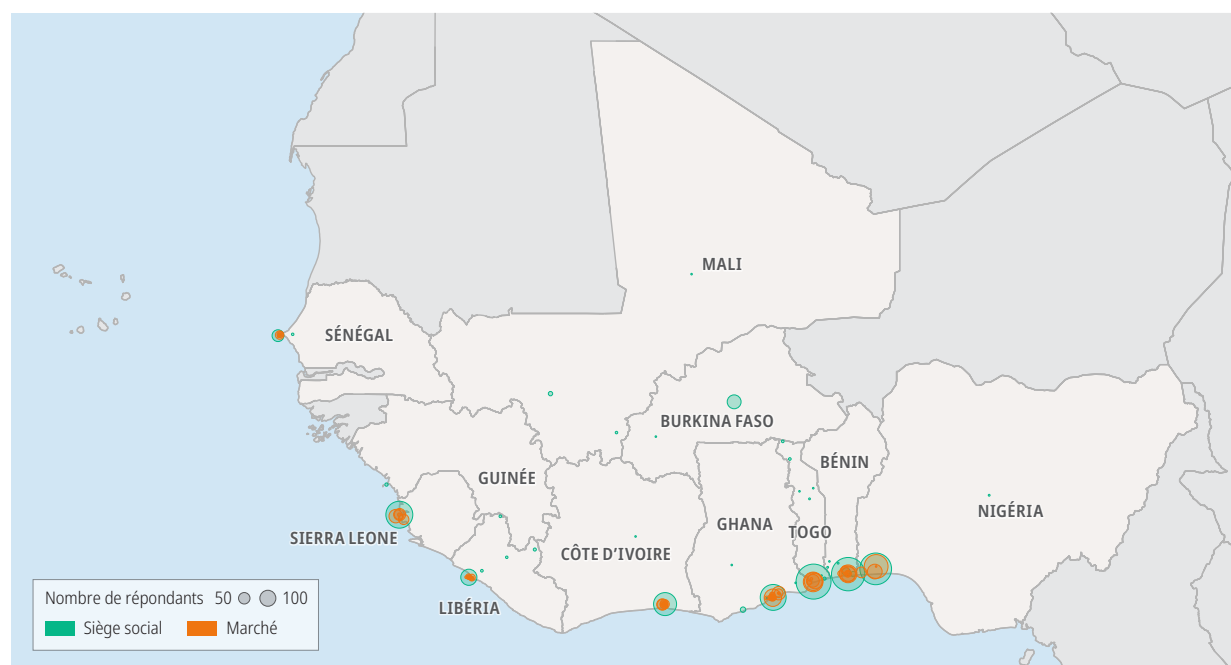
Note : L'écart est calculé en soustrayant la part des hommes de la part des femmes. Les valeurs positives indiquent une part de participation féminine plus élevée dans le groupe alimentaire, par rapport aux hommes. Le nombre de répondants par groupe d'aliments est le suivant : Céréales (280), Café, thé et épices (207), Poisson (93), Fruits (204), Animaux vivants (577), Huiles (36), Volailles et œufs (43), Aliments transformés (190), Tubercules, racines et légumineuses (361), Légumes (1206).

Au-delà des pays voisins : un réseau dense et de longue portée du commerce alimentaire

L'enquête met en évidence la nature à la fois étendue et interconnectée du commerce régional en Afrique de l'Ouest, à rebours des récits centrés sur la prévalence d'échanges bilatéraux de courte distance. Si la majorité des répondants sont des ressortissants du pays où se situe le marché de collecte des données, 6,5 % sont originaires d'autres pays ouest-africains, tels que le Mali et le Burkina Faso (Figure 9). Ces résultats indiquent que plusieurs marchés alimentaires, y compris ceux situés dans les capitales et éloignés des frontières, jouent non seulement un rôle de pôles nationaux, mais aussi de points de connexion pour les commerçants venus de toute la région.

Figure 9.

Nombre de répondants, par marché d'enquête et siège social



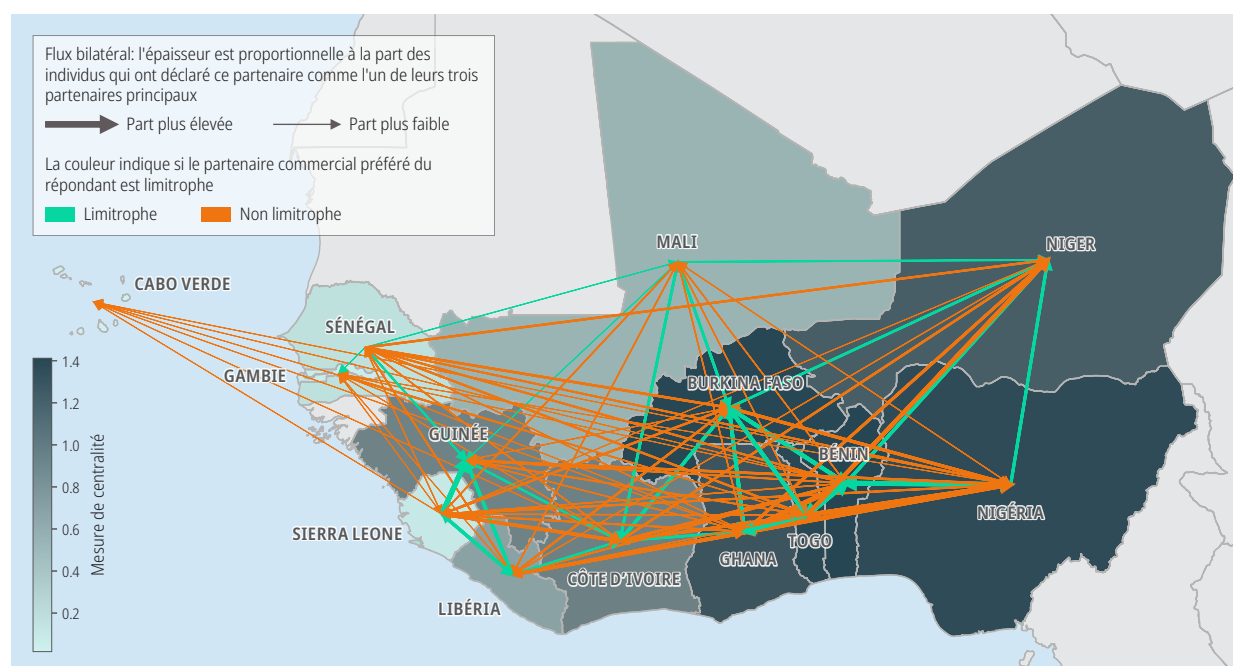
Note : Certains répondants ont déclaré avoir leur siège social à un endroit différent du marché où ils ont été interrogés. Les bulles représentent le nombre de personnes dans un marché (en orange) et le nombre de personnes ayant un siège social dans une ville (en vert).

Cette dynamique est également illustrée par l'étendue des réseaux de partenaires privilégiés déclarés par les répondants de l'enquête (Figure 10). En moyenne, les marchés alimentaires étudiés commercent avec neuf autres pays d'Afrique de l'Ouest. Les répondants échangent principalement au-delà de leurs voisins immédiats : 56 % indiquent que leurs partenaires commerciaux régionaux préférés sont des pays non limitrophes.

Bien que le réseau soit vaste, certains pays occupent une position particulièrement centrale dans la structure commerciale régionale, étant plus fréquemment cités par les commerçants comme partenaires privilégiés. Le Bénin et le Nigéria qui sont situés sur l'un des plus grands corridors alimentaires de la région, Abidjan-Lagos apparaissent comme des acteurs centraux, conformément à leur reconnaissance, dans la littérature, comme pôle majeur du commerce régional et puissance du commerce alimentaire, respectivement (Figure 10) (OCDE/CSAO, 2025). Fait notable, le Burkina Faso ressort comme l'un des nœuds les plus centraux, malgré son enclavement et son retrait de la CEDEAO en janvier 2025. Ce constat met en lumière la résilience des relations commerciales transfrontalières, qui continuent de favoriser l'intégration des marchés au-delà des cadres institutionnels régionaux formels.

Figure 10.

Partenaires commerciaux déclarés par les commerçants enquêtés, selon la part des réponses, le statut frontalier et la centralité du réseau



Note : La mesure de centralité est calculée comme la somme pondérée de la fréquence à laquelle chaque pays est cité comme partenaire commercial par d'autres. Par exemple, si le pays A est mentionné par 50 % (0,5) des personnes interrogées dans le pays B et 30 % (0,3) dans le pays C, sa mesure de centralité sera de 0,8.

● LA TAILLE DU MARCHÉ, LES PRIX ET LES RÉSEAUX FAÇONNENT LES ÉCHANGES RÉGIONAUX

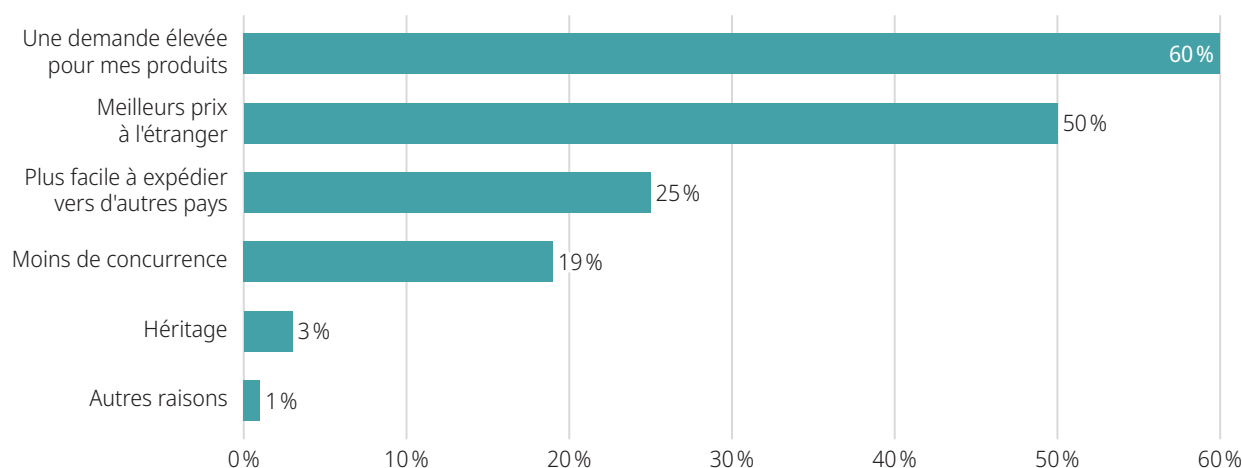
Moteurs et facilitateurs du commerce alimentaire régional en Afrique de l'Ouest

La taille du marché régional et les prix comme principaux moteurs du commerce alimentaire régional

Selon l'enquête, 60 % des commerçants de produits alimentaires citent la demande plus conséquente sur les marchés régionaux comme l'une de leurs principales motivations pour s'engager dans le commerce intrarégional (Figure 11). Ce résultat souligne le rôle déterminant que joue le marché régional plus vaste et plus dynamique dans la stimulation du commerce alimentaire au-delà des frontières nationales. Il suggère également que les commerçants réagissent de plus en plus aux tendances de la demande à l'extérieur de leur pays d'origine, en tirant notamment parti de la croissance rapide des marchés alimentaires urbains dans l'ensemble de la région (OCDE/CSAO, 2025). Les estimations récentes de l'OCDE/CSAO montrent que la demande alimentaire urbaine, par exemple, représentait à elle seule 15 milliards de dollars américains à Lagos en 2020 ; et que la demande alimentaire régionale devrait passer de 207 milliards de dollars en 2020 à 480 milliards en 2030, soit une augmentation de 79 % (OCDE/CSAO, à venir).

Figure 11.

Raisons de commercer des produits alimentaires au niveau régional



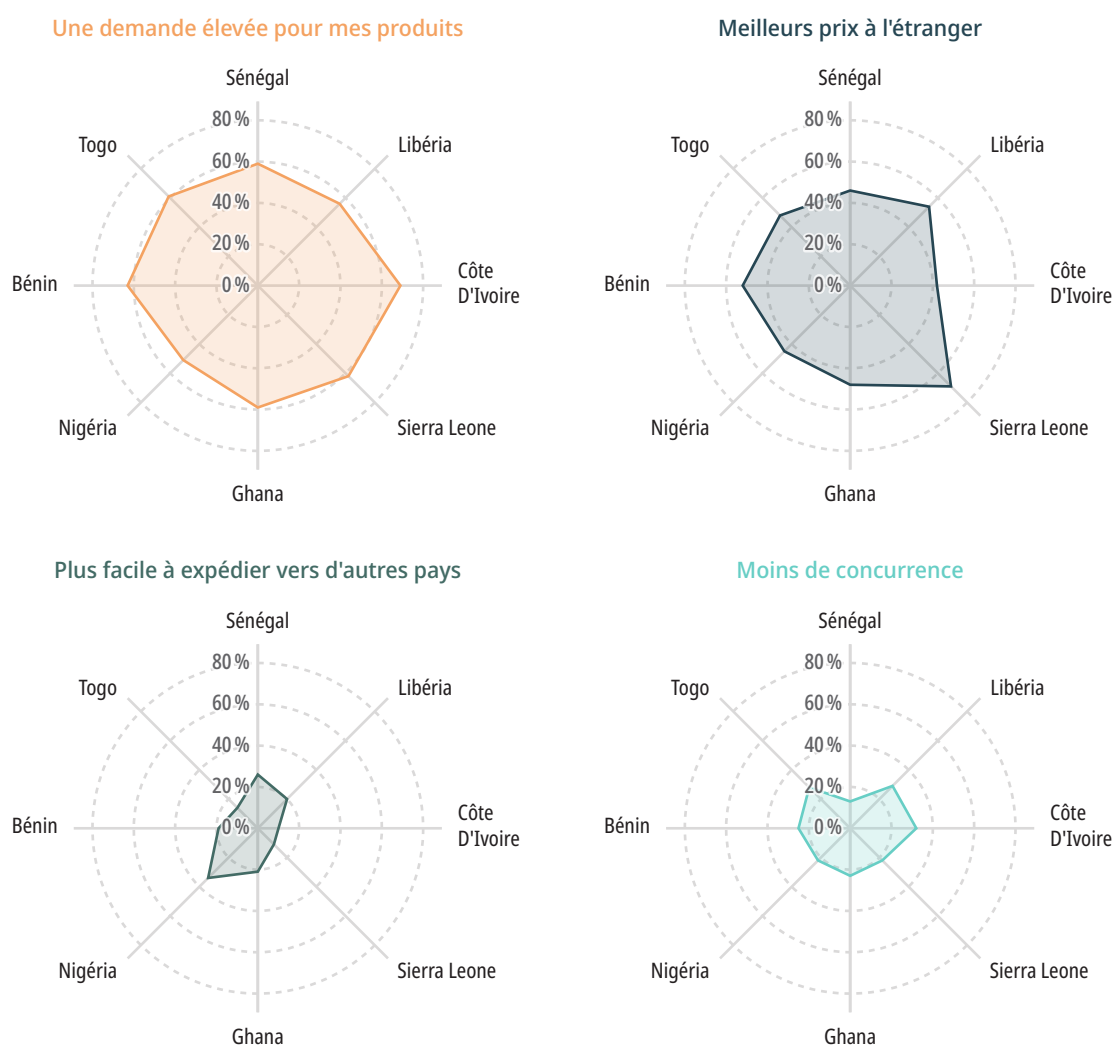
Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Pourquoi faites-vous du commerce transfrontalier de produits alimentaires ? » Les répondants pouvaient fournir jusqu'à trois réponses.

Par ailleurs, 50 % des répondants invoquent, comme déterminant majeur pour le commerce régional, les meilleurs prix obtenus au-delà de leurs frontières. Ceci confirme l'importance des incitations de marché comme facteur déterminant pour le commerce dans la région ; les écarts de prix, liés notamment aux fluctuations saisonnières de l'offre ou aux distorsions de politiques publiques jouant un rôle clé (Allen, 2017).

La quasi-totalité des pays de l'enquête citent la demande plus forte et les prix plus avantageux comme principales raisons d'effectuer du commerce vers la région (Figure 12). La Côte d'Ivoire se distingue, 68 % des répondants y mentionnant la demande régionale plus élevée, reflet de la compétitivité régionale du pays et de ses exportations saisonnières de produits alimentaires vers plusieurs partenaires (OCDE/CSAO, 2025). En Sierra Leone, plus des deux tiers des commerçants mettent en avant les incitations de prix comme principal moteur — soit 18 points de pourcentage au-dessus de la moyenne régionale —, ce qui laisse penser que les différentiels de prix avec la Guinée, partenaire privilégié pour 21 % des répondants³, constituent un facteur clé du commerce alimentaire régional du pays. Au Nigéria, la part des répondants citant la « moindre concurrence » comme facteur de motivation (34 %) est presque deux fois supérieure à la moyenne régionale (19 %), ce qui suggère que les commerçants réagissent à une saturation ou à des contraintes du marché intérieur.

Figure 12.

Raisons de commercer des produits alimentaires au niveau régional, par pays d'enquête



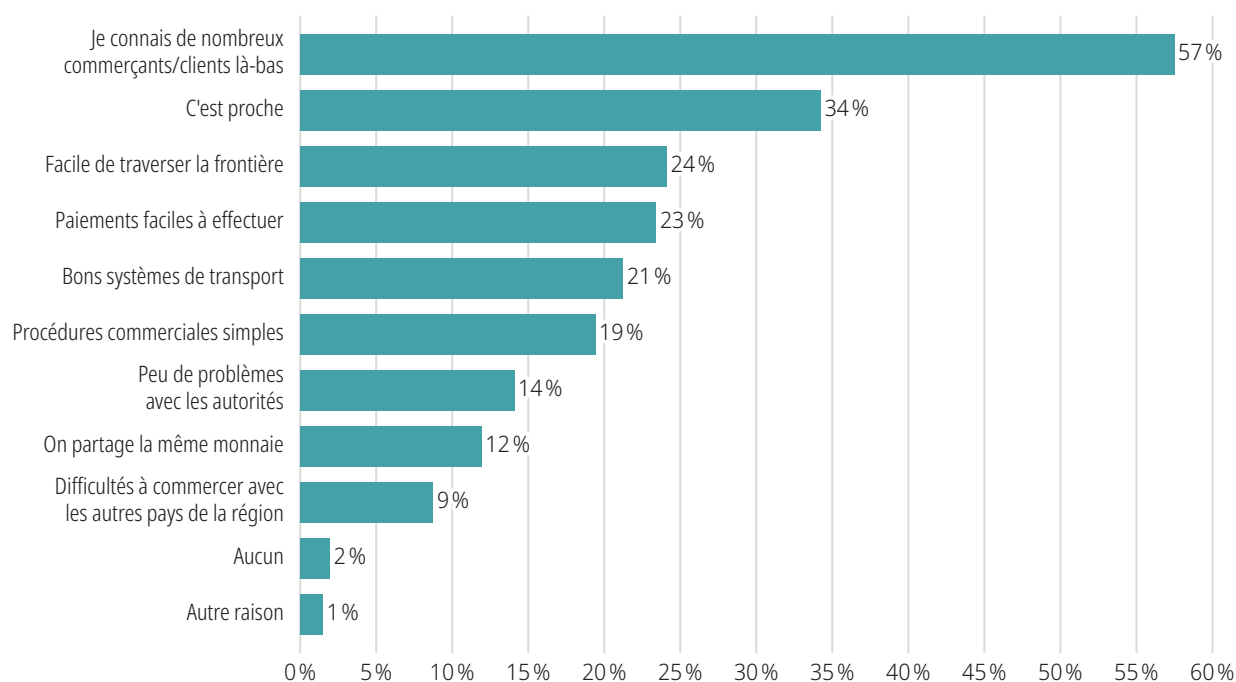
Note: Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Pourquoi faites-vous du commerce transfrontalier de produits alimentaires ? ». Les répondants pouvaient fournir jusqu'à trois réponses.

Le réseau comme principal facilitateur du commerce alimentaire régional

Les résultats de l'enquête mettent en évidence le rôle central des réseaux personnels et professionnels dans la facilitation du commerce alimentaire régional. Une proportion de 57 % des répondants déclarent connaître de nombreux clients ou commerçants dans leur pays partenaire privilégié, ce qui constitue la principale raison de leur choix d'y opérer — bien avant la proximité géographique (34 %) et la facilité de franchissement des frontières (24 %), deux facteurs souvent présentés comme déterminants primordiaux du commerce intrarégional (Figure 13).

Figure 13.

Raisons de commercer avec le partenaire régional privilégié

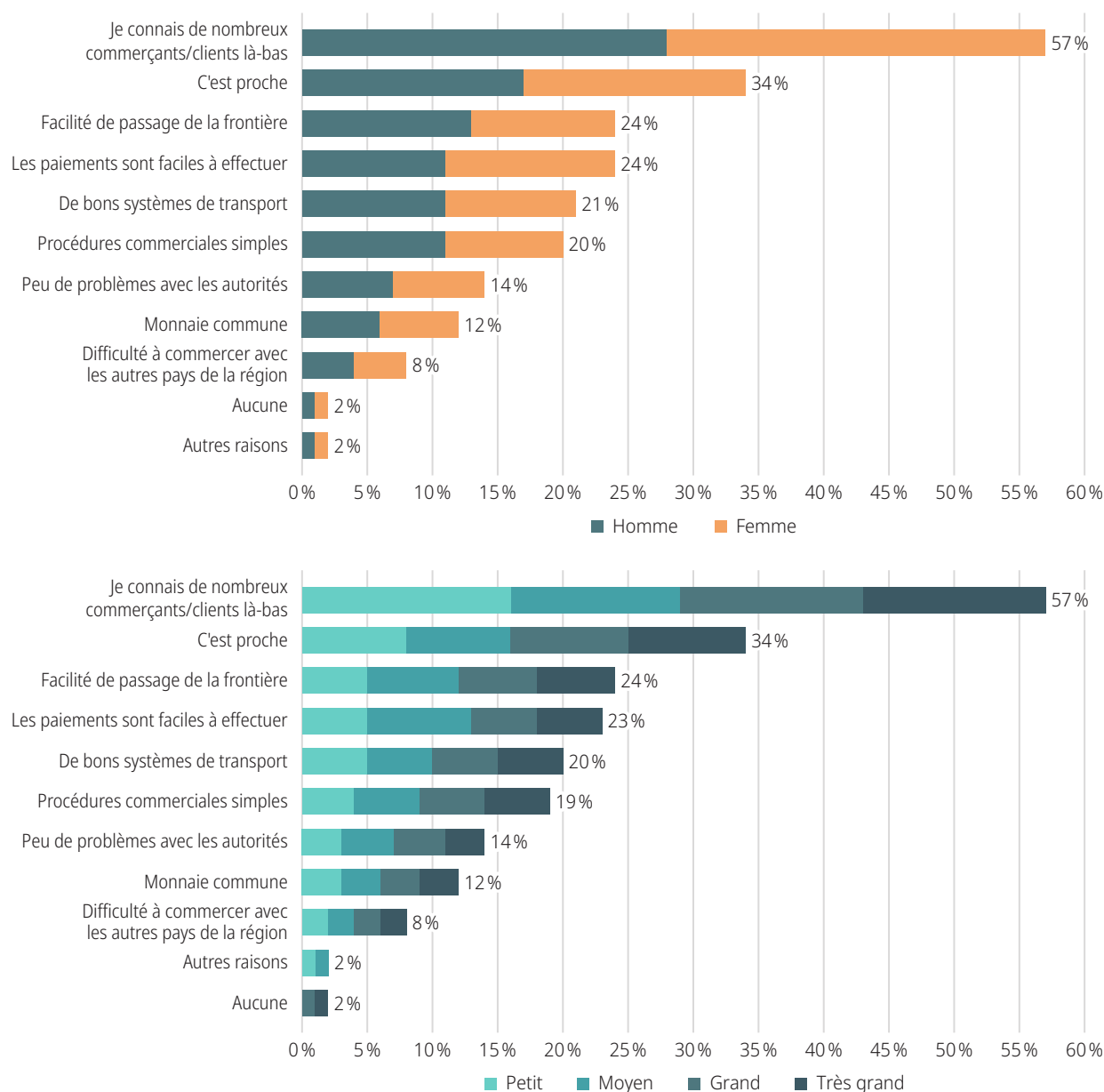


Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Avec quel pays de la CEDEAO est-il le plus facile de commercer ? » vis-à-vis de leur partenaire régional privilégié. Les répondants pouvaient fournir jusqu'à trois réponses.

L'importance du réseau social dans la facilitation du commerce alimentaire régional se confirme pour l'ensemble des profils de commerçants, soulignant son rôle déterminant. Qu'elles soient ventilées par genre ou par taille d'entreprise, les données montrent que l'accès aux réseaux, ainsi que la participation à ceux-ci, demeurent des leviers essentiels du commerce intrarégional (Figure 14).

Figure 14.

Raisons des échanges commerciaux avec le partenaire régional privilégié, par sexe (en haut) et par taille (en bas)



Note : Proportion de répondants, selon le sexe et la taille de l'entreprise, fournissant chaque réponse à la question « Avec quel pays de la CEDEAO est-il le plus facile de commercer ? » vis-à-vis de leur partenaire régional privilégié. Les répondants pouvaient fournir jusqu'à trois réponses.

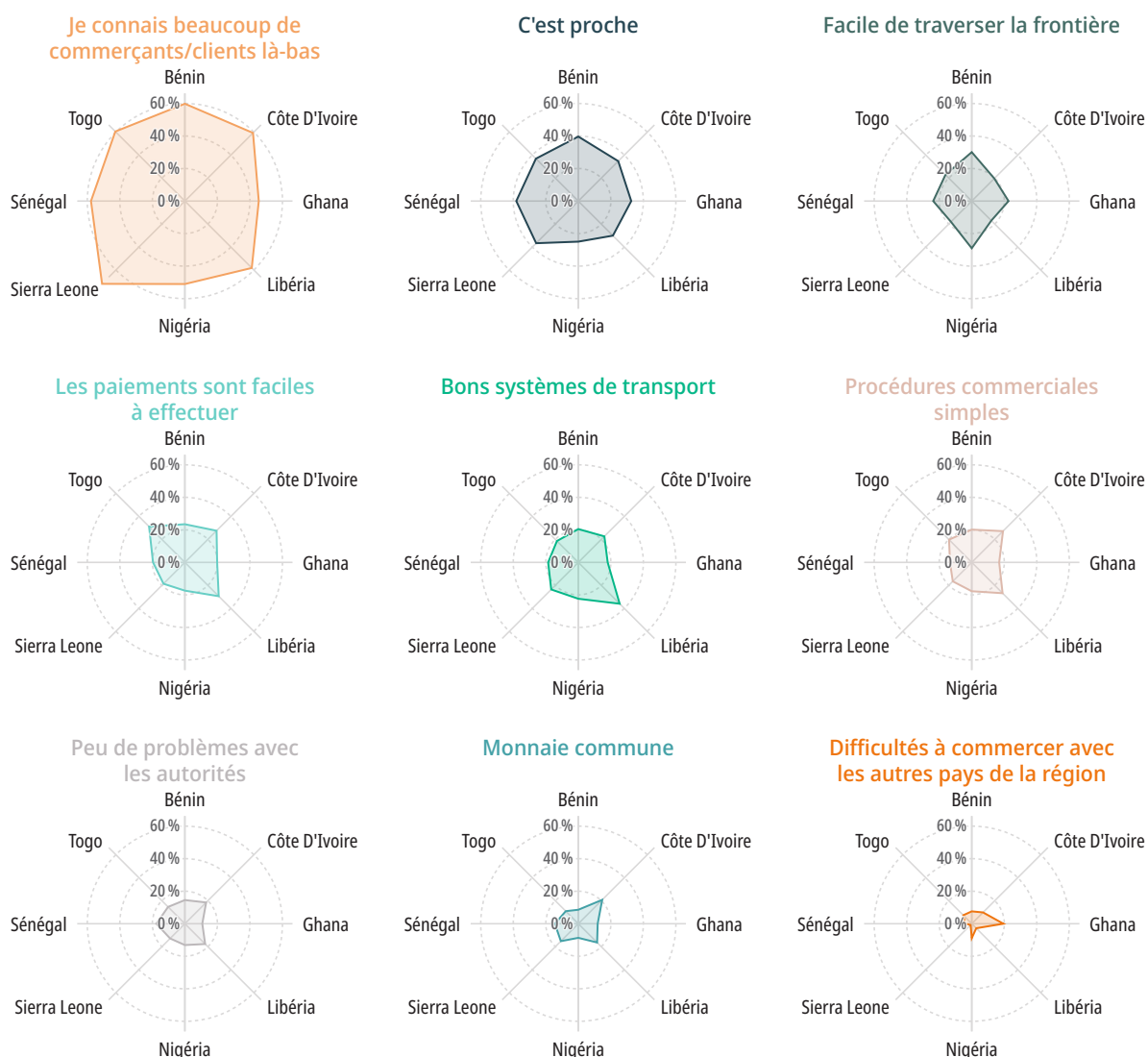
Au niveau pays, la Sierra Leone se distingue nettement : près des trois quarts des répondants y citent les relations existantes avec d'autres commerçants et clients comme principal moteur — soit 15 points au-dessus de la moyenne régionale (Figure 15). Le Libéria, quant à lui, se démarque par la fréquence élevée de la réponse « bons systèmes de transport » (36 %, soit 15 points au-dessus de la moyenne) ce qui suggère une plus forte dépendance à la qualité des infrastructures pour échanger avec la région.

La Côte d'Ivoire montre une fréquence de réponse élevée pour plusieurs facteurs institutionnels, notamment la monnaie commune (21 %), la simplicité des procédures commerciales (27 %) et la moindre fréquence des difficultés avec les autorités (18 %), ce qui suggère un environnement commercial globalement plus favorable et prévisible.

À l'inverse, le Ghana affiche des parts relativement faibles pour la plupart des raisons mentionnées, ce qui témoigne de barrières perçues plus importantes, en cohérence avec les perceptions plus négatives des répondants ghanéens à l'égard de leurs performances commerciales et de leurs perspectives.

Figure 15.

Raisons des échanges commerciaux avec le partenaire régional privilégié, selon le pays d'enquête

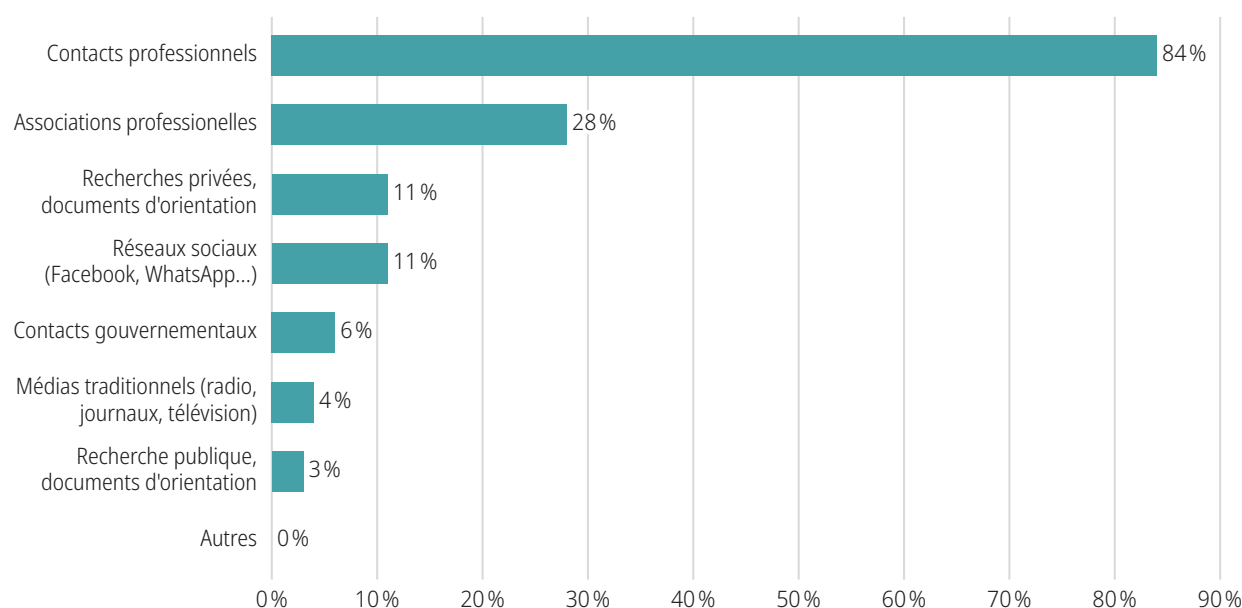


Note : Proportion de répondants, par pays, fournissant chaque réponse à la question « Avec quel pays de la CEDEAO est-il le plus facile de commercer ? » vis-à-vis de leur partenaire régional privilégié. Les répondants pouvaient fournir jusqu'à trois réponses. La figure met en évidence les neuf raisons les plus fréquemment mentionnées.

Les réseaux dominent également comme principale source d'information sur les marchés. Environ 84 % des répondants identifient leurs contacts professionnels comme première source d'information sur les opportunités de marché, loin devant les associations professionnelles (28 %) (Figure 16). Fait intéressant, les commerçants formels s'appuient encore davantage sur leurs réseaux professionnels (89 %) que les informels (83 %) et déclarent moins d'utilisation des études ou documents d'orientation politique (8 %) que ces derniers (15 %). Le recours aux associations professionnelles est, en revanche, d'un niveau comparable entre les deux groupes.

Figure 16.

Canaux d'information des commerçants de produits alimentaires sur les opportunités de marché



Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « *Comment êtes-vous généralement informé des opportunités du marché alimentaire dans la région ?* ». Les répondants pouvaient fournir jusqu'à trois réponses.

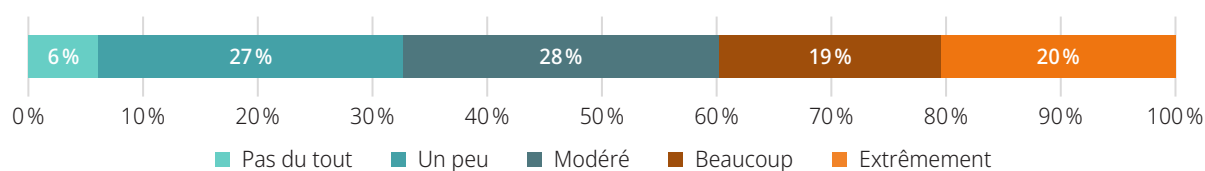
Contraintes au commerce alimentaire régional en Afrique de l'Ouest

Contraintes aux frontières : un défi important, sans être prépondérant

Les questions liées aux frontières, telles que les droits de douane, les pots-de-vin, le harcèlement, les frais opaques et les procédures douanières, occupent une place importante dans les débats sur le commerce alimentaire intra-régional. Les résultats de l'enquête confirment que ces contraintes sont significatives pour de nombreux commerçants, mais ils suggèrent également une réalité plus nuancée qu'on ne le suppose parfois. Dans l'ensemble, 39 % des répondants ont indiqué que les contraintes aux frontières affectaient « beaucoup » ou « énormément » leurs activités commerciales, tandis que 28 % ont fait état d'un effet « modéré ». À l'inverse, environ un tiers ont déclaré être peu ou pas du tout affectés (Figure 17). Ces résultats suggèrent que les frictions aux frontières constituent une contrainte importante, toutefois elles ne sont pas perçues comme excessivement contraignantes par la majorité des commerçants de la région.

Figure 17.

Impact perçu des contraintes frontalières sur les commerçants alimentaires

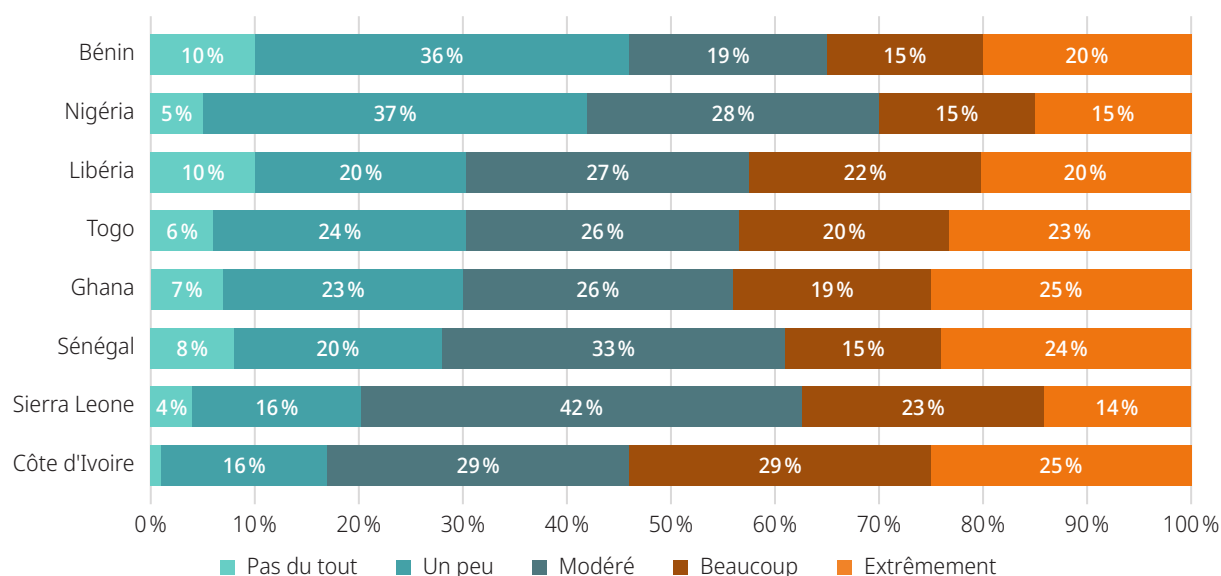


Note : Part des répondants ayant fourni chaque réponse à la question : « Sur une échelle de 1 à 5, dans quelle mesure les contraintes commerciales aux frontières ont-elles affecté vos activités commerciales ? » Les scores ont été présentés comme suit afin d'en faciliter l'interprétation : « pas du tout » (1) ; « un peu » (2) ; « modérément » (3) ; « beaucoup » (4) ; et « extrêmement » (5).

Cette lecture agrégée masque toutefois d'importantes variations entre pays. En Côte d'Ivoire et au Ghana, les contraintes aux frontières sont beaucoup plus fréquemment perçues comme sévères : respectivement 54 % et 44 % des répondants indiquent qu'elles affectent « beaucoup » ou « extrêmement » leurs activités (Figure 18). À l'inverse, au Bénin et au Nigéria, les commerçants font plus souvent état de perturbations limitées, avec respectivement 46 % et 42 % d'entre eux déclarant que ces contraintes les affectent seulement « un peu » ou « pas du tout ». Les autres pays se situent entre ces deux extrêmes. Ces écarts montrent que l'importance des frictions aux frontières dépend fortement des contextes nationaux et des corridors concernés – elles ne sont pas perçues comme une contrainte uniformément dominante à l'échelle régionale.

Figure 18.

Impact perçu des contraintes frontalières sur les commerçants alimentaires, par pays



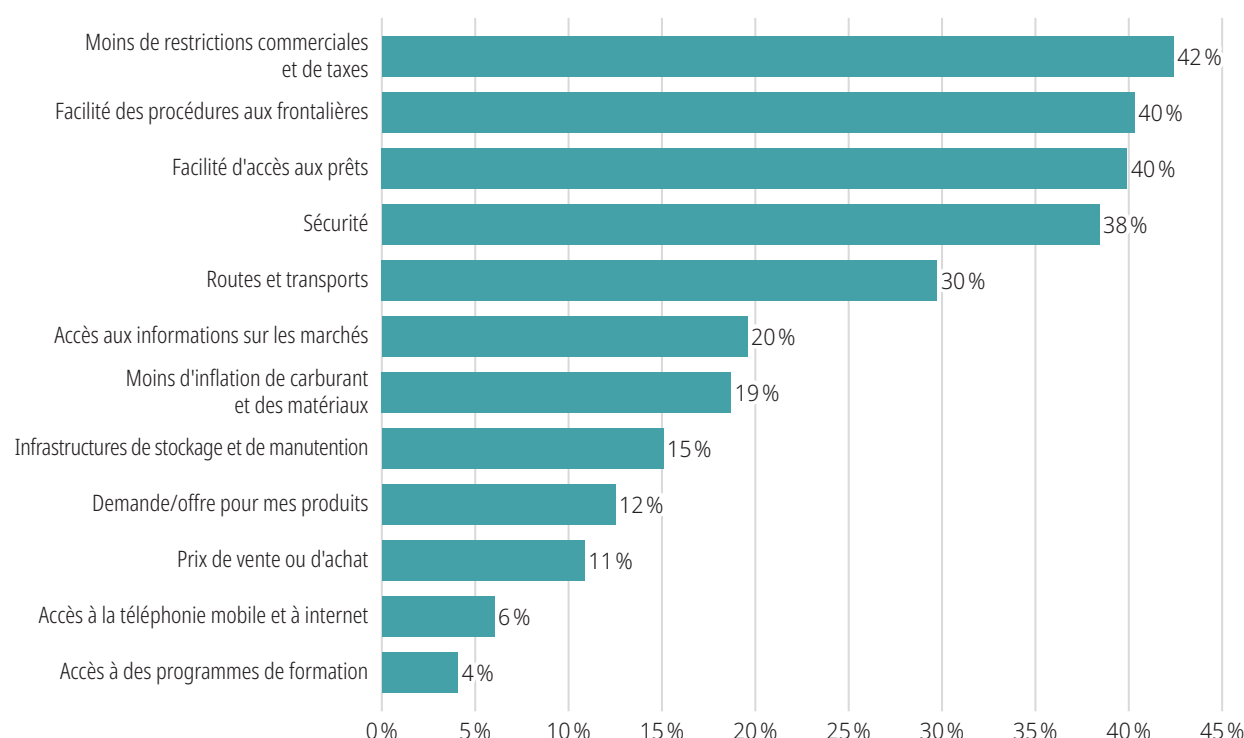
Note : Part des répondants ayant fourni chaque réponse à la question : « Sur une échelle de 1 à 5, dans quelle mesure les contraintes commerciales aux frontières ont-elles affecté vos activités commerciales ? » Les scores ont été présentés comme suit afin d'en faciliter l'interprétation : « pas du tout » (1), « un peu » (2), « modérément » (3), « beaucoup » (4) et « extrêmement » (5). Les pays sont classés du niveau d'impact le plus faible au plus élevé sur les activités commerciales des répondants.

Au-delà des frontières : les multiples contraintes de l'environnement du commerce alimentaire en Afrique de l'Ouest

Lorsque les commerçants ont été invités à identifier jusqu'à trois priorités pour améliorer leur environnement d'affaires, les réformes liées aux frontières figuraient parmi les réponses les plus fréquentes. La priorité la plus souvent citée était la réduction des restrictions commerciales et des taxes (42 %), suivie de près par la simplification des procédures aux frontières (40 %) (Figure 19). Toutefois, les commerçants ont également mis en avant des contraintes plus larges liées à l'environnement du commerce alimentaire - au-delà des frontières elles-mêmes. Il s'agit notamment d'un meilleur accès au crédit (40 %), de la sécurité (38 %), ainsi que des routes et du transport (30 %). Des parts plus faibles de répondants ont mentionné l'accès à l'information sur les marchés (20 %), la baisse de l'inflation sur les carburants et les matériaux (19 %), l'amélioration des infrastructures de stockage et de manutention (15 %), ainsi que les conditions d'offre et de demande pour leurs produits (12 %).

Figure 19.

Priorités perçues par les commerçants de produits alimentaires pour améliorer leurs activités



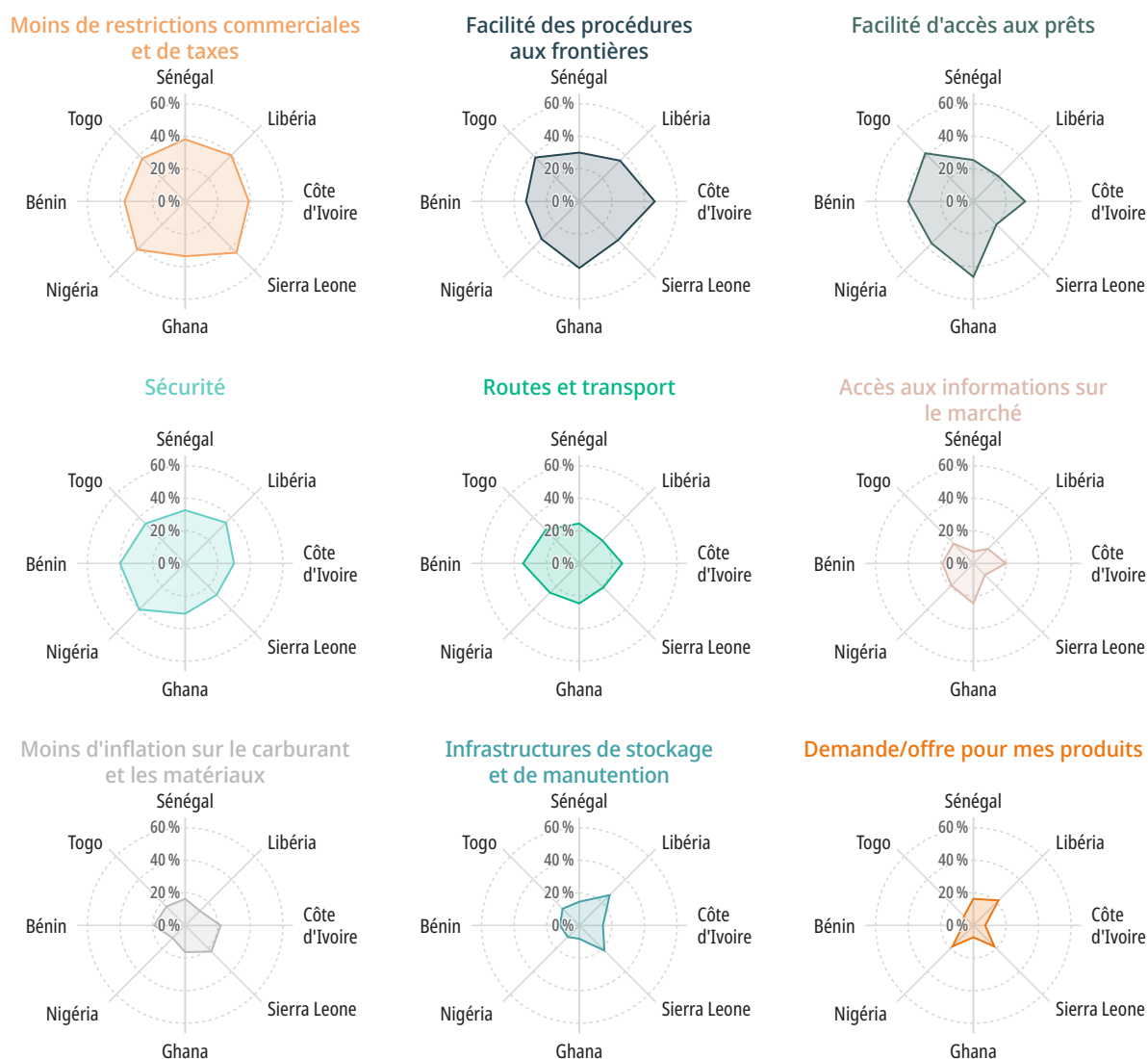
Note : Proportion de répondants fournissant chaque réponse à la question « Veuillez énumérer jusqu'à trois éléments principaux qui doivent être améliorés pour faciliter vos activités ».

Une analyse plus détaillée des réponses par pays montre que les priorités diffèrent selon les contextes nationaux (Figure 20). L'accès au financement ressort comme une préoccupation majeure au Ghana (51 %) et au Togo (47 %), soit respectivement 11 et 7 points au-dessus de la moyenne régionale. Ces résultats sont alignés avec les études récentes sur la transformation productive au Togo et le besoin d'améliorer l'accès au financement afin d'accompagner le développement du secteur privé dans le pays (OCDE et al., 2025). La sécurité constitue une préoccupation marquée au Nigéria et au Bénin, où 44 % des répondants la mentionnent comme priorité — six points au-dessus de la moyenne régionale. À l'inverse, les inquiétudes liées à l'insécurité sont moins prononcées en Sierra Leone (30 %), en Côte d'Ivoire (33 %) et au Ghana (34 %).

Les procédures frontalières apparaissent comme un obstacle majeur en Côte d'Ivoire et au Ghana, où plus de 45 % des répondants espèrent des améliorations. L'inflation des coûts de carburant et des matériaux commerciaux est particulièrement signalée en Sierra Leone, au Ghana et en Côte d'Ivoire. Les restrictions commerciales et tarifaires sont jugées plus problématiques que la moyenne régionale (40 %) au Nigéria (46 %), en Sierra Leone (49 %) et au Libéria (44 %).

Figure 20.

Priorités perçues par les commerçants de produits alimentaires pour améliorer leurs activités, par pays

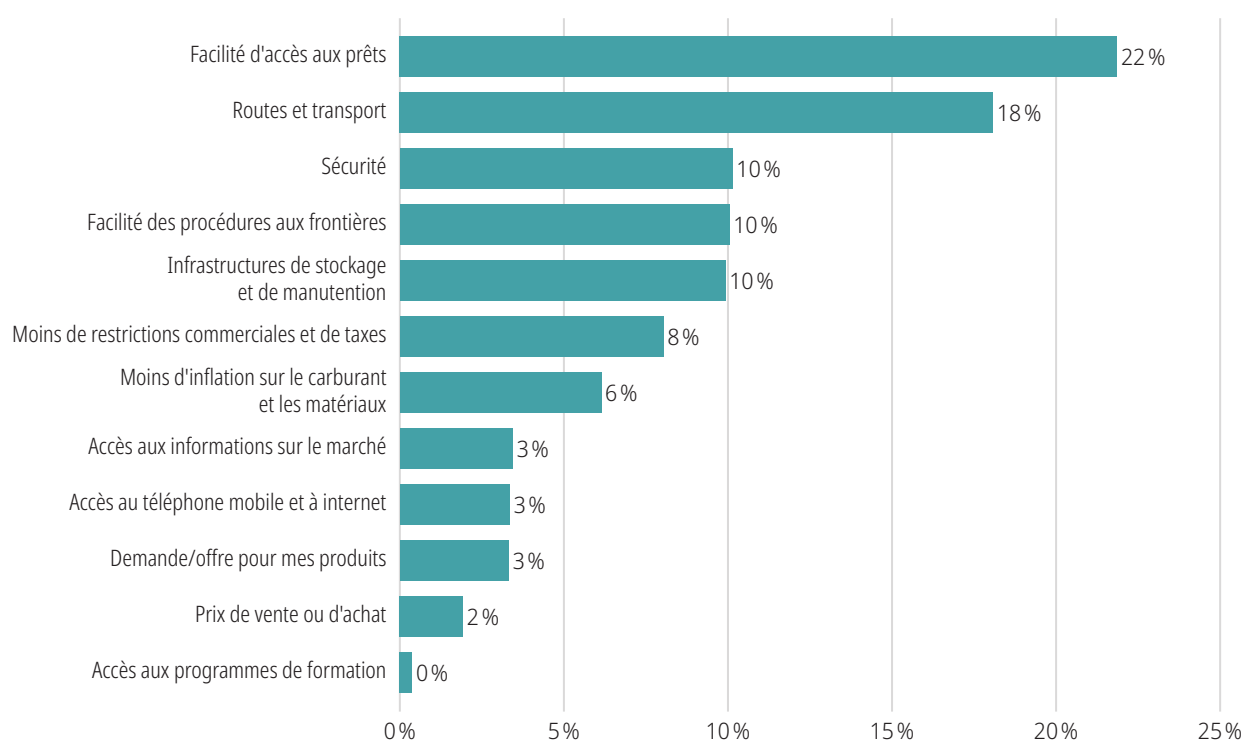


Note : Proportion de répondants fournissant chaque réponse à la question « Veuillez énumérer jusqu'à 3 éléments principaux qui doivent être améliorés pour faciliter vos activités ».

Lorsqu'on leur a demandé d'identifier le principal domaine à améliorer, les commerçants ont le plus souvent cité l'accès au financement : 22 % des répondants l'ont désigné comme leur priorité, soulignant ainsi l'importance d'un environnement global favorable à la promotion du commerce. Les infrastructures routières et de transport arrivent en deuxième position (18 %), soulignant le poids persistant des obstacles liés à la logistique dans le commerce alimentaire intrarégional. Parmi les autres priorités figurent la sécurité, la simplification des procédures frontalières et les infrastructures de stockage (10 %) ; la réduction des restrictions et des taxes (8 %) ; et la baisse de l'inflation sur le carburant et les matériaux (6 %). L'accès à l'information sur les marchés, à la téléphonie mobile et internet et l'élargissement de la demande ou de l'offre sont mentionnés en plus faibles proportions (3 %) (Figure 21) (Encadré 1).

Figure 21.

Contrainte prioritaire perçue par les commerçants de produits alimentaires pour améliorer leur activité



Note : Proportion de répondants fournissant chaque réponse à la question « Veuillez énumérer jusqu'à 3 éléments principaux qui doivent être améliorés pour faciliter vos activités », filtrée pour ne renseigner que la contrainte mentionnée en premier.

Encadré 1.

Perspectives des participants aux dialogues public-privé sur les principales contraintes au commerce alimentaire régional

Deux dialogues public-privé ont été organisés à Abidjan (octobre 2024) et à Accra (février 2025). Ils ont réuni des petites et moyennes entreprises (PME) alimentaires régionales, des associations professionnelles, des chambres de commerce, des institutions nationales, des représentants des gouvernements et des organisations régionales afin de discuter des résultats de l'enquête et de recueillir des informations complémentaires sur les contraintes rencontrées par le secteur privé du commerce alimentaire régional.

Selon les participants, les obstacles liés au financement trouvent en grande partie leur origine dans le caractère informel de nombreuses entreprises agroalimentaires. Ces entreprises manquent souvent de documentation financière, de capacités de planification commerciale et de compétences en matière de crédit nécessaires pour obtenir des prêts. Même lorsque le financement est accessible, les conditions sont souvent dissuasives : les participants ont signalé des taux d'intérêt moyens allant de 6 à 10 % dans la zone de la Communauté financière d'Afrique (CFA) et pouvant être supérieurs à 20% au Ghana, avec des garanties exigées représentant au moins 150 % du montant emprunté. Les durées de prêt sont généralement courtes et les calendriers de remboursement mal alignés sur les cycles agricoles. En outre, les exigences de garanties strictes et les contributions initiales élevées restreignent davantage l'accès au crédit, tandis que les mécanismes de garantie, souvent inefficaces, offrent un soutien limité.

Concernant les infrastructures, les participants ont souligné que la mauvaise qualité des routes, le manque d'investissement dans les chemins de fer, les voies navigables et le transport maritime, ainsi que l'insuffisance des infrastructures de chaîne du froid, entraînent des coûts élevés, des retards et des pertes, notamment pour les produits périssables. Les commerçants doivent souvent recourir à des véhicules civils partagés ou à des transports mixtes inadaptés — par exemple combinant bétail et produits horticoles — en raison de l'indisponibilité de services logistiques à coûts abordables, tandis que la faiblesse des liaisons aériennes et ferroviaires limite encore davantage l'accès aux marchés et la mobilité. Le manque de prestataires logistiques fiables accentue ces difficultés, compromettant à la fois l'intégration régionale et la sécurité alimentaire.

L'accès à une information de marché fiable, y compris sur les partenaires potentiels, demeure un obstacle majeur pour les commerçants ouest-africains, limitant leur capacité à prendre des décisions éclairées et à exercer une concurrence équitable. Les informations sont fragmentées sur de multiples plateformes non coordonnées, ce qui génère confusion, coûts supplémentaires et données parcellaires. Au-delà des prix, les commerçants ont besoin d'informations détaillées sur les produits, les certifications, la logistique et les réseaux de partenaires. Ces informations sont rarement disponibles sous une forme accessible ou adaptée — en particulier pour les petits commerçants et ceux opérant dans l'informalité —, ce qui limite leur participation aux marchés régionaux.

L'insécurité et les restrictions commerciales constituent également de graves menaces pour le commerce alimentaire en Afrique de l'Ouest. Les conflits armés, le banditisme et le terrorisme entraînent fréquemment la fermeture de marchés clés et de pôles frontaliers, perturbant la circulation des marchandises. Les routes de transport deviennent de plus en plus dangereuses, provoquant une hausse des coûts, des retards et des pertes liées aux vols ou aux confiscations de biens. De plus, les fermetures soudaines de frontières — comme celle décidée par le Nigéria en 2019 pour lutter contre la contrebande — perturbent fortement les chaînes d'approvisionnement régionales. Bien qu'elles visent à protéger la production nationale, ces mesures se révèlent souvent inefficaces et compromettent des décennies de progrès en matière d'intégration économique régionale. Elles s'ajoutent à d'autres contraintes déjà présentes aux postes frontaliers : absence d'harmonisation des cadres réglementaires commerciaux entre pays, harcèlement aux frontières, multiplicité des points de contrôle et fermeture anticipée des postes douaniers.

Un secteur du commerce alimentaire régional en mouvement

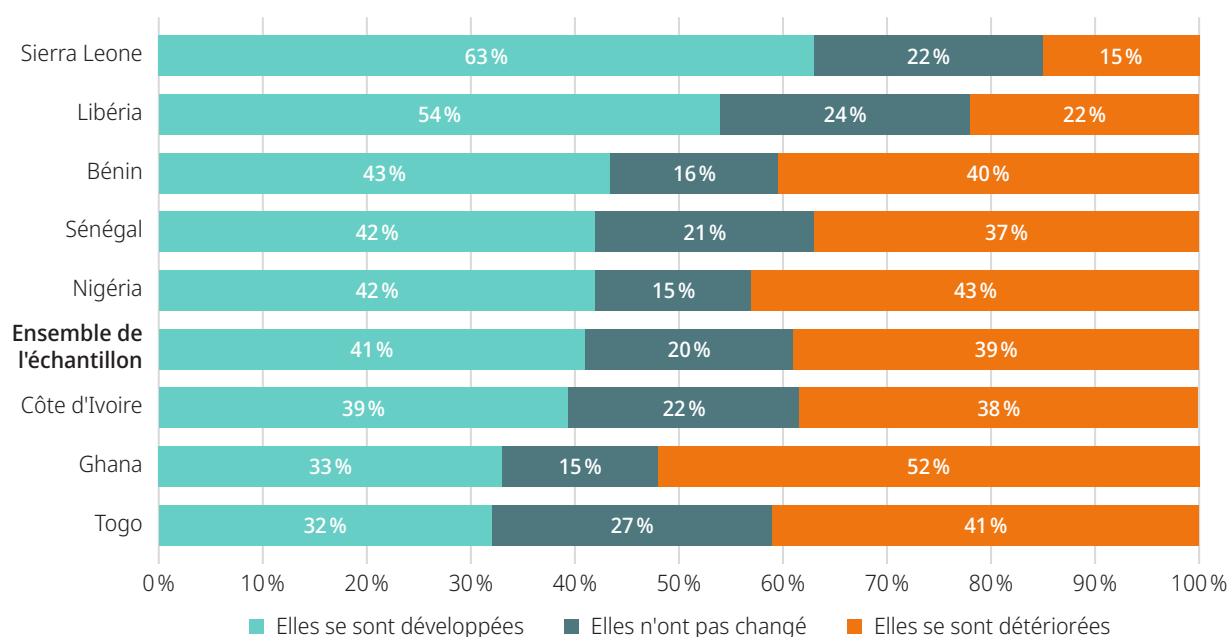
Une dynamique positive dans un environnement contraignant

Malgré les nombreux défis auxquels ils font face, la majorité des commerçants interrogés déclarent que leurs activités sont restées stables ou se sont améliorées au cours des cinq dernières années. Plus de 40 % indiquent une amélioration de leurs activités, tandis qu'environ 20 % estiment que leur situation est demeurée stable. Ces résultats sont particulièrement notables dans un contexte marqué par la volatilité économique, les perturbations liées à la pandémie de COVID-19 et les pressions inflationnistes persistantes depuis 2019.

L'enquête révèle également de fortes disparités entre pays (Figure 22). Les commerçants de Sierra Leone (63 %) et du Libéria (54 %) affichent les niveaux d'amélioration les plus élevés. À l'inverse, une part importante des commerçants du Ghana (52 %) et du Nigéria (43 %) déclarent une dégradation de leurs activités sur la même période ; respectivement 13 et 4 points au-dessus de la moyenne régionale. Cette perception peut être liée à la détérioration marquée de la situation macroéconomique dans ces deux pays.

Figure 22.

Perception, par les commerçants de produits alimentaires, de la performance de leurs activités au cours des cinq dernières années, par pays

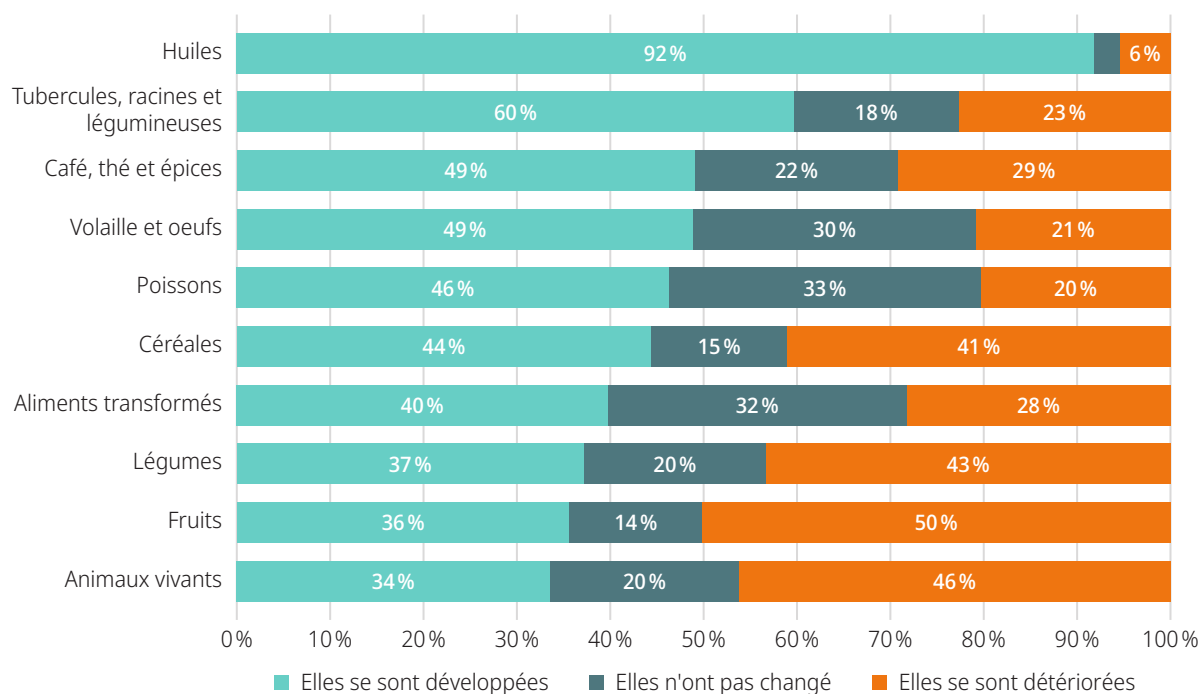


Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Comment vos activités ont-elles évolué au cours des 5 dernières années ? », par pays.

Les résultats diffèrent aussi selon les groupes de produits (Figure 23). Les huiles — reflétant en grande partie le commerce d'huile de palme — se distinguent comme la catégorie la plus dynamique, 92 % des commerçants déclarant une amélioration et seulement 6 % une baisse.⁴ À l'opposé, les commerçants de produits périssables tels que les fruits (50 % en recul), les animaux vivants (46 %) et les légumes (43 %) sont les plus nombreux à signaler une détérioration de leurs activités, suggérant une vulnérabilité particulière dans ces secteurs. Les céréales affichent également de faibles performances, 41 % des commerçants déclarant une aggravation. En revanche, les commerçants de tubercules, racines, légumineuses et poissons rapportent des résultats plus équilibrés, la moitié environ mentionnant des améliorations malgré les difficultés persistantes.

Figure 23.

Perception, par les commerçants de produits alimentaires, de la performance de leurs activités au cours des cinq dernières années, par groupe de produits alimentaires

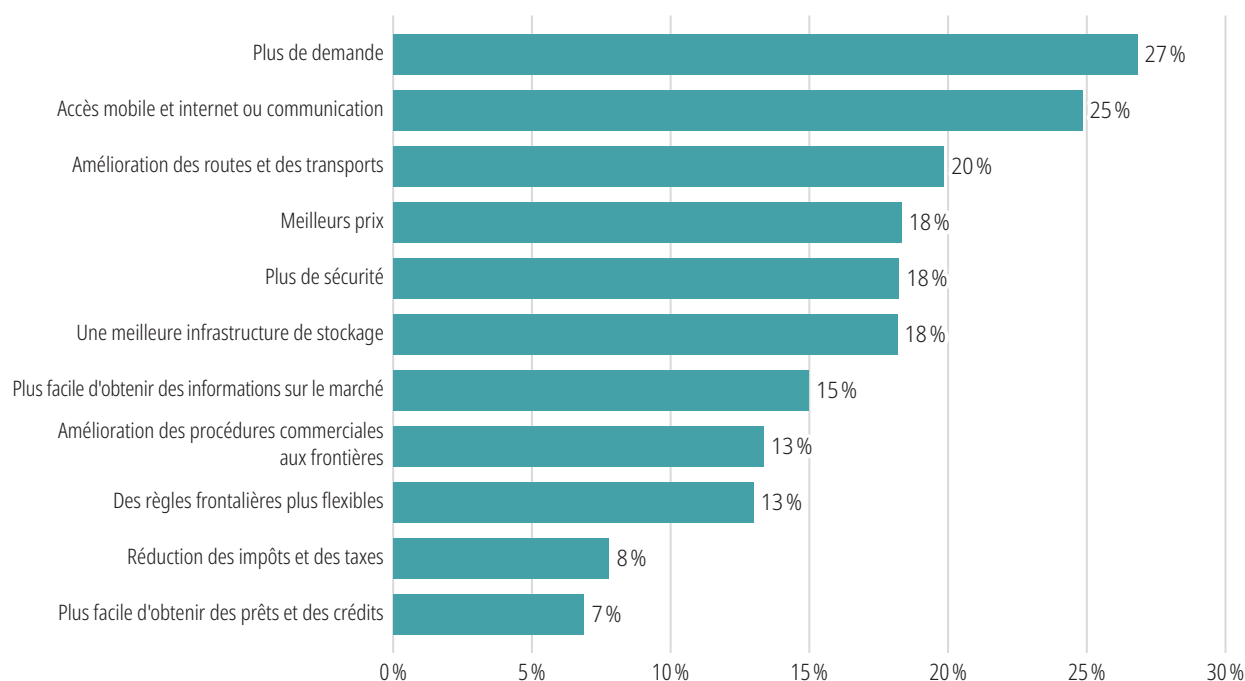


Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « *Comment vos activités ont-elles évolué au cours des 5 dernières années ?* », par groupe alimentaire.

Les commerçants citent plusieurs facteurs clés ayant eu un effet positif sur leurs activités au cours des cinq dernières années (Figure 24). L'augmentation de la demande (27 %) arrive en tête, reflétant la croissance rapide du marché régional perçue comme un moteur essentiel du commerce intrarégional. L'amélioration de l'accès au mobile et à Internet (25 %) se classe au deuxième rang, favorisant une meilleure communication et un accès accru à l'information sur les marchés. Les infrastructures routières et de transport arrivent en troisième position (20 %).

Figure 24.

Perception des commerçants de produits alimentaires des facteurs ayant soutenu leurs activités au cours des cinq dernières années



Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Veuillez énumérer jusqu'à trois éléments principaux qui ont aidé votre entreprise au cours des cinq dernières années ». 25 % des répondants n'ont pas déclaré d'amélioration particulière. Cette figure montre les réponses pour ceux qui l'ont fait.

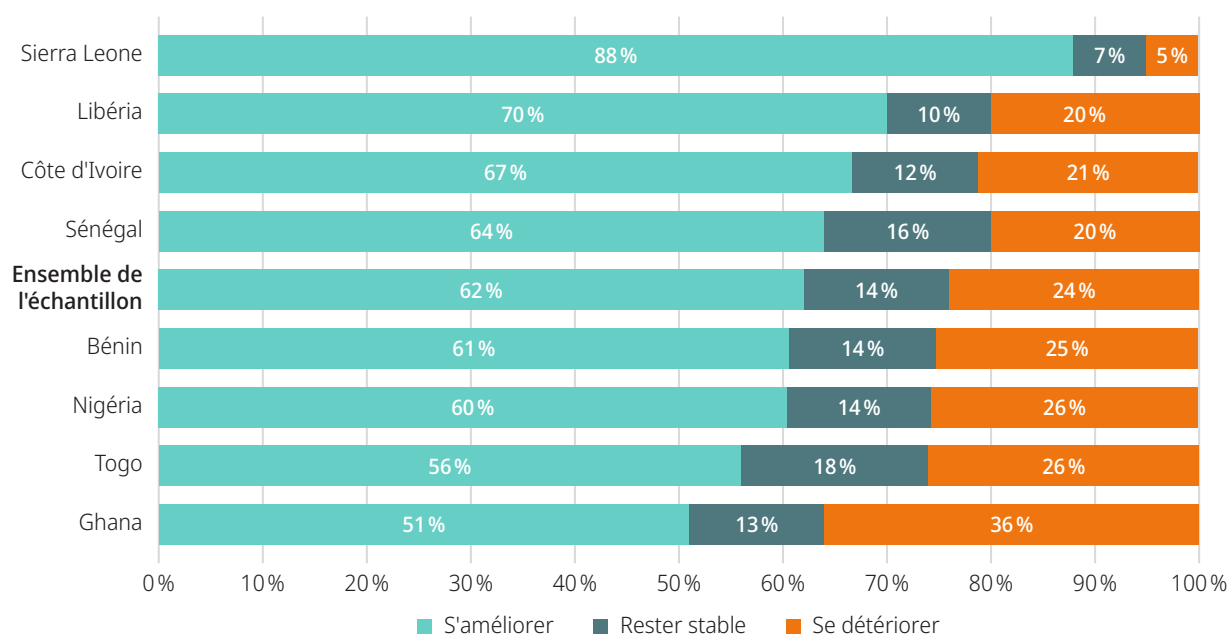
Un optimisme marqué pour l'avenir du commerce alimentaire régional

Les commerçants expriment un fort optimisme : 62 % estiment que leurs activités s'amélioreront dans les cinq prochaines années (Figure 25). Cette perspective positive traduit la confiance dans le potentiel croissant du secteur alimentaire régional et concorde avec les projections selon lesquelles l'économie alimentaire de l'Afrique de l'Ouest atteindra 480 milliards USD d'ici 2030, portée par la croissance démographique rapide, l'urbanisation et l'évolution de la demande vers des produits transformés et pratiques (OCDE/CSAO, 2025).

Les commerçants de Sierra Leone (88 %), du Libéria (70 %) et de Côte d'Ivoire (67 %) sont les plus optimistes pour les cinq prochaines années, tandis que ceux du Ghana (51 %) affichent le niveau d'optimisme le plus faible (Figure 26). Ces perspectives reflètent la performance récente des répondants : les commerçants de Sierra Leone et du Libéria, qui ont été les plus nombreux à déclarer une amélioration de leurs activités sur les cinq dernières années, se montrent également les plus confiants, alors que les commerçants ghanéens occupent les dernières positions sur ces deux plans⁵.

Figure 25.

Perspectives des commerçants de produits alimentaires pour leur entreprise au cours des cinq prochaines années, par pays



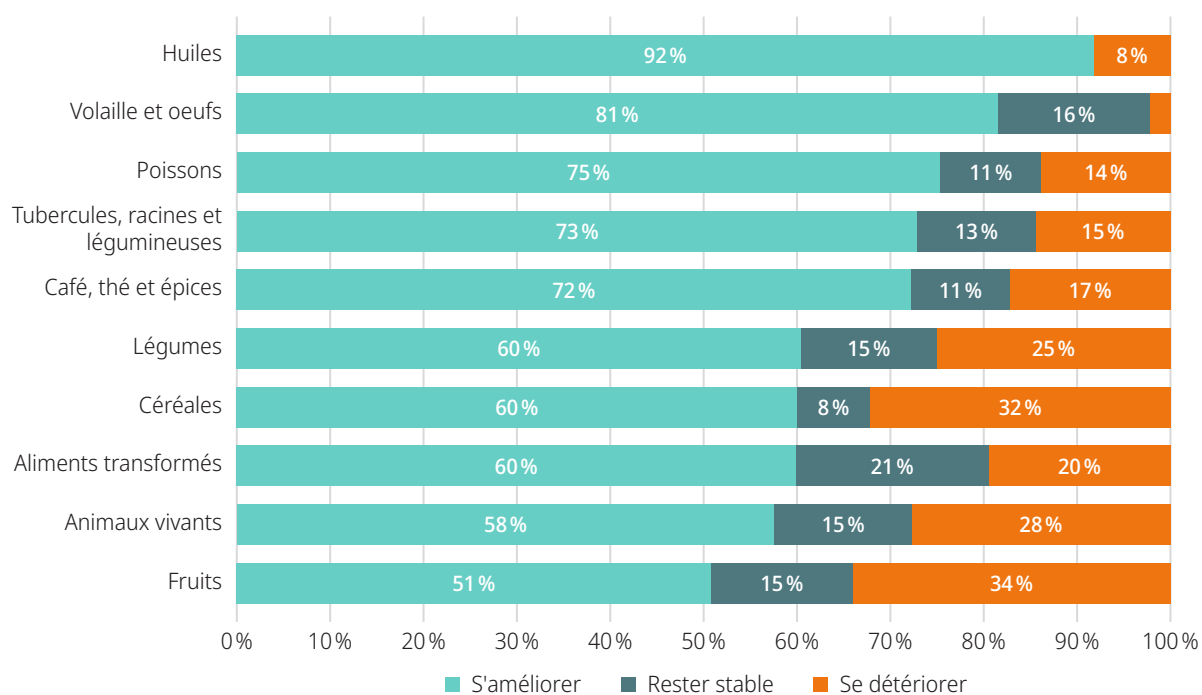
Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Dans les 5 prochaines années, est-ce que vous pensez que vos activités dans la région vont ? », par pays.

Au niveau des groupes de produits, les attentes des commerçants pour les cinq prochaines années révèlent également des différences importantes (Figure 26). Les huiles, principalement l'huile de palme, se distinguent comme la catégorie la plus dynamique, 92 % des répondants anticipant une amélioration — un schéma similaire à leurs bons résultats passés⁶. La volaille, les œufs⁷ et le poisson présentent des tendances comparables, plus des trois quarts des commerçants prévoyant une amélioration, en cohérence avec les évolutions positives récentes.

À l'inverse, les céréales, les fruits et les animaux vivants — parmi les moins performants des cinq dernières années — concentrent les perspectives les plus pessimistes, 32 %, 34 % et 28 % des commerçants respectivement anticipant une détérioration. Les légumes et les produits transformés offrent un tableau plus contrasté, la majorité prévoyant une amélioration, mais une minorité significative anticipant une dégradation. Ces résultats montrent une forte cohérence entre les performances passées et les attentes futures.

Figure 26.

Perspectives des commerçants de produits alimentaires pour leur entreprise au cours des cinq prochaines années, par groupe de produits



Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Dans les 5 prochaines années, est-ce que vous pensez que vos activités dans la région vont ? », par groupe alimentaire.

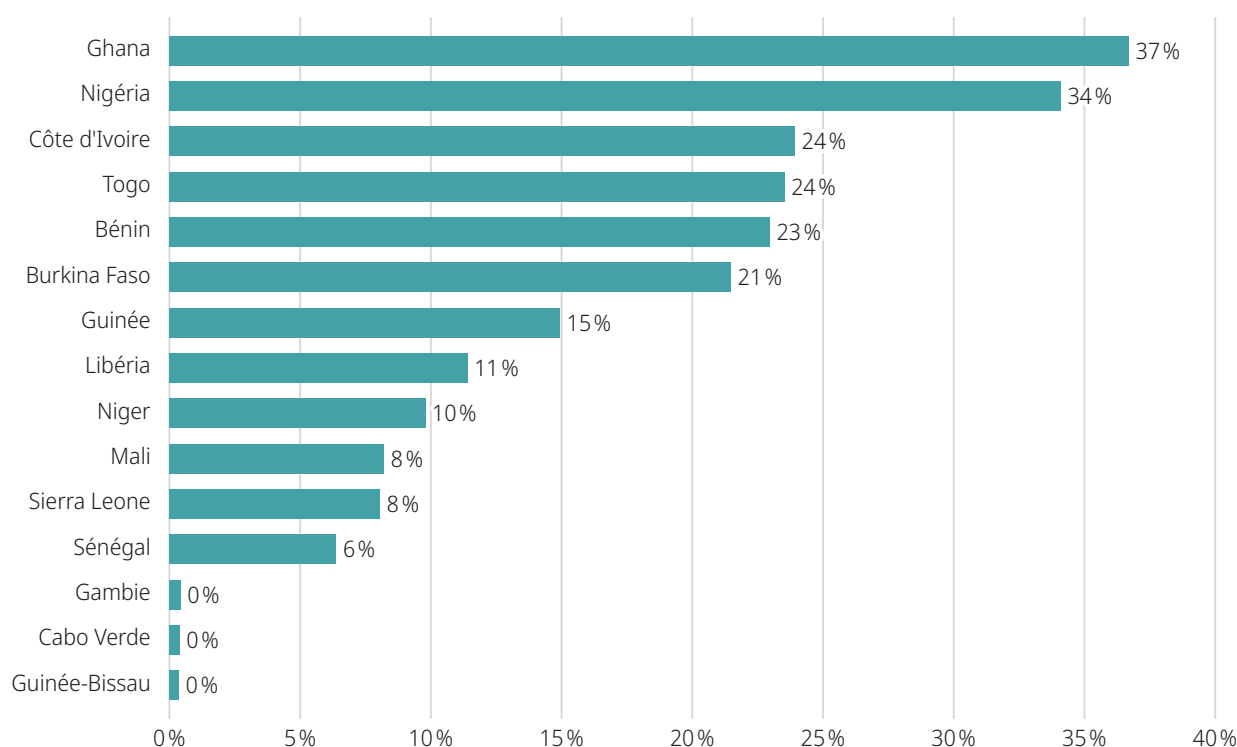
Des marchés et produits alimentaires régionaux prometteurs

Lorsqu'on leur a demandé quels étaient, selon eux, les trois pays qui connaîtront la plus forte croissance des activités liées à l'alimentation dans la région, les répondants ont cité le Ghana (37 %), le Nigéria (34 %) et la Côte d'Ivoire (24 %) comme les pays présentant le plus fort potentiel pour les cinq prochaines années (Figure 27). Ces trois pays représentent 66 % de la population régionale (OCDE/CSAO, 2025) et disposent de grands centres urbains, de profils de demande alimentaire diversifiés et des taux de croissance du Produit Intérieur Brut par habitant parmi les plus élevés de la région (Banque mondiale, 2025). Ces caractéristiques en font des moteurs probables de la croissance de la demande alimentaire régionale dans les années à venir.

En outre, la Côte d'Ivoire, le Ghana et le Nigéria devraient renforcer leur rôle de pôles de l'économie alimentaire régionale, soutenus par le développement du corridor Abidjan-Lagos, qui améliore la connectivité des transports et l'accès aux marchés le long de l'un des axes économiques les plus stratégiques d'Afrique de l'Ouest (Kunaka et al., 2025). Les perceptions des commerçants sont en phase avec ces tendances structurelles, traduisant leur confiance dans le potentiel de ces marchés clés.

Figure 27.

Pays perçus par les commerçants de produits alimentaires comme ayant le plus fort potentiel de croissance du secteur alimentaire

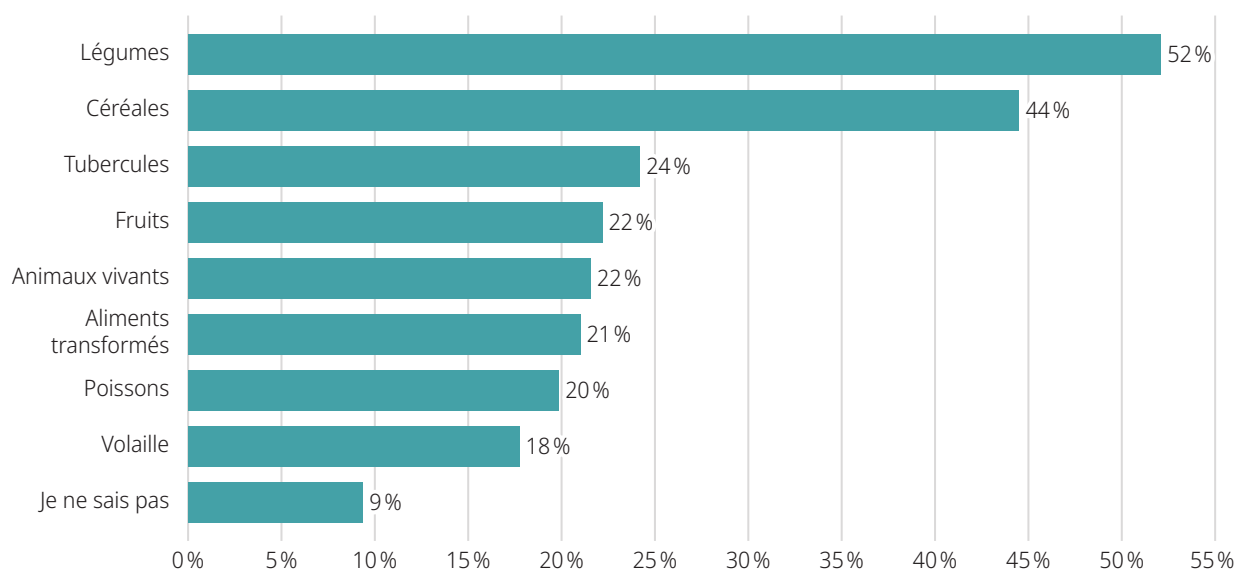


Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Au cours des cinq prochaines années, quels sont les trois pays qui connaîtront la plus forte croissance des activités alimentaires dans la région ? ».

Les commerçants citent le plus souvent les légumes (52 %) et les céréales (45 %) comme groupes de produits alimentaires à fort potentiel de croissance commerciale dans la région, les identifiant comme les « groupes d'avenir » (Figure 28).⁸ Les tubercules (24 %), les fruits (22 %), les animaux vivants (22 %) et les produits transformés (21 %) ont également été mentionnés par environ un cinquième à un quart des répondants, tandis que le poisson (20 %) et la volaille (18 %) ont été cités moins fréquemment.

Figure 28.

Groupes de produits alimentaires perçus par les commerçants comme ayant le plus fort potentiel de croissance du commerce régional



Note : Proportion de répondants ayant fourni chaque réponse à la question « *Au cours des cinq prochaines années, quels sont les trois produits alimentaires qui, selon vous, connaîtront la plus forte croissance de l'activité alimentaire dans la région ?* », avec des réponses agrégées par groupe alimentaire.

Les commerçants perçoivent un soutien limité de la CEDEAO et de leur gouvernement

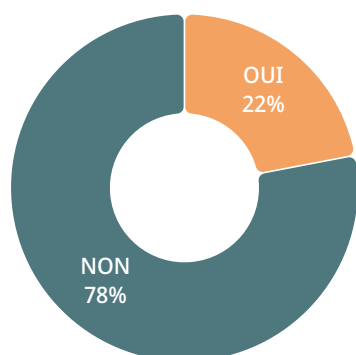
Faible connaissance des dispositifs d'appui de la CEDEAO et des gouvernements

L'enquête révèle à la fois une faible connaissance et un faible niveau de satisfaction des commerçants à l'égard du rôle de la CEDEAO et de leur gouvernement dans le soutien au commerce alimentaire régional. Près de 80 % des répondants déclarent ne pas connaître l'exonération des taxes frontalières sur les produits agricoles et alimentaires prévue par le Schéma de libéralisation des échanges de la CEDEAO, et 87 % affirment n'avoir jamais bénéficié d'une initiative de la CEDEAO (Figure 29). Parmi les 13 % ayant reconnu au moins une mesure positive, les plus fréquemment mentionnées sont la libre circulation des biens et des personnes (52 %) et les exonérations de tarifs sur le commerce régional (19 %) (Figure 30).

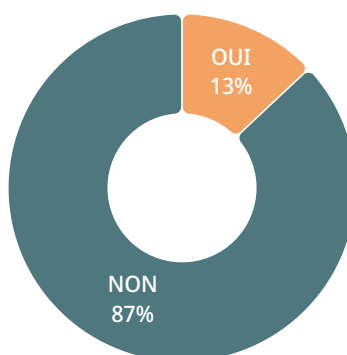
Figure 29.

Connaissance, par les commerçants de produits alimentaires, des mesures de la CEDEAO et de leur gouvernement en faveur du commerce régional des produits alimentaires

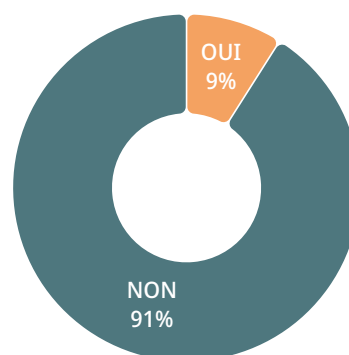
Saviez-vous que les produits agricoles et alimentaires sont exonérés de taxes au sein de l'espace CEDEAO ?



Connaissez-vous des mesures de la CEDEAO qui ont bénéficié à votre entreprise ?



Êtes-vous au courant de mesures gouvernementales qui ont bénéficié à votre entreprise ?

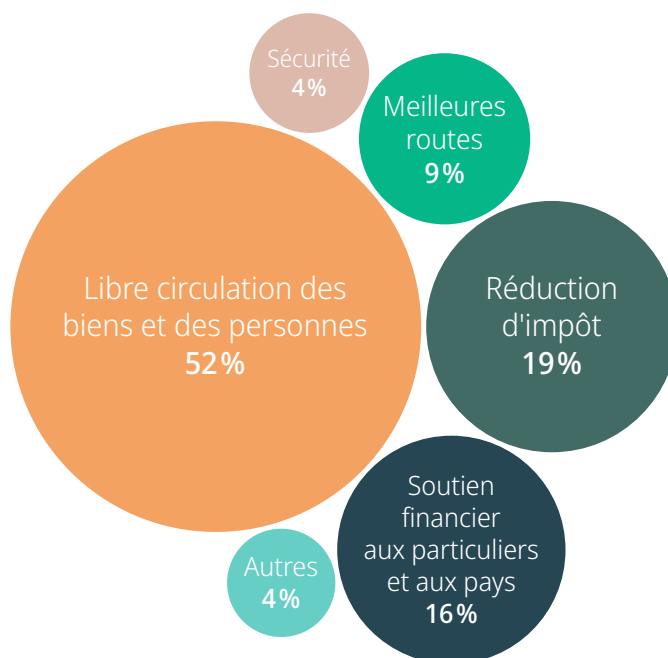


Ce manque de connaissance ne se limite pas à la CEDEAO : une proportion encore plus élevée, 91 % des répondants, indique ignorer toute mesure de leur gouvernement ayant bénéficié à leur entreprise. Parmi les 9 % ayant mentionné des mesures nationales leur ayant bénéficié, les plus citées concernent la lutte contre la corruption (28 %), l'amélioration des infrastructures routières (26 %) et le renforcement de la sécurité (23 %).

La connaissance des mesures de soutien la CEDEAO et des gouvernements varie considérablement selon les pays. Au Ghana, un tiers des commerçants (33,5 %) déclarent connaître l'exonération des taxes frontalières pour les produits agricoles dans l'espace CEDEAO, suivis ceux de la Côte d'Ivoire (27,8 %) et du Bénin (25,9 %). Cette proportion est beaucoup plus faible au Libéria (8,5 %) et en Sierra Leone (7,3 %), ce qui met en évidence d'importants déficits d'information dans certains marchés.

Figure 30.

Mesures de la CEDEAO reconnues comme bénéfiques par les commerçants alimentaires

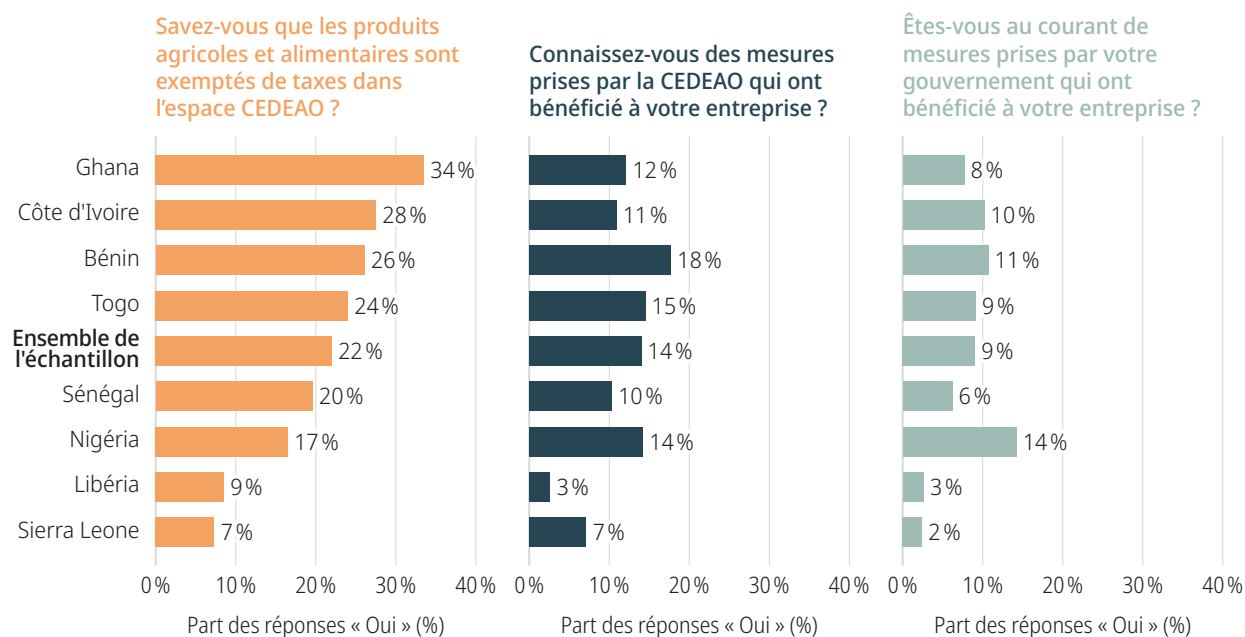


Note : Répartition des réponses pour les 13 % des répondants à l'enquête qui ont répondu positivement à la question « Connaissez-vous des mesures prises par la CEDEAO qui ont bénéficié à votre entreprise ? », regroupées par catégorie.

Lorsqu'ils sont interrogés sur les mesures de la CEDEAO ayant directement bénéficié à leur entreprise, les commerçants du Bénin (17,8 %), du Nigéria (14,3 %) et du Togo (14,5 %) sont les plus nombreux à répondre positivement. À l'échelle nationale, le Nigéria (14,3 %) et le Bénin (10,6 %) se distinguent comme les pays où la part de répondants ayant bénéficié d'actions gouvernementales est la plus élevée (Figure 31).

Figure 31.

Niveau de connaissance, par pays, des mesures de la CEDEAO et des gouvernements en soutien au commerce alimentaire régional parmi les commerçants de produits alimentaires

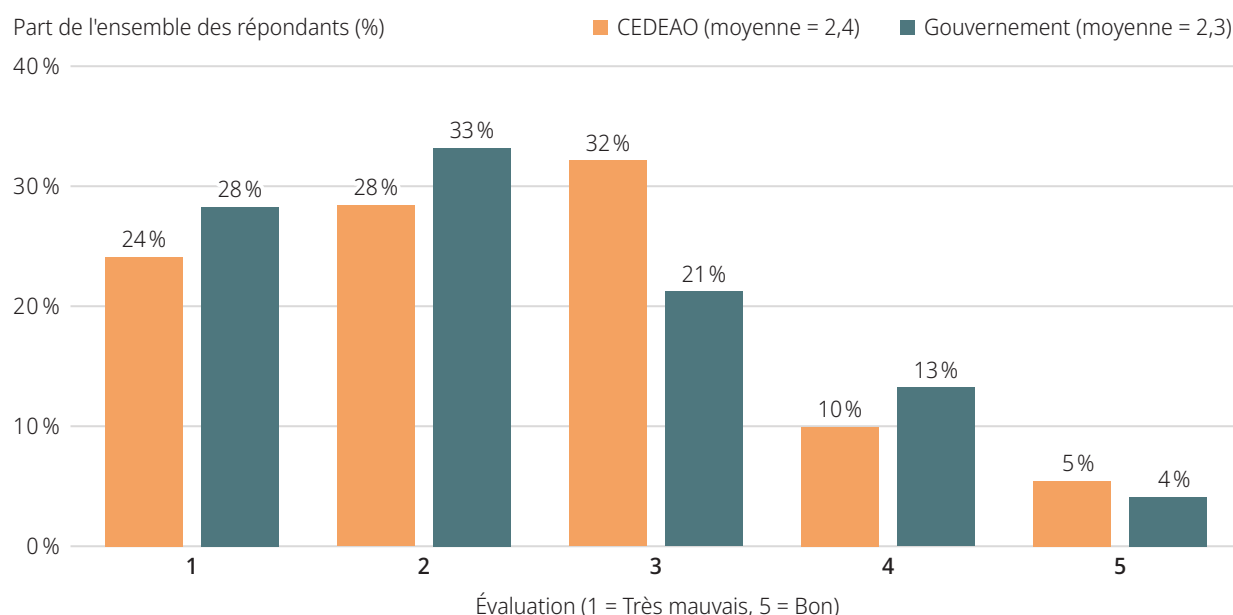


Insatisfaction à l'égard des efforts de soutien aux échanges

Dans l'ensemble, les commerçants attribuent des notes faibles tant à la CEDEAO qu'à leur gouvernement pour leur soutien au commerce alimentaire régional. Les moyennes varient entre 2,2 et 2,7 selon les pays, avec une note moyenne de 2,4 pour la CEDEAO et de 2,3 pour les gouvernements, sur une échelle de cinq points (Figure 32).

Figure 32.

Évaluation, par les commerçants de produits alimentaires, du soutien de la CEDEAO et de leur gouvernement



Note: Part des répondants donnant chaque note à la question « Comment évalueriez-vous le rôle de la CEDEAO dans la facilitation du commerce alimentaire de votre entreprise dans la région, de pas du tout utile (1) à extrêmement utile (5) ? » et « Comment évalueriez-vous le rôle de votre gouvernement pour aider votre entreprise ? », de pas du tout utile (1) à extrêmement utile (5) ?

La majorité des répondants évaluent l'aide apportée par la CEDEAO et par leur gouvernement à 1 ou 2 sur 5 (« pas du tout utile » ou « peu utile »), tandis que seuls 15 % (pour la CEDEAO) et 17 % (pour les gouvernements) leur attribuent 4 ou 5 sur 5 (« très utile » ou « utile »). Ces résultats traduisent une insatisfaction généralisée à l'égard du soutien apporté tant par les institutions régionales que nationales. La Sierra Leone se distingue par les notes moyennes les plus élevées (2,7 pour la CEDEAO ; 3,1 pour le gouvernement), tandis que le Ghana enregistre les plus faibles (2,2 pour la CEDEAO ; 2,1 pour le gouvernement) (Figure 33).

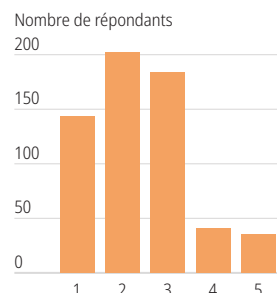
On observe également une relation entre l'évaluation que les commerçants font du soutien reçu et la perception de leurs performances passées comme futures. La Sierra Leone, qui attribue les scores les plus favorables à la CEDEAO et aux gouvernements, est aussi le pays où les commerçants se montrent les plus positifs quant à leurs résultats récents et leurs perspectives de croissance. À l'inverse, les répondants ghanéens, qui évaluent le plus négativement la CEDEAO et leur gouvernement, expriment les perceptions les moins favorables quant à la croissance de leurs activités passée et future.

Figure 33.

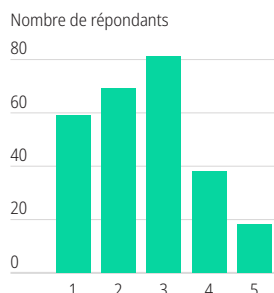
Évaluation, par les commerçants de produits alimentaires, du soutien de la CEDEAO et de leur gouvernement, par pays

Évaluation du rôle de la CEDEAO

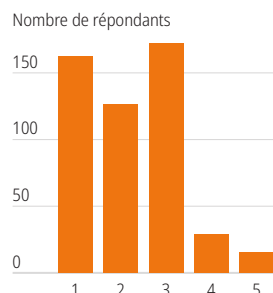
Bénin (moy. 2.4)



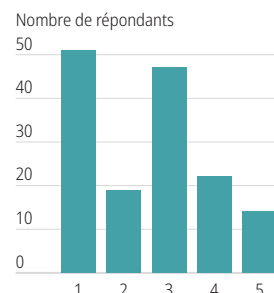
Côte d'Ivoire (moy. 2.6)



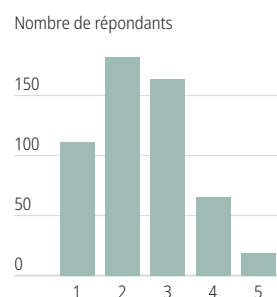
Ghana (moy. 2.2)



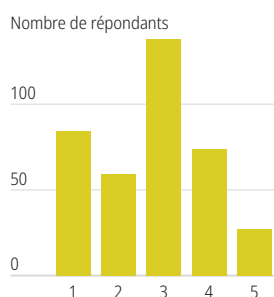
Libéria (moy. 2.5)



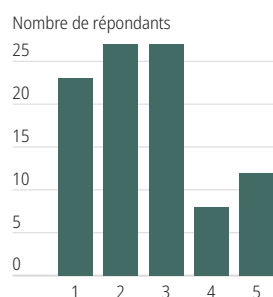
Nigéria (moy. 2.4)



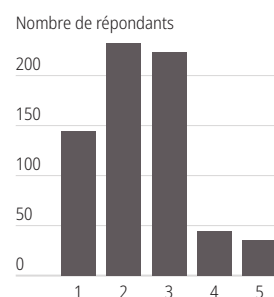
Sierra Leone (moy. 2.7)



Sénégal (moy. 2.5)

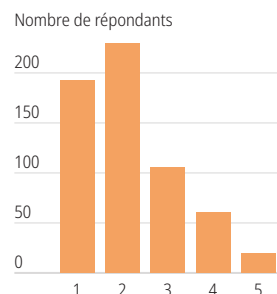


Togo (moy. 2.4)

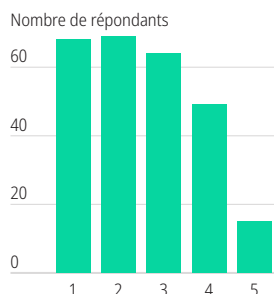


Évaluation du rôle du gouvernement

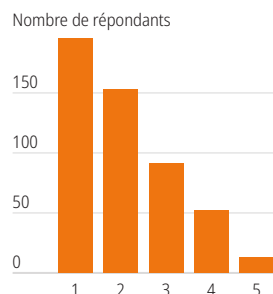
Bénin (moy. 2.1)



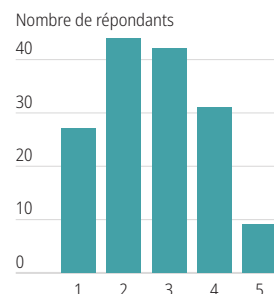
Côte d'Ivoire (moy. 2.5)



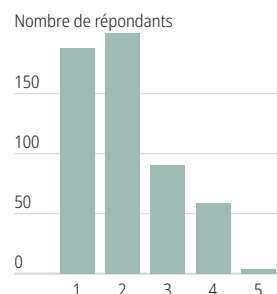
Ghana (moy. 2.1)



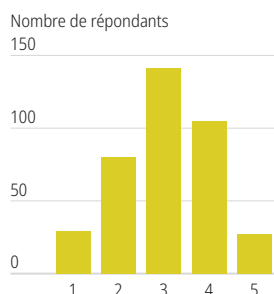
Libéria (moy. 2.7)



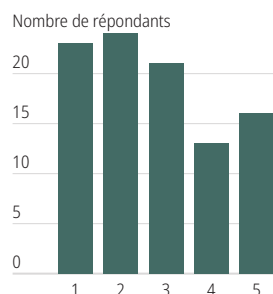
Nigéria (moy. 2.1)



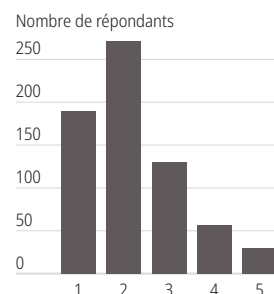
Sierra Leone (moy. 3.1)



Sénégal (moy. 2.7)



Togo (moy. 2.2)



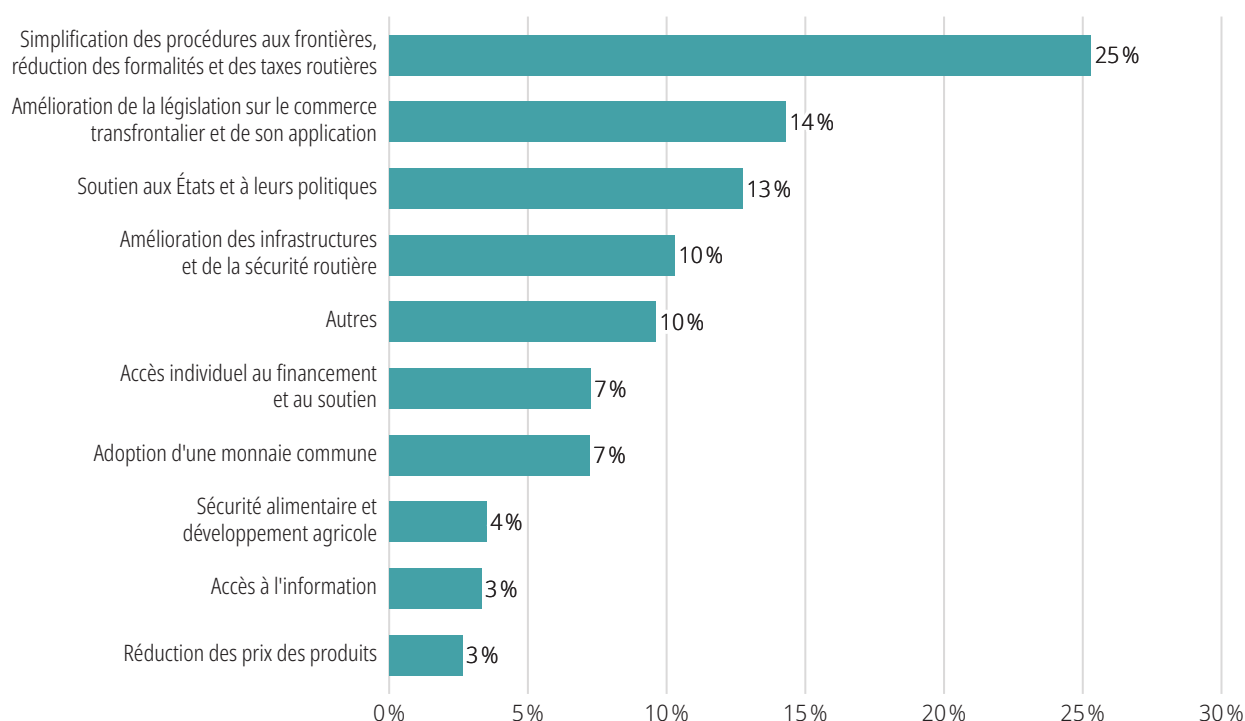
Note : Part des répondants donnant chaque note à la question « Comment évalueriez-vous le rôle de la CEDEAO dans la facilitation du commerce alimentaire de votre entreprise dans la région, de pas du tout utile (1) à extrêmement utile (5) ? » et « Comment évalueriez-vous le rôle de votre gouvernement pour aider votre entreprise ?, de pas du tout utile (1) à extrêmement utile (5) ? », par pays.

Les attentes des commerçants vis-à-vis de la CEDEAO et de leur gouvernement sont alignées sur leurs mandats institutionnels

Les attentes des commerçants à l'égard des politiques de soutien de la CEDEAO et de leur gouvernement sont, dans l'ensemble, cohérentes avec les mandats respectifs de ces institutions. Les commerçants estiment que la CEDEAO devrait jouer un rôle moteur en matière de réforme des politiques et des réglementations, avec un accent sur l'amélioration des procédures frontalières, la réduction du harcèlement et des taxes sur les routes (25 %), le renforcement de l'application des lois (14 %) et l'appui aux États membres dans la mise en œuvre des politiques commerciales (13 %) (Figure 34). À l'inverse, les gouvernements sont perçus comme responsables d'un appui plus opérationnel, avec des priorités telles que l'amélioration de l'accès au financement (24 %), la simplification des procédures frontalières (20 %) et la modernisation des infrastructures routières (11 %) (Figure 35).

Figure 34.

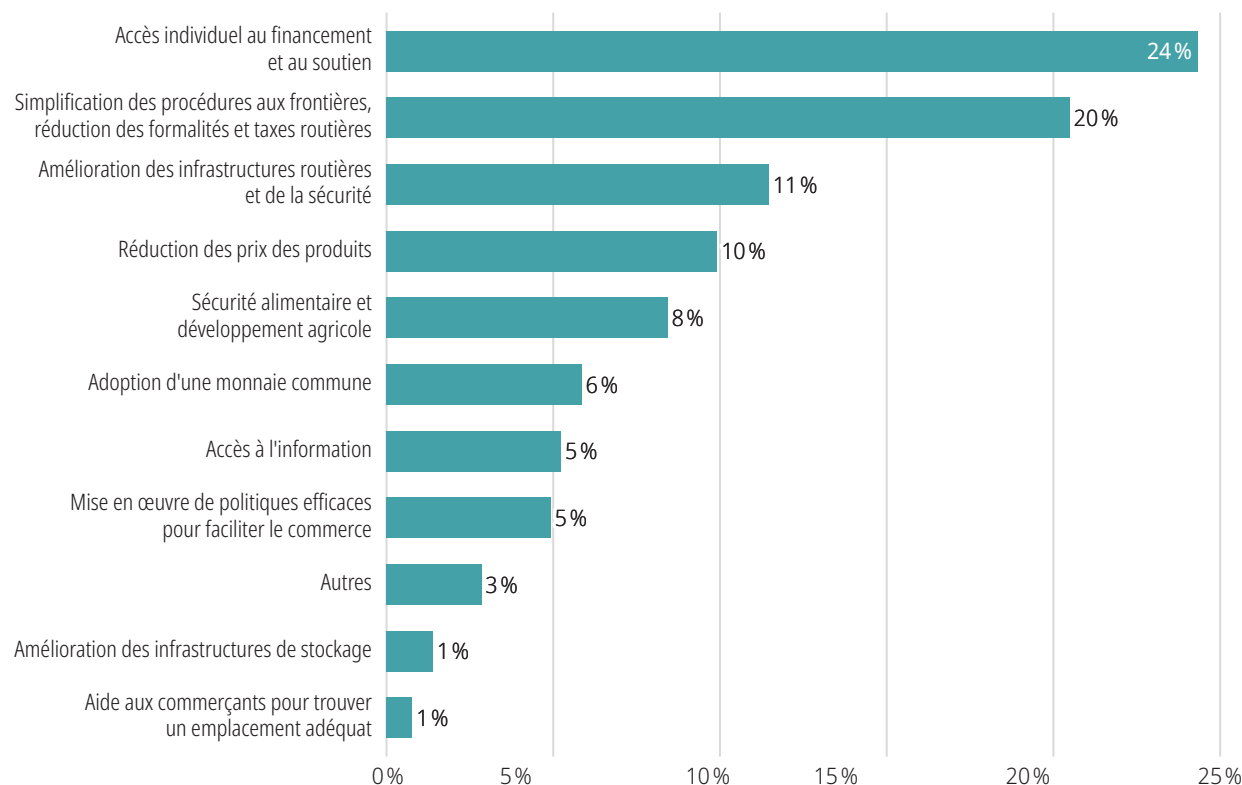
Perceptions des commerçants de produits alimentaires sur les priorités de la CEDEAO pour améliorer le commerce régional



Note : Part des répondants ayant fourni chaque réponse à la question « Quelle devrait être la principale priorité de la CEDEAO pour améliorer le commerce des produits alimentaires dans la région pour votre entreprise ? ». Les réponses étaient ouvertes et catégorisées dans un deuxième temps.

Figure 35.

Perceptions des commerçants de produits alimentaires sur les priorités de leur gouvernement pour améliorer le commerce régional



Note : Part des répondants fournissant chaque réponse à la question « Quelle devrait être la principale priorité de votre gouvernement national pour améliorer le commerce des produits alimentaires dans la région pour votre entreprise ». Les réponses étaient ouvertes et classées par la suite.

Encadré 2.

Perceptions des commerçants sur les principales priorités pour la CEDEAO, leur gouvernement et le secteur privé, issues des dialogues public-privé

Les participants aux dialogues public-privé organisés à Abidjan et à Accra (voir ci-dessus) ont également partagé leurs perceptions des principales priorités pour la CEDEAO, leur gouvernement et le secteur privé afin de renforcer le commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest.

Une priorité fréquemment mentionnée concerne le renforcement des capacités régionales de transport des denrées alimentaires. Les participants ont insisté sur l'importance des investissements stratégiques, de la coordination des politiques et des partenariats public-privé. Ils ont souligné le rôle potentiel d'institutions financières régionales telles qu'Afreximbank et la Banque d'investissement et de développement de la CEDEAO (BIDC) pour réduire les risques des projets d'infrastructure et attirer les investissements privés — y compris pour des initiatives de plus petite envergure, telles que des embarcadères, des lignes ferroviaires ou des ports fluviaux — afin de dynamiser les corridors commerciaux. Les participants ont également mis en avant la nécessité d'une stratégie de transport cohérente à l'échelle de la CEDEAO, tirant parti des atouts de chaque pays (par exemple, les ports du Libéria ou le réseau ferroviaire du Ghana) pour optimiser les infrastructures régionales. Ils ont attiré l'attention sur le coût élevé et la faible disponibilité de la connectivité aérienne, estimant qu'une réduction des taxes sur le transport aérien régional et des investissements dans les aéroports et les compagnies aériennes pourraient rendre le fret aérien plus abordable, notamment pour les produits à forte valeur ajoutée. Selon eux, les services spécialisés tels que les chaînes du froid dépendront avant tout de la fiabilité des infrastructures de base.

Les participants ont également souligné l'importance d'améliorer l'information sur les marchés pour le commerce alimentaire en Afrique de l'Ouest. Ils ont recommandé la création d'une plateforme numérique centralisée regroupant les règles, réglementations, procédures commerciales et données sectorielles en un seul endroit. En s'appuyant sur des outils existants comme la plateforme de mise en relation de la CEDEAO, ils ont proposé que cette plateforme intègre des fonctionnalités conviviales (paiements, logistique, profils d'acteurs, filtres de produits, capacités en temps réel) et des parcours adaptés aux besoins des agriculteurs, commerçants, transformateurs et transporteurs. Pour garantir sa crédibilité, son inclusivité et sa pérennité, ils ont suggéré qu'elle soit gérée conjointement par la CEDEAO et les ministères nationaux concernés. Ils ont également recommandé de développer des outils complémentaires hors ligne (signalétique, affiches, guides simplifiés multilingues) afin d'atteindre les commerçants ayant un accès numérique limité, contribuant ainsi à renforcer la transparence et à réduire les obstacles à la conformité.

Enfin, les participants ont insisté sur la nécessité d'une stratégie globale pour surmonter les obstacles financiers auxquels font face les entreprises agroalimentaires ouest-africaines. Ils ont souligné l'importance des services de développement des entreprises et de formation visant à renforcer les compétences entrepreneuriales, de la conception de produits financiers adaptés aux réalités agricoles et de l'élargissement des mécanismes de garantie pour réduire les risques liés aux prêts. Parmi les propositions concrètes figuraient le renforcement et l'expansion des fonds nationaux de garantie (par exemple le Fonds National de Développement Agricole), la promotion de partenariats public-privé pour atténuer les risques liés au crédit, et la création d'un fonds régional de garantie par la CEDEAO et la BIDC. Les participants ont également mis en avant la nécessité de diversifier les sources de financement, notamment en explorant le financement participatif et des subventions ciblées pour soutenir une croissance inclusive.

● AMÉLIORER L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCE ALIMENTAIRE EN AFRIQUE DE L'OUEST

De la facilitation à la promotion du commerce : relier les entreprises agroalimentaires aux marchés régionaux

Les résultats de l'enquête et les deux dialogues public-privé menés pour ce rapport mettent en lumière des priorités majeures pour stimuler le commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest. Bien que les commerçants soient motivés par les opportunités offertes par le marché régional et optimistes quant à son potentiel de croissance, ils demeurent limités dans leur capacité à l'exploiter pleinement.

D'une part, ils continuent de faire face à des obstacles frontaliers persistants, tels que les mesures non tarifaires, les interdictions d'exportation et les réglementations incohérentes. D'autre part, ils évoluent dans un environnement politique peu propice, marqué par un accès restreint au financement, un déficit d'informations fiables sur les marchés régionaux et une transparence insuffisante des réglementations.

Cette situation appelle les gouvernements et les organisations régionales à aller au-delà de la simple facilitation des échanges et à adopter une approche plus proactive de promotion du commerce alimentaire régional. Il est essentiel qu'ils renforcent les facteurs transversaux, tels que les infrastructures de transport, l'accès au crédit et la diffusion des informations sur les marchés.

Il est tout aussi important de remédier au déficit de connaissance des commerçants sur les réglementations et exonérations commerciales de la CEDEAO. Ce constat reflète l'opacité du cadre réglementaire régional et souligne également la nécessité d'une communication ciblée de ces règles via des réseaux et plateformes de confiance. Ce déficit découle par ailleurs de la fragmentation et l'application inégale des réglementations commerciales à travers l'espace CEDEAO. L'Accord de libre-échange continental africain (ZLECAf) offre, à cet égard, une occasion pour les gouvernements et la CEDEAO de renforcer l'application des règles et d'harmoniser les réglementations commerciales régionales.

Encourager un dialogue public-privé fondé sur des données probantes aux niveaux national et régional

Les dialogues public-privé confirment une forte demande du secteur privé pour un engagement structuré et fondé sur des données avec les institutions publiques (Encadré 3). Les commerçants ont souligné la valeur de tels espaces pour exprimer leurs préoccupations, partager leurs expériences et co-élaborer des solutions concrètes afin d'accélérer le commerce alimentaire régional, sur la base d'éléments factuels relatifs aux défis qu'ils rencontrent.

Malgré cette demande, les commerçants relèvent que les occasions de dialogue fondé sur des données restent trop rares. L'institutionnalisation de ces échanges — par la collecte régulière de données sur les perceptions et perspectives des commerçants, des consultations régionales avec le secteur privé et des mécanismes tels que des plateformes numériques ou des groupes de travail public-privé dédiés — pourrait fournir une base plus solide pour les réformes à venir.

Encadré 3.

Principaux messages issus des dialogues public-privé sur le renforcement du commerce alimentaire intrarégional

Les dialogues ont mis en évidence quatre priorités majeures pour lever les obstacles au commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest :

- **Facilitation des échanges :** harmonisation des documents, formation des agents frontaliers, renforcement des sanctions contre la corruption, réduction du nombre de points de contrôle, allongement des horaires d'ouverture des postes frontaliers et simplification des procédures pour les petits commerçants.
- **Accès au financement :** renforcement des capacités des micro, petites et moyennes entreprises (MPME), élaboration de produits financiers adaptés aux besoins du secteur agroalimentaire et création d'un fonds régional de garantie de crédit.
- **Infrastructures :** investissement non seulement dans les routes, mais aussi dans les chemins de fer, les voies navigables, les liaisons aériennes et les infrastructures productives telles que l'énergie, les entrepôts et les zones économiques spéciales, parallèlement à des mesures pour renforcer la sécurité et attirer les prestataires de transport.
- **Accès à l'information sur les marchés :** mise en place, aux niveaux national et régional, d'une plateforme numérique centralisée de la CEDEAO sur les opportunités des marchés alimentaires régionaux, offrant une meilleure visibilité et des outils adaptés aux différents acteurs.

Tirer parti des initiatives continentales pour favoriser un environnement commercial alimentaire propice aux entreprises

Le commerce alimentaire intrarégional représente déjà un secteur de grande ampleur et dynamique en Afrique de l'Ouest. De nombreux grands commerçants y réalisent, chaque mois, des transactions d'une valeur de plusieurs dizaines de milliers de dollars, mettant à profit leur environnement commercial malgré des difficultés persistantes. Cette résilience illustre le potentiel considérable du secteur pour stimuler la croissance économique, renforcer la sécurité alimentaire et nutritionnelle, et approfondir l'intégration régionale — à condition d'améliorer l'environnement du commerce.

Dans ce contexte, les dialogues avec les commerçants de produits alimentaires ont mis en évidence le potentiel des initiatives continentales telles que la ZLECAf et la Déclaration de Kampala du Programme détaillé de développement de l'agriculture africaine sur les systèmes agroalimentaires, qui vise à tripler le commerce alimentaire intrarégional d'ici 2035. Toutefois, les commerçants considèrent généralement que ces opportunités demeurent sous-exploitées. Bien que la ZLECAf offre des perspectives d'élargissement des marchés, d'harmonisation réglementaire et de réduction des coûts, la plupart des commerçants déclarent n'en percevoir que peu d'effets concrets à ce jour.

Pour libérer ce potentiel, les gouvernements et les organisations régionales devraient utiliser ces cadres continentaux comme leviers de réformes concrètes en faveur du commerce. Les priorités clés incluent la simplification des procédures frontalières, l'amélioration de la qualité des services publics aux exportateurs et l'élargissement de l'accès au financement pour les PME agroalimentaires régionales. Il est tout aussi crucial de renforcer la compréhension, par les commerçants, des dispositions de la ZLECAf — notamment les règles d'origine et les préférences tarifaires — afin qu'ils puissent pleinement bénéficier de l'intégration régionale.

● NOTES

1. L'AOCTAH est une association régionale créée en 2019 à Lomé avec l'appui technique de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) et du CILSS. Elle vise à promouvoir le commerce intrarégional des produits agroalimentaires en Afrique de l'Ouest et au Sahel en facilitant des cadres de dialogue et de gouvernance entre acteurs privés et publics.
2. L'écart de participation entre les sexes mesure la différence entre la part des répondants féminins et celle des répondants masculins pour un groupe de produits donné.
3. C'est à dire 13 points de pourcentage au-dessus de la moyenne régionale.
4. Il est important de noter que les commerçants d'huiles représentent une part minime de l'échantillon, avec 36 commerçants (1 %).
5. La conception du questionnaire ne plaçait pas consécutivement les questions sur la performance récente de l'entreprise et les perspectives futures. Cela réduit les effets de l'ordre des réponses, où les réponses à une question peuvent directement influencer les réponses à la suivante.
6. Il convient de noter que les commerçants d'huiles représentent un très petit sous-ensemble de l'échantillon, avec 36 traders (1 %).
7. Il convient de noter que les commerçants de volaille et d'œufs représentent un très petit sous-ensemble de l'échantillon, avec 43 commerçants (1 %).
8. Cet optimisme dépasse le cadre des commerçants qui vend déjà ces produits. Par exemple, seulement 12 % des répondants ayant identifié les céréales comme un secteur prometteur en font le commerce, et seuls 3 % de ceux qui considèrent la volaille comme un produit à forte croissance sont des commerçants de volaille. Cela suggère que les commerçants regardent au-delà de leur portefeuille actuel et reconnaissent des tendances de marché plus larges ainsi que de nouvelles opportunités émergentes dans l'économie alimentaire régionale.

RÉFÉRENCES

Allen, T. (2017), « Le coût des prix alimentaires élevés en Afrique de l'Ouest », *Notes ouest-africaines*, n° 8, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/48e99091-fr>.

Banque mondiale (2025), *Indicateurs du développement mondial (IDM)*, <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/NY.GDP.PCAP.CD>.

Kunaka, C. et al. (2025), *Connectivité des transports pour la sécurité alimentaire en Afrique : renforcer les chaînes d'approvisionnement*, Washington, DC : Banque mondiale, <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2231-5>.

OCDE et al. (2024), *Examen des politiques de transformation économique du Togo : Pour une prospérité partagée, Les voies de développement*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/2c837a76-fr>.

OCDE/CSAO (2025), *Le commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest : Nouvelles données, nouvelles perspectives*, Cahiers de l'Afrique de l'Ouest, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/28f931d7-fr>.

OCDE/CSAO (2019), *Femmes et réseaux marchands en Afrique de l'Ouest*, Cahiers de l'Afrique de l'Ouest, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/2466d2f7-fr>.

OCDE/CSAO (2025), *Africapolis (base de données)*, <https://africapolis.org/en>.

OCDE/CSAO (à venir), *Atlas des transformations urbaines et rurales en Afrique*, Éditions OCDE, Paris.

NOTES OUEST AFRICAINES

L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCE ALIMENTAIRE EN AFRIQUE DE L'OUEST : PERCEPTIONS DU SECTEUR PRIVÉ SUR LES CONTRAINTES, OPPORTUNITÉS ET PERSPECTIVES

Ce document présente des données sur les perceptions du secteur privé à l'égard du commerce alimentaire intrarégional en Afrique de l'Ouest, issues d'une enquête auprès de plus de 3 200 commerçants opérant sur 32 marchés dans huit pays. Les données permettent une analyse selon la taille des entreprises, le genre, le pays et la spécialisation des produits. Les résultats révèlent un secteur économiquement significatif, étendu et guidé par le marché, mais informel. Plus de 80 % des commerçants ne sont pas enregistrés, mais le commerçant médian affiche un chiffre d'affaires mensuel moyen d'environ 13 289 USD et emploie cinq personnes. Les incitations proviennent de la taille de la demande régionale et des écarts de prix entre pays ; 56 % commercent avec des pays non voisins. Au total, 62 % des commerçants sont optimistes pour les cinq prochaines années, avec des variations selon les pays et les produits. Les principales contraintes dépassent les procédures frontalières et incluent l'accès limité au financement, l'insécurité et l'insuffisance des infrastructures. Le rapport met en évidence une dynamique forte mais sous-exploitée et souligne la nécessité de politiques mieux adaptées.