



La grande distribution en Afrique de l'Ouest : aubaine ou menace pour les PME?

Par **Gaëlle Laleix**

Diffusion : mardi 18 avril 2017

FARM, la Fondation pour l'agriculture et la ruralité dans le monde, publie ce mois-ci une enquête sur l'impact de la grande distribution agro-alimentaire en Côte d'Ivoire. En décembre 2015, l'enseigne française Carrefour a ouvert son premier supermarché en Afrique sub-saharienne, à Abidjan. Cela fait plusieurs années que l'Afrique de l'Ouest attire les grands groupes comme Auchan, Leader Price, Casino ou encore Super U. La grande distribution offre des opportunités aux producteurs locaux, mais à certaines conditions.

En Côte d'Ivoire, Carrefour, a décidé de privilégier l'approvisionnement local. Une aubaine pour les producteurs à condition que leur entreprise ait déjà une certaine taille et surtout une capacité d'investissement, comme cet éleveur que Marie José Neveu-Tafforeau a rencontré lors de son enquête pour FARM : *« Gédéon Logon a été pendant plus de 20 ans petit éleveur, avec une vingtaine de vaches. Et puis il a vu dans l'arrivée de Carrefour une opportunité. Il a investi dans un abattoir, dans un véhicule réfrigéré, dans une ligne moderne d'abattage de volaille. Il a d'abord engagé des fonds propres, puis a obtenu un prêt de banques locales avec un petit appui de Carrefour-CFAO pour avoir une garantie. Aujourd'hui il emploie une vingtaine de personnes donc il s'est lancé dans un cycle très vertueux. Mais effectivement, il a fallu qu'il ose s'endetter. D'autre part, il m'a aussi confié qu'il court en permanence après son fonds de roulement, ce qui est quand même son principal problème de trésorerie. »*

Transport et logistique

Autre difficulté à surmonter, le coût de la logistique et des transports. Halatou Dem est la directrice de Danaya céréales, à Bamako au Mali. Elle exporte ses farines dans toute la sous-région en utilisant des intermédiaires coûteux. L'année dernière, Halatou a contacté Carrefour pour proposer ses produits... en vain.

« Transporter un sac de 50 kg en Côte d'Ivoire coûte jusqu'à 10 000 francs CFA par sac (plus de 15 euros), donc c'est compliqué pour nos petites entreprises d'être concurrentielles à ce niveau. D'autre part, dans la sous-région, c'est très difficile d'avoir l'agrément UEMOA ou Cédéao pour envoyer un produit du Mali en Côte d'Ivoire. Il faut payer beaucoup de taxes. Puis il y a la question de l'emballage. Qui dit grande distribution dit emballage de qualité, visuel très développé, or pour l'instant au Mali, il n'y a pas beaucoup d'entreprises qui ont la capacité de s'approvisionner en emballages carton par exemple. »

Double tranchant

Aziz Dabo est consultant pour des petites et moyennes entreprises en Afrique de l'Ouest. Pour lui,

l'arrivée de la grande distribution est à double tranchant : « Pour certaines entreprises c'est une opportunité puisque ce sont des contrats sur plusieurs années donc un marché garanti, ce qui leur permet de se concentrer sur l'amélioration de la qualité de leurs produits. Mais pour les entreprises beaucoup plus petites, c'est encore très compliqué. Elles produisent pour des marchés de quartier, des marchés centraux et très clairement la grande distribution va leur faire perdre des parts de marché. Sauf si les prix sont alignés sur ceux des marchés locaux, et encore... Un supermarché à Abidjan ou à Luanda, c'est quelque chose de nouveau, c'est attirant, les gens ont envie de changer. A prix égal, ils iront probablement au supermarché. »

D'après le cabinet Performances management consulting, le marché traditionnel informel assure toujours 90% de la distribution en Afrique de l'Ouest.