



Association Citoyenne de Défense des Intérêts Collectifs

Citizens Association for the Defence of Collective Interests

Mission d'observation de CARREFOUR Abidjan/Côte d'Ivoire

Du 20 -22 avril 2017

Compte rendu



ACDIC/AVRIL 2017

SOMMAIRE

• Justification de la mission	P. 2
• Objectif de la mission	P. 2
• Orientation du rapport de mission	P. 3
• Déroulement de la mission	P. 3
• visite en photos de quelques supermarchés d'Abidjan	P. 4
• Supermarché CARREFOUR	P. 6
• Quelques réflexions	P. 14

Justification de la mission

Ces derniers temps, à coup d'articles élogieux, les médias surtout officiels, annoncent l'arrivée imminente du supermarché CARREFOUR au Cameroun.

- On l'applaudi et lui déroule le tapis rouge.
- On lui donne des facilités inimaginables (Un terrain de 3,5 ha au cœur de la capitale - après déguerpissement des populations ; Des exonérations de taxes sur tous les produits importés ; Des facilités incroyables de transfert de fonds...etc.).
- On vante les avantages que revêt cette présence de carrefour au Cameroun : Les emplois, la réduction du coût de la vie, la qualité et diversité des produits alimentaires, l'embellissement de la ville par son édifice...etc.

Toute chose curieuse et discutable que l'ACDIC a voulu comprendre à travers deux activités :

- Une étude minutieuse et comparative des supermarchés de Douala et Yaoundé en rapport avec les produits locaux;
- Un déplacement sur Abidjan afin de visiter le supermarché CARREFOUR qui y fonctionne depuis 2015.

C'est à cet effet que cette mission a été effectuée sur Abidjan du 20 au 22 avril 2017.

Objectif de la mission

Les objectifs assignés à cette mission étaient les suivants :

- Relever des éléments de contexte liés à l'implantation et fonctionnement de Carrefour en Côte d'Ivoire ;
- S'immerger dans l'hypermarché et son environnement commerciale ;
- Essayer de comprendre non seulement les atouts qu'on prête à la présence de ces supermarchés dans l'environnement socioéconomique africain, mais aussi comprendre ses pratiques commerciales.
- Tirer enseignements pour les actions envisageables au Cameroun.

Orientation du rapport de mission

Etant donné qu'au cours de cette visite il a été extrêmement difficile, voire impossible de rencontrer et discuter avec un responsable des supermarchés, nous avons opté dans ce rapport de donner la primauté aux images afin que chacun se fasse une idée de la problématique.

Ce rapport comportera :

- Le déroulement de la mission
- La visite en photos de quelques supermarchés d'Abidjan ;
- La présentation du supermarché Carrefour et l'immersion illustrée en son sein;
- La visite en photos des périmètres maraichers d'Abidjan ;
- Quelques observations en guise de conclusion

Déroulement de la mission

Notre séjour à Abidjan a été meublé de la manière suivante :

JEUDI 20 Avril

- 12H30 : Arrivée à l'aéroport d'Abidjan ;
- 12H30 - 16 H : Visites et prises de vues dans quelques supermarchés d'Abidjan
- 16H à 18H : Immersion et prises de vues au sein du supermarché Carrefour,

VENDREDI 21 AVRIL

- 9H - 14H : Suite immersion et prises de vues au sein du supermarché Carrefour.
- 15H - 16H : Visite et prises de vues du marché d'Abobo

SAMEDI 22 AVRIL

- 7H30 – 13H : Visite et prises de vues des périmètres maraichers de la ville d'Abidjan
- 17H30 : Retour sur Yaoundé.



Visite en photos de quelques supermarchés d'Abidjan

Hypermarché Casino et Prima



Produits importés



Produits locaux



Hypermarché Cap SUD



Produits importés



Produits locaux



Supermarché CARREFOUR ABIDJAN



Le centre commercial PlaYce Marcory est bâti sur une superficie totale de 20 000 mètres carrés (2 ha)

Il dispose de trois espaces :

(i) Espace hypermarché Carrefour, d'une surface de vente de 3 200 mètres carrés ;

(ii) Espace galerie marchande de 55 boutiques ;

(iii) Espace restauration (Food court) qui offre plus de 400 places assises. Qui propose quatre enseignes, parmi lesquelles Burger King qui ouvre à cette occasion son premier restaurant en Afrique de l'Ouest.



Inauguration de CARREFOUR

par le Président Ivoirien Alassane Ouattara le 18 décembre 2015



PlaYce Marcory est le premier d'une série de plusieurs dizaines de centres qui seront ouverts dans huit pays d'Afrique (Cameroun, Côte d'Ivoire, Gabon, Ghana, République du Congo, Nigéria, Répu-

blique démocratique du Congo, Sénégal) et opérés par CFAO.

En Côte d'Ivoire, six à huit centres commerciaux PlaYce sont prévus d'ici à 2025.

Ils ont dit

- ▶ Le président ivoirien Alassane Ouattara était bel et bien vendredi à Abidjan au lancement d'un centre Carrefour/PlaYce, symbole, de l'émergence économique du pays et de l'augmentation du pouvoir d'achat des classes moyennes. **Selon les autorités.**
 - ▶ L'Afrique entre de plain-pied dans la société de consommation qui était jusqu'ici réservée à une élite africaine qui voyageait», s'est félicité **le ministre du Commerce ivoirien Jean-Louis Billon.**
 - ▶ Seule la concurrence peut créer et préserver l'intérêt du consommateur et faire baisser les prix. D'autres projets de supermar-
- chés d'autres groupes sont dans les cartons. souligne **le ministre du Commerce ivoirien**
- ▶ Le développement de la grande distribution constitue un des facteurs déterminants pour le développement de l'emploi et la structuration des filières agro-alimentaires d'une économie émergente. souligne **Richard Bielle, le PDG de CFAO**
 - ▶ Il y a des moments où les choses se passent; on croit que c'est maintenant! Dans certains pays comme la Côte d'Ivoire, portés par des taux de croissance de 8-10%, les modes de consommation vont changer, une classe moyenne se développe». souligne **Richard Bielle, le pdg de CFAO**



- ▶ Au rayon boulangerie-pâtisserie par exemple, le supermarché va notamment proposer des produits à la crème au beurre, «très appréciés en Côte d'Ivoire. On fera du pain français évidemment mais l'idée c'est surtout que les gens trouvent ce qu'ils cherchent». **Selon le chef boulanger Yannick Cucca.**
- ▶ Je n'y connaissais rien, J'ai appris avec les formations et j'espère donner envie aux Ivoiriens de manger du fromage. **Selon Anne Laetitia Dion, 26 ans en service à la fromagerie**

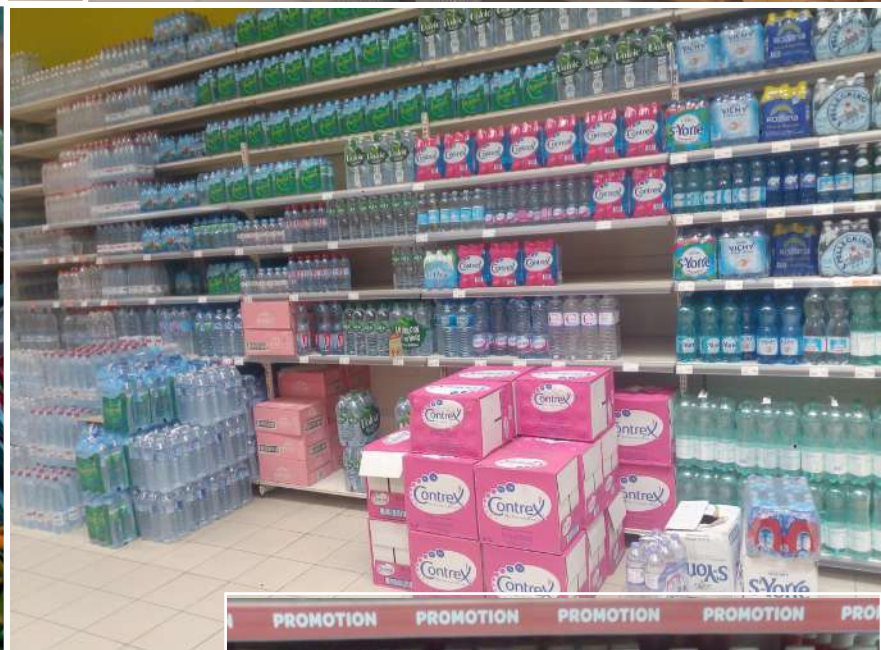
Paroles d'un observateur à l'issue de l'inauguration

- ▶ «La modernité dont parle le représentant de carrefour, prend-elle forcément le visage des galeries aseptisées? Les marchés traditionnels ne sont pas idéaux mais ils sont conviviaux. Et surtout ils rééquilibrent le rapport de force entre petits producteurs et grandes enseignes, l'échelle et le nombre d'intermédiaires étant réduits. Cette modernité d'hypermarché, désuète en Europe où elle a montré ses limites, contribue-elle toujours au lien social dans les communautés où elle s'est implantée?» **FABRICE DIKOUME KEDE**

Carrefour: Diversité produits et d'espaces



Carrefour: Produits importés



Carrefour: Produits locaux



Carrefour: Espace restauration



BURGER KING



Carrefour: Emplois en question

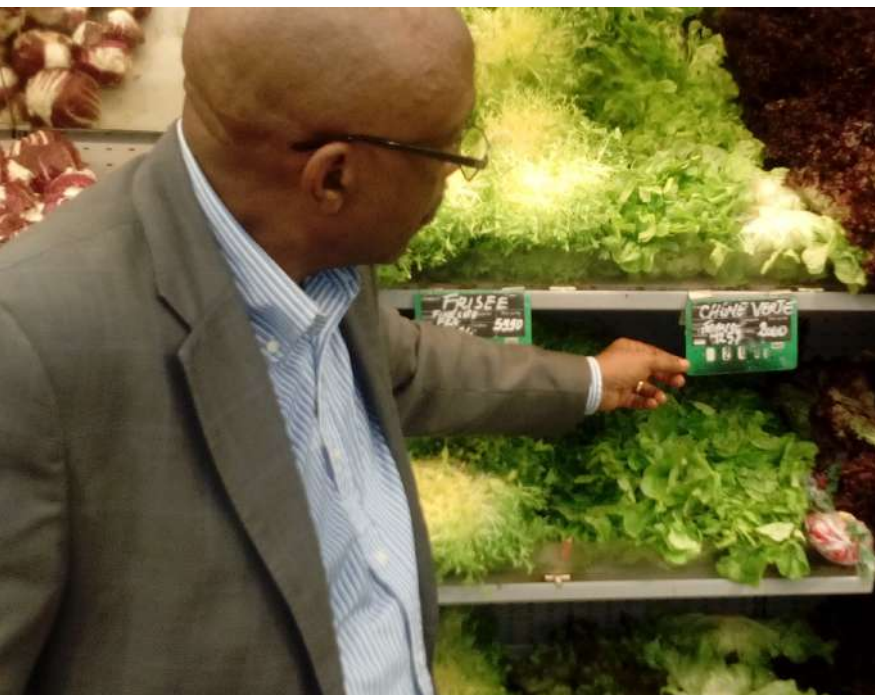


Quelques reflexions

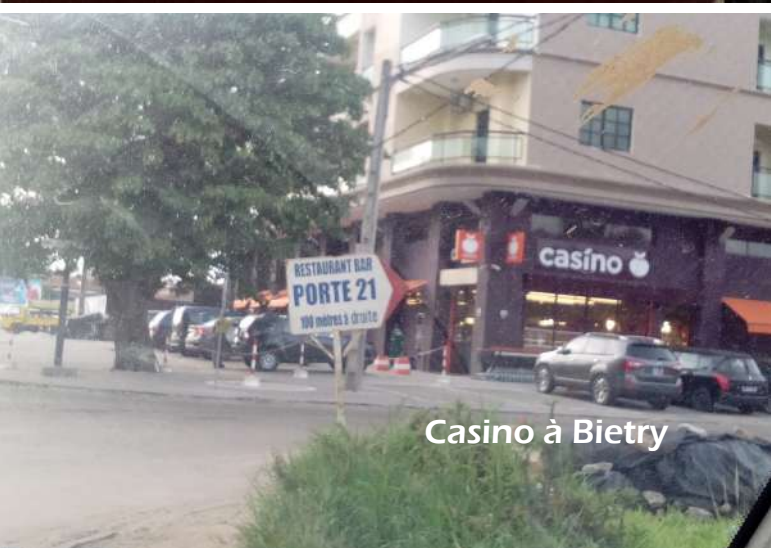
Maraîchage Périurbain, un potentiel de production énorme



Pourtant,
on importe...



Décentralisation d'Hyper Casino dans les quartiers Ouverts 7 jours/7, 24h/24



Casino décentralise dans les quartiers, comme ici à Bietry, faisant disparaître les boutiques du quartier. Les produits y sont vendus en kilogramme. Et il est ouvert 7 jours sur 7, 24 h/24. C'est tout dire.

A MEDITER

Quelques extraits de l'Interview de Xavier Desjobert, Directeur Général de CFAO Retail /CARREFOUR

- ❑ « Nous sommes là pour proposer aux Abidjanais de la classe moyenne émergente [10 à 20% de la population d'Abidjan] de rentrer dans la logique du commerce moderne »
- ❑ « Notre objectif : près d'une centaine de sites d'ici à dix ans »
- ❑ « Notre stratégie n'est pas uniquement de développer l'enseigne Carrefour mais aussi de créer des centres commerciaux, baptisés PlaYce. »
- ❑ « Carrefour à Abidjan, c'est le Symbole de l'augmentation du pouvoir d'achat des classes moyennes »
- ❑ « Les enseignes du Club de Marques seront systématiquement associées à nos centres commerciaux africains : Cache Cache, Jules, La Halle, Morgan, Beauty Success, Brioche Dorée, Jeff de Bruges, etc. Nous apportons vraiment quelque chose de différent et de moderne en Afrique ».
- ❑ « Nous avons fait ce constat : les fondamentaux de l'Afrique sont bons et les métiers des biens de consommation vont exploser dans les années à venir. C'est ce qui m'a décidé à proposer à Carrefour un partenariat pour développer son enseigne en Afrique de l'ouest et centrale »
- ❑ « Pour nos prochaines ouvertures, il y aura aussi des Market en stand alone ou dans des centres commerciaux ne nous appartenant pas. Nous pouvons aussi développer du cash & carry et des enseignes de proximité. »
- ❑ « Nous privilégions la bande côtière d'Afrique de l'ouest et les pays d'Afrique centrale où l'écart est important entre la demande des Africains et l'offre existante en grandes surfaces modernes. »
- ❑ « Nous voulons surtout prendre des parts de marché aux circuits traditionnels. »
- ❑ « Mon enjeu est d'attirer les classes moyennes vers nos centres commerciaux, en leur apportant l'assurance de la sécurité sanitaire des produits, la régularité d'approvisionnement et des prix compétitifs voire moins chers que sur les marchés traditionnels. »



Source: LINEAIRES du 2 Février 2016

Photo : Patrick Sagnes

LA CLASSE MOYENNE PIÉGÉE

Une nécessité de prise de conscience et de patriotisme s'imposent aux jeunes cadres africains qui rêvent faire les courses dans un supermarché. Et chacun d'eux y va de ses motivations :

- On est grand, on a de la valeur, on n'est pas pauvre
- C'est moderne et on est snob
- On est comme les européens et les américains
- C'est moins cher
- C'est pratique, On fait les courses rapidement
- Il n'y a pas de mendiants, pas de voleurs
- On ne perd pas de temps à marchander
- Le magasin est climatisé
- De toute manière c'est l'avenir donc en achetant là nous sommes l'avenir.



Carrefour et autres supermarchés

Danger Pêle-mêle! Attention!

- Envahissement des marchés domestiques, dynamiseurs des productions locales ;
- Modification des habitudes alimentaires & habitudes de consommation ;
- Accentuation de la dépendance alimentaire
- Disparition des mets traditionnels
- Perte des richesses culinaires et des ressources naturelles
- Incertitude dans la qualité des produits importés
- Détournement des moyens qui auraient permis de booster les productions locales
- Prise en otage des classes moyennes détentrices de pouvoir d'achat donc impossibilité de booster l'économie par l'augmentation du pouvoir d'achat
- Appauvrissement accrue des ruraux qui déjà comptent la majorité des pauvres;
- Exposition des populations aux méfaits connus de l'industrialisation et l'outrance de la grande consommation ;
- Retombées voire avantages en trompe l'œil. Ex: 500 emplois créés, dit-on, (et quels emplois) qui provoquent 10 000 emplois dans la production et les petits métiers urbains.
- Affaiblissement voire rupture du lien producteurs/consommateurs ; citadins / ruraux
- Dumping des produits importés sur les marchés
- Création du chômage par la destruction des petits métiers urbains.
- Evolution perverse des mentalités et habitude de consommation des classes moyennes
- **NOUVELLE COLONISATION QUI CETTE FOIS PASSE PAR NOS BOUCHES**

