

SIGES

CÔTE D'IVOIRE

Note sectorielle : Commerce général en Côte d'Ivoire



Document : **Note d'analyse sectorielle**

Secteur : **Commerce**

Activité : **Commerce général**

Bénéficiaire : **Investisseurs, porteurs de projets**

Réalisé par :

SIGES CI

Tel : 27 22 21 99 81

Email : info@siges-ci.com / www.siges-ci.com

Abidjan – Cocody, 2 plateaux



SOMMAIRE

SOMMAIRE	3
INTRODUCTION.....	4
LES DIFFERENTES FORMES DE COMMERCE	5
I. COMMERCE INTERIEUR	5
a) Le système traditionnel des marchés	5
b) Le système moderne de la grande distribution.....	6
II. COMMERCE EXTERIEUR.....	7
III. E-COMMERCE	8
IV. DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES.....	9
V. AUTRES COMMERCEES REGLEMENTES.....	11
a) Pharmacie.....	11
b) Commerce des métaux précieux.....	11
DEFIS ET PERSPECTIVES.....	13
CONCLUSION	14

INTRODUCTION

La Côte d'Ivoire est l'une des économies les plus dynamiques de la région. Le pays bénéficie d'une position géographique stratégique et d'une diversité de ressources naturelles, notamment le cacao, le café, le pétrole et les produits agricoles. Son économie se caractérise par un secteur primaire fort dominé par l'agriculture qui contribue majoritairement à ses exportations.

Le commerce également joue un rôle crucial dans l'économie ivoirienne représentant ainsi une large part du PIB (15,5% en 2022) constituant une entrée significative de devises pour le pays. Il est à la fois intérieur et extérieur ce qui fait de lui un moteur clé de la croissance économique stimulant ainsi l'emploi, la production industrielle et l'intégration régionale.

Cette note vise à explorer les différentes dimensions du commerce en Côte d'Ivoire en analysant sa structure actuelle, le rôle des acteurs publics et privés dans son évolution ainsi que les enjeux et défis auxquels il fait face. Elle propose également des perspectives d'avenir pour renforcer la compétitivité du secteur commercial ivoirien.



LES DIFFERENTES FORMES DE COMMERCE

I. COMMERCE INTERIEUR

Le terme commerce intérieur désigne tout échange de biens et services à l'intérieur d'un pays. On enregistre sur la période 2015-2022, une hausse de la pratique du commerce de près de 8,5% et une contribution à hauteur de 15,5% en 2022 à la croissance du PIB

a) Le système traditionnel des marchés

Il est de loin le plus ancien, essentiellement informel et s'étend sur toute l'étendue du territoire national. Les ivoiriens dans leur majorité pour répondre à leurs besoins journaliers, immédiats, s'approvisionnent auprès des commerces de proximités, dans les marchés de plein air, chez les vendeurs ambulants, ainsi que dans les boutiques « de mauritanien » que l'on retrouve presque dans tous les quartiers. En 2022, il a été recensé un total de 58 grands marchés, 343 marchés de détails temporaires, 328 marchés de détails permanents et plus de 16 000 boutiques de proximité dans le pays.



De manière générale, ce type de commerce se pratique dans l'informel et échappe le plus souvent à la réglementation. Cependant, il est soumis à des taxes communales au titre de la fiscalité.

b) Le système moderne de la grande distribution

La dynamique de la croissance économique observée au cours de ces dernières années ainsi que l'émergence d'une classe moyenne, favorisent une exigence plus poussée des besoins de consommation.

Dans l'optique d'encourager le développement des grands centres commerciaux pour satisfaire les besoins de consommation de la classe moyenne, le Gouvernement a apporté une réforme à l'ordonnance N°2015-714 du 04 novembre 2015 portant extension du bénéfice des avantages incitatifs du code des investissements à la création ou au développement de grands centres commerciaux selon certaines conditions. A ce jour, les principales enseignes sont :

- La Société de Distribution de Toute Marchandise « PROSUMA » qui compte plusieurs franchises telles que Casino, Bon prix, Hyper Hayat, Fnac ;
- CDCI avec sa franchises Leader Price, King Cash et ses magasins de gros et demi gros ;
- CFAO Distribution/ Carrefour, Cosmos, Playce ;
- Le Groupe Carré d'Or ;

La distinction entre ces différentes formes de ventes proposées (gros, demi-gros, détail) s'apprécie au niveau de la quantité de produits vendus, de la tarification, de la clientèle cible, de la marge bénéficiaire, du marketing ainsi que du modèle de distribution.

Ci-après le tableau récapitulatif de cette distinction :

	Gros	Demi-gros	Détail
Quantité de produits vendus	Très grandes quantités (souvent en lot)	Intermédiaire	Produits vendus en petite quantité, par unité
Tarification	Prix totalement inférieur aux prix du détail. Plus la quantité achetée est grande plus le prix à l'unité est bas.		Prix de l'unité plus élevé en raison des coûts additionnels (marketing, publicité, service client, local,...)
Clientèle cible	Demi-grossiste, détaillant, entreprises (dont le produit intervient dans la fabrication) qui achète dans le but de revendre.		Consommateur final pour usage personnel.

Marge bénéficiaire	Mince car pour réaliser un profit important les grossistes doivent vendre de très grande quantités.	Marge bénéficiaire beaucoup plus importante du fait de la facturation plus élevé.
Marketing	Effort marketing se résumant à la fidélisation de la clientèle.	Pas besoin, le distributeur s'en charge.
Modèle de distribution	Options généralement limitées, la vente se fait dans des entrepôts, des centres de distribution et sur les plateformes en lignes dédiées à cet effet.	Produits vendus dans des magasins physiques, sur les plateformes de commerce électronique, ...

II. COMMERCE EXTERIEUR

Contrairement au commerce intérieur, le commerce extérieur désigne l'importation ou l'exportation de biens et de services entre plusieurs pays. Ce qui permet de tirer par la suite les profits de leurs avantages comparatifs respectifs. En Côte d'Ivoire, la valeur des exportations est en hausse passant de 7,451 milliards FCFA en 2019 à près de 11,131 milliards FCFA en 2023. Les exportations sont dominées par les produits primaires issus de l'agriculture, de la pêche et de l'élevage suivis des produits transformés et des produits miniers.

Quant aux importations, elles ont également subi une croissance significative de 85,9% en allant de 6,143 milliards de FCFA à 11,421 milliards de FCFA sur la même période. Toutefois, en 2023 elles subissent une légère baisse d'environ 0,8% imputable à l'augmentation des achats en valeur des biens d'équipements plus précisément des machines domestiques (électroménagers & autres accessoires) et du matériel de transport routier.



III. E-COMMERCE

Le e-commerce appelé aussi commerce électronique ou encore commerce en ligne est l'ensemble des transactions commerciales (achats et ventes) opérées à partir d'internet. Des personnes morales et physiques effectuent des achats et vendent des articles sur certaines plateformes sans toutefois se rendre physiquement dans des enseignes dédiés.

En Côte d'Ivoire, le e-commerce a connu un développement exceptionnel et enregistre une croissance annuelle de plus de 30% en 2023 avec près de 2 millions de personnes au sein de la population ivoirienne utilisant les services d'achats en ligne alors qu'en 2019, ce service était encore peu répandu avec moins de 3% de cette population soit 654 546 personnes. Le E-commerce contribuerait à environ de 9% au PIB du pays selon l'Autorité de Régulation des Télécommunication TIC/ (ARTCI). Cette montée en puissance et surtout en popularité serait due principalement à la prolifération des smartphones car la téléphonie mobile demeure la principale source d'accès à internet pour plus de 40 % de la population. De plus, l'amélioration continue des services d'accès à internet en Côte d'Ivoire et à la confiance dans les achats en ligne favorisent un écosystème idéal de développement du secteur.



TYOLOGIE DES SOCIETES DE E. COMMERCE

- Modèle B2C (business to consumer)

Premier modèle auquel tout le monde pense lorsqu'on parle de e-commerce. C'est le modèle traditionnel dans lequel les entreprises vendent à des particuliers qui sont les consommateurs finaux des produits ou des services.

- **Le modèle B2B (business to business)**

Il se concentre sur la fourniture de biens et services d'une entreprise à une autre. Généralement il concerne les opérations commerciales sur les matières premières et fournitures liées ainsi que les prestations de services.

- **Le modèle C2C (consumer to consumer)**

Dans ce modèle moins vulgarisé, les produits et services s'échangent entre les clients eux-mêmes via des plateformes de petites annonces ou des réseaux sociaux. Il s'agit d'une forme de magasin en ligne où chaque particulier vient déposer un objet à vendre pour qu'un autre particulier intéressé prenne contact pour le lui acheter. Ces objets sont souvent des objets de seconde main dont les utilisateurs ne se servent plus mais qui peuvent servir à d'autres utilisateurs.

Le marché du e-commerce est dominé par 5 grandes catégories de produits :

- Produits alimentaires et des soins personnels qui représentent 40% des achats ;
- Électroniques et médias (smartphone, gadgets électroniques) avec 20% des parts ;
- Articles Mode avec 17% ;
- Meubles et appareils électroménagers pour 15% ;
- Jouets, loisirs et bricolage 8%.

A l'image de nombreuses activités, il existe également un cadre réglementaire en Côte d'Ivoire pour l'exercice de l'activité de commerce (gros, demi-gros et détail).

IV. DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES

L'activité de commerce en Afrique de manière générale et en Côte d'Ivoire particulièrement est caractérisée par une grande part d'informelle qui laisse penser qu'il s'agit d'un secteur non organisé. Alors qu'au-delà des acteurs informels, il s'agit d'une activité organisée et régie par différents textes de loi notamment, l'ordonnance N°2013-662 du 20 septembre 2013, relative à la concurrence, ainsi que la loi N°2013-877 du 23 décembre 2013. Sans vouloir énumérer de manière exhaustive l'ensemble des textes de loi, il convient de retenir que les opérations de commerce sont soumises au contrôle des agents du ministère du commerce notamment sur les aspects liés à l'affichage des prix, à la qualité ou la provenance des produits, à la

mise à disposition de certificats aux normes, à la vérification des dates d'expiration pour les produits alimentaires par exemple, à la vérification de la conformité des outils de pesage etc.

Ainsi, dans le cadre de l'exercice d'une activité commerciale, l'on est soumis aux contrôles inopinés des agents du ministère du commerce. Pour cela, il est recommandé de disposer au moins d'un RCCM (registre de commerce) personne physique (si vous être une entreprise individuelle) ou personne morale. Ces documents sont le plus souvent ceux qui sont sollicités lors des contrôles pour s'assurer de l'existence légale ou non du commerçant. A cela, il faut noter également l'obligation d'affichage des prix pour les différents produits ou articles commercialisés. Il est important de préciser également que les différents textes de loi relatifs au commerce interdisent la commercialisation de produits ou articles de contrefaçon.

En plus de ces dispositions générales applicables aux activités de commerce dans leur globalité, le commerce électronique ou le E-commerce ou encore la vente en ligne est soumis aux dispositions de la loi N°2013-546 du 30 juillet 2013 relative aux transactions électroniques. Cette loi définit le mode et les conditions de fonctionnement du E-commerce à travers un site internet qui met en évidence les informations juridiques, administratives et fiscales du E-commerçant. Cependant, il existe dans ce secteur une grosse part d'informel ou de concurrence déloyale de la part d'acteurs qui ne se conforment pas à la réglementation en vendant à partir des réseaux sociaux. Ce mode de fonctionnement échappe aux dispositions de la loi précitée et empêche l'administration fiscale de collecter des impôts directs. C'est pourquoi ces nouveaux acteurs font subir une concurrence déloyale aux acteurs légaux sur la tarification.

Dans le cadre de leurs activités, les E-commerçants collectent des informations ou des données personnelles de leurs clients. Par conséquent, ils sont soumis également aux dispositions de la loi N°2013-450 du 19 juin 2013 relative à la protection des données à caractère personnel.

Enfin, sur ce point des dispositions réglementaires, il est important de préciser que depuis 2024, il est devenu obligatoire pour tout commerçant (*toute personne physique ou morale, dans le cadre de ses activités permanentes qui échange des biens et services*) d'acquérir la carte de commerçant.

Le rappel de ces différentes dispositions permet de présenter à tous ceux qui envisagent entreprendre dans le secteur du commerce, les mesures à prendre en compte pour ne pas tomber sous le coup de la loi, qui pourrait s'avérer répressive car nul n'ait censé ignorer la loi.

V. AUTRES COMMERCES REGLEMENTES

a) Pharmacie

En Côte d'Ivoire, nul ne peut exercer la profession de pharmacien sans remplir certaines conditions dont les fondamentales sont :

- ✚ Etre titulaire d'un diplôme d'État national de docteur en pharmacie ou d'un diplôme de pharmacien reconnu équivalent par les autorités compétentes ;
- ✚ Etre inscrit à l'ordre national des pharmaciens de Côte d'Ivoire ;
- ✚ Etre de nationalité ivoirienne sans préjudice des traités et dispositions communautaire en vigueur.

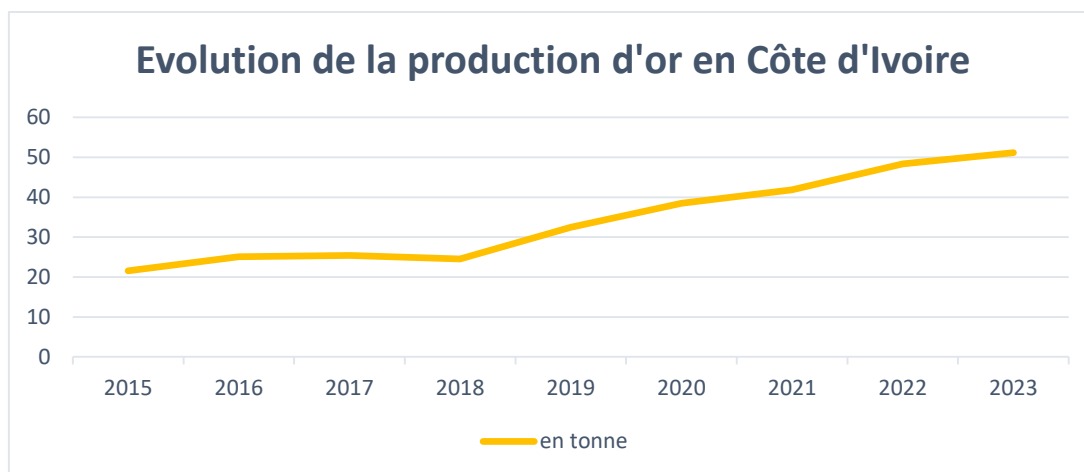
Ce secteur pharmaceutique reste hautement réglementé par le Ministère de la Santé et de l'Hygiène Publique avec pour régulateur l'Autorité Ivoirienne de Régulation Pharmaceutique (AIRP) créée par la loi n°2017-541 du 03 août 2017 qui est un organe indépendant doté de la personnalité juridique avec pour principale mission d'assurer la régulation renforcée du secteur en vue de protéger les consommateurs contre les produits contrefaits. Pour cela, il est doté de prérogatives de décision, de contrôle et de sanction.

b) Commerce des métaux précieux

Le potentiel minier de la Côte d'Ivoire comprend des réserves d'or, de diamant, de manganèse, de nickel, de bauxite, de fer, de phosphate, de lithium, de cuivre, de cobalt, de granite etc. qui s'étendent sur plus de la moitié du territoire ivoirien. Cependant, la ressource la plus exploitée reste l'or.

1. L'or

La Côte d'Ivoire enregistre une belle progression au niveau de sa production qui en 9 ans a plus que doublée passant d'environ 23 tonnes en 2015 à plus de 51 tonnes en 2023 soit une progression de 117%. Les recettes d'exportations chiffrées à 444 milliards de FCFA en 2018 passe en 2022 à 1 191 milliards de FCFA selon les données des douanes ivoiriennes. Cette évolution considérable a propulsé la Côte d'Ivoire au rang de 4^{ème} producteur en Afrique de l'ouest, 9^{ème} producteur sur le continent et 22^{ème} producteur mondiale d'or.

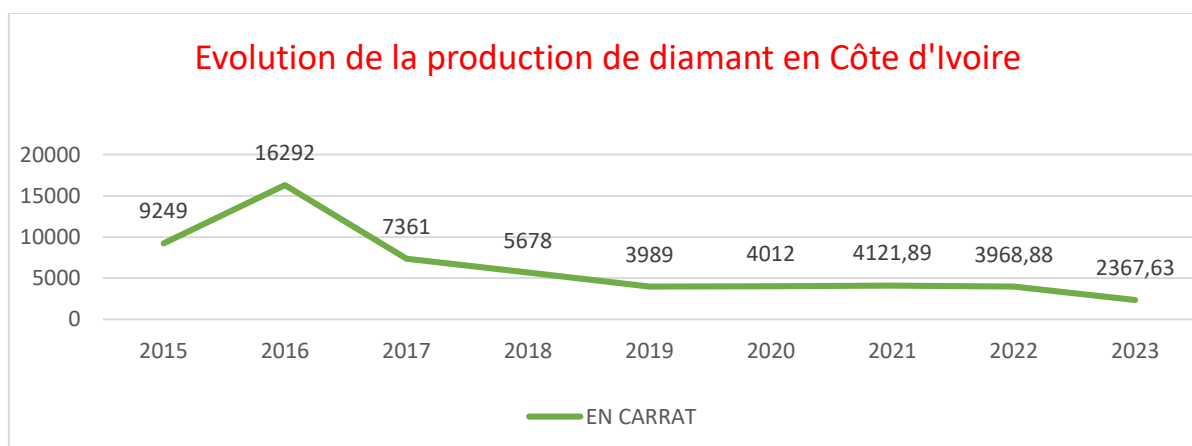


Source : SIGES à partir des données disponibles

L'activité d'achat et vente d'or en dehors des entreprises minières est soumise à l'obtention d'agrément pour exercer en qualité de **bureau d'achat et vente d'or**. Les dispositions réglementaires relatives à cet agrément peuvent être consultées également sur Le GUIDE au niveau de l'activité « Achat et vente d'or ».

2. Diamant

Un (01) an après la levée de l'embargo émis par les Nations-Unies en 2005 portant sur l'interdiction d'exporter le diamant ivoirien, la production n'a cessé de décliner jusqu'à nos jours passant d'une production de 9 249 Carrat en 2015 à 2 367 Carrat en 2023 avec pour la même année des exportations s'élevant à plus de 173 millions. Elle connaîtra néanmoins un pic en 2016 d'une valeur de 16 292 Carrat. Cette production se révèle infime comparée à celle réalisée au niveau africain par le Botswana avec 24,5 millions de Carrat occupant ainsi la première place, suivi par la République Démocratique du Congo et l'Afrique du Sud avec une production respective de 9,9 millions et 9,6 millions de Carrat



Source : SIGES à partir des données disponibles

Il convient de noter que la Côte d’Ivoire est membre du processus de Kimberley, un système international de certification mis en place pour prévenir le commerce des « diamants de conflit ». Ce système impose aux exportateurs de diamant d’obtenir un certificat garantissant que leur diamant ne provient pas de zone de conflit. Sans ce certificat, il est interdit d’exporter des diamants depuis la Côte d’Ivoire.

Au-delà de ces activités présentées dans le cadre de cette note, il convient de retenir qu’il existe également d’autres activités réglementées dans le secteur du commerce. A titre d’exemple, l’on assiste dans nos différents marchés de proximité ou aux abords de certaines routes à la commercialisation des animaux vivants alors qu’il existe une loi qui encadre l’exercice de cette activité. Il s’agit de la loi N°93-312 du 11 mars 1993 fixant des conditions d’exercice des professions touchant au commerce des animaux, des denrées animales et d’origine animale destinées à la consommation humaine.

Il reviendra donc aux potentiels entrepreneurs de s’instruire ou de se rapprocher des acteurs du conseil aux investisseurs et entrepreneurs afin de comprendre le fonctionnement du secteur avant de risquer les capitaux.

DEFIS ET PERSPECTIVES

Le secteur du commerce en Côte d’Ivoire bien que dynamique fait face à plusieurs défis d’ordre économiques et sociales. Ce sont : diversification des exportations : la dépendance à l’égard des matières premières expose la Côte d’Ivoire aux fluctuations des prix sur le marché international. Diversifier les exportations en développant les produits manufacturés et les services est crucial pour assurer une croissance économique soutenue ;

- ✚ Moderniser les infrastructures commerciales : bien que ce volet soit déjà une priorité de l’Etat ivoirien, il nécessite encore des investissements pour répondre aux besoins croissant du commerce national et international. Les défis incluent la modernisation des ports, du réseau routier, du réseau internet, des sites de ventes et l’intégration des nouvelles technologies ;
- ✚ La formalisation des activités informelles en termes de régulation, de fiscalité et de protection des consommateurs. Ce secteur échappe très souvent au contrôle des autorités rendant difficile l’application des normes et la collecte des taxes ;

- ✚ Accès au financement pour de nombreux commerçant en particulier dans le secteur informel ;

CONCLUSION

Le commerce en Côte d'Ivoire est une activité vitale, ancrée à la fois dans les pratiques traditionnelles et dans les nouvelles technologies. Malgré les défis liés à sa réglementation, sa modernisation, à la lutte contre la fraude, les opportunités de redynamisation, d'amélioration du secteur sont nombreuses. Elles passent notamment par l'émergence du commerce électronique, de l'intégration régionale ainsi qu'une meilleure structuration du secteur, soutenue par les politiques publiques adaptées afin de maximiser son potentiel pour le développement économique et social du pays. La présente note sectorielle a atteint l'objectif assigné, en mettant à la disposition du lecteur des informations essentielles pour guider et motiver sa décision d'entreprendre dans le secteur du commerce général en Côte d'Ivoire. Ainsi, il lui reviendra de nous solliciter pour la réalisation d'un business plan ou d'une étude plus extensive pour la mise en œuvre de son projet.

