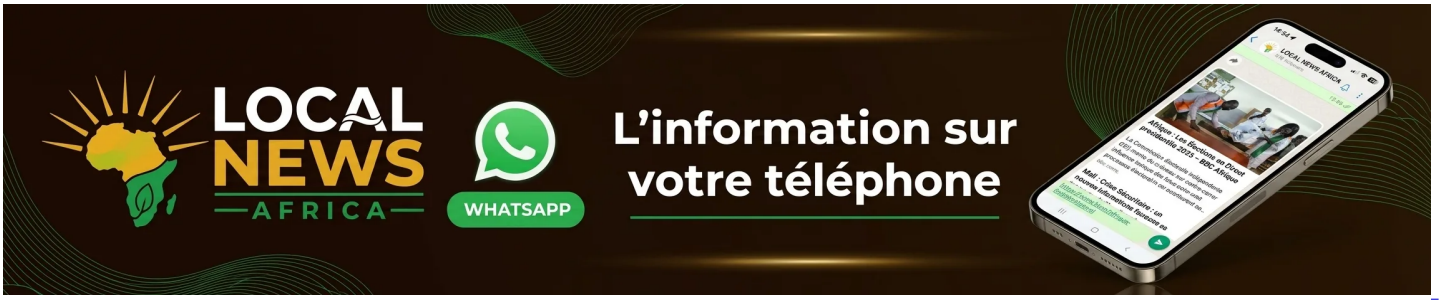


MOIS DU CONSOMMER LOCAL

l'UEMOA veut transformer les habitudes d'achat en moteur d'intégration régionale

Auteur : **Ayenan Eleuthere** | Publié le : **30 sept. 2026 à 21:43**



Ouagadougou accueille, du 1er au 4 octobre 2026, le lancement de la 7e édition du « Mois d'octobre, mois du Consommer local ». Cette année, l'UEMOA place l'initiative au cœur d'un enjeu plus large : renforcer les échanges entre ses huit États membres et consolider leur souveraineté économique face aux mutations du commerce mondial.

Acheter local ne se limite plus à soutenir un producteur de son pays. Dans l'espace de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA), l'ambition est désormais de faire du consommateur un acteur du développement d'un marché régional intégré. La 7e édition du « Mois d'octobre, mois du Consommer local », lancée à partir du 1er octobre 2026 à Ouagadougou, porte ainsi le thème : « Consommer local, facteur d'intégration régionale et de souveraineté économique de l'UEMOA face aux mutations du commerce mondial ».

Instituée en 2019 par les ministres chargés du Commerce des États membres, l'initiative vise à promouvoir la production, la transformation, la commercialisation et la consommation des biens et services issus de l'espace communautaire. En 2026, le discours prend une dimension davantage régionale. L'objectif est notamment de permettre aux entreprises de trouver des débouchés au-delà de leur marché national et de renforcer les chaînes de valeur au sein de l'Union.

Un marché régional encore sous-exploité

L'un des constats avancés par la Commission de l'UEMOA illustre l'ampleur du défi. Entre 2022 et 2024, les échanges de marchandises entre les huit États membres ont représenté en moyenne 13,1 % du commerce de marchandises de l'Union.

Pour l'UEMOA, ce niveau traduit à la fois les limites actuelles du marché communautaire et son potentiel. Une entreprise béninoise, burkinabè, ivoirienne, malienne, nigérienne, sénégalaise, togolaise ou bissau-guinéenne ne devrait pas considérer uniquement son marché national comme débouché. Le marché communautaire constitue également un espace de développement.

Dans cette logique, « consommer local » peut donc prendre une signification régionale : consommer un produit fabriqué ou transformé dans l'un des huit États membres, c'est aussi contribuer au fonctionnement du marché communautaire.

Produire davantage, mais surtout mieux

La promotion de la production locale ne suffit toutefois pas. Pour conquérir durablement les consommateurs, les entreprises doivent pouvoir proposer des produits disponibles, compétitifs et conformes aux normes.

Qualité, certification, emballage, prix, distribution et commerce électronique figurent ainsi parmi les questions mises en avant par la Commission. Le défi est double : encourager les consommateurs à privilégier les produits de l'espace UEMOA tout en

permettant aux producteurs et transformateurs d'améliorer leur offre.

Cette question est particulièrement importante pour les matières premières agricoles. Le développement de chaînes de valeur régionales suppose de dépasser progressivement le modèle consistant à exporter principalement des matières premières pour importer des produits finis.

Le coton, le riz ou encore les engrais-phosphates figurent parmi les filières stratégiques citées dans le cadre du Plan stratégique Impact 2030 de l'UEMOA.

La circulation des produits reste un autre défi

La réussite du marché régional dépend également de la capacité des marchandises à circuler effectivement entre les États.

L'UEMOA dispose de règles communautaires destinées à faciliter la libre circulation des produits originaires de ses États membres. Dans la pratique, des obstacles non tarifaires peuvent cependant encore compliquer les échanges.

La Commission dispose notamment d'une plateforme d'alerte destinée à signaler les entraves à la libre circulation. L'enjeu est donc de faire correspondre les ambitions du marché commun avec les réalités rencontrées par les entreprises et les transporteurs sur les corridors régionaux.

Autrement dit, il ne suffit pas de produire localement et de trouver un acheteur dans un pays voisin : encore faut-il que le produit puisse atteindre ce marché dans des conditions compétitives.

Ouagadougou, vitrine des produits de l'Union

Pour cette 7e édition, le volet régional se déroulera du 1er au 4 octobre à Ouagadougou, au siège de la Commission de l'UEMOA.

Le programme prévoit, le 1er octobre, la cérémonie officielle de lancement. Le lendemain, une conférence publique doit notamment aborder les chaînes de valeur, la qualité, la normalisation, le numérique, le commerce électronique et le marché commun.

Deux panels sont annoncés autour de la souveraineté économique et de la stratégie régionale de consommation locale.

Une exposition-vente réunissant des exposants des huit États membres est également prévue du 1er au 4 octobre. Elle doit permettre de présenter concrètement la diversité

de l'offre régionale et de créer des opportunités de contacts entre entreprises et consommateurs.

Une initiative désormais soumise à l'évaluation

Après plusieurs éditions, l'UEMOA cherche également à mesurer les résultats réellement obtenus.

Une étude d'évaluation des cinq premières éditions, couvrant la période 2020-2024, a été lancée en juin 2026. Elle doit notamment examiner les effets de l'initiative sur les ventes, la compétitivité des entreprises, les partenariats et les échanges entre les États membres.

Les résultats définitifs de cette étude ne sont pas encore disponibles. La Commission fait néanmoins état de premiers enseignements qualitatifs concernant notamment les partenariats entre entreprises et les démarches de mise aux normes.

Cette évaluation devrait permettre de déterminer dans quelle mesure le « Mois du Consommer local » a dépassé le cadre de la communication pour produire des effets économiques mesurables.

Du marché UEMOA au marché africain

L'autre enjeu de l'édition 2026 est la préparation des entreprises à la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf).

Avec un marché continental de plus d'un milliard de consommateurs, la ZLECAf offre de nouvelles perspectives aux entreprises africaines, mais elle élargit également leur environnement concurrentiel. Pour l'UEMOA, le développement d'un marché régional solide peut constituer une étape intermédiaire avant une présence plus importante sur le marché africain.

La Commission indique par ailleurs qu'une stratégie régionale de l'UEMOA relative à la ZLECAf a été adoptée en mars 2026. Un projet d'accompagnement de la compétitivité, soutenu avec la Banque africaine de développement, est annoncé pour la période 2026-2028.

La trajectoire recherchée apparaît ainsi progressive : produire davantage dans les pays membres, transformer davantage les ressources de la région, développer les échanges intra-UEMOA, puis renforcer la capacité des entreprises à accéder au marché africain.

La 7e édition ouvre ainsi un débat plus large sur le modèle économique régional. Derrière l'acte d'achat se joue la capacité de l'espace communautaire à créer davantage de valeur, développer ses entreprises et faire circuler ses propres produits.

EDA

PUBLICITÉ

