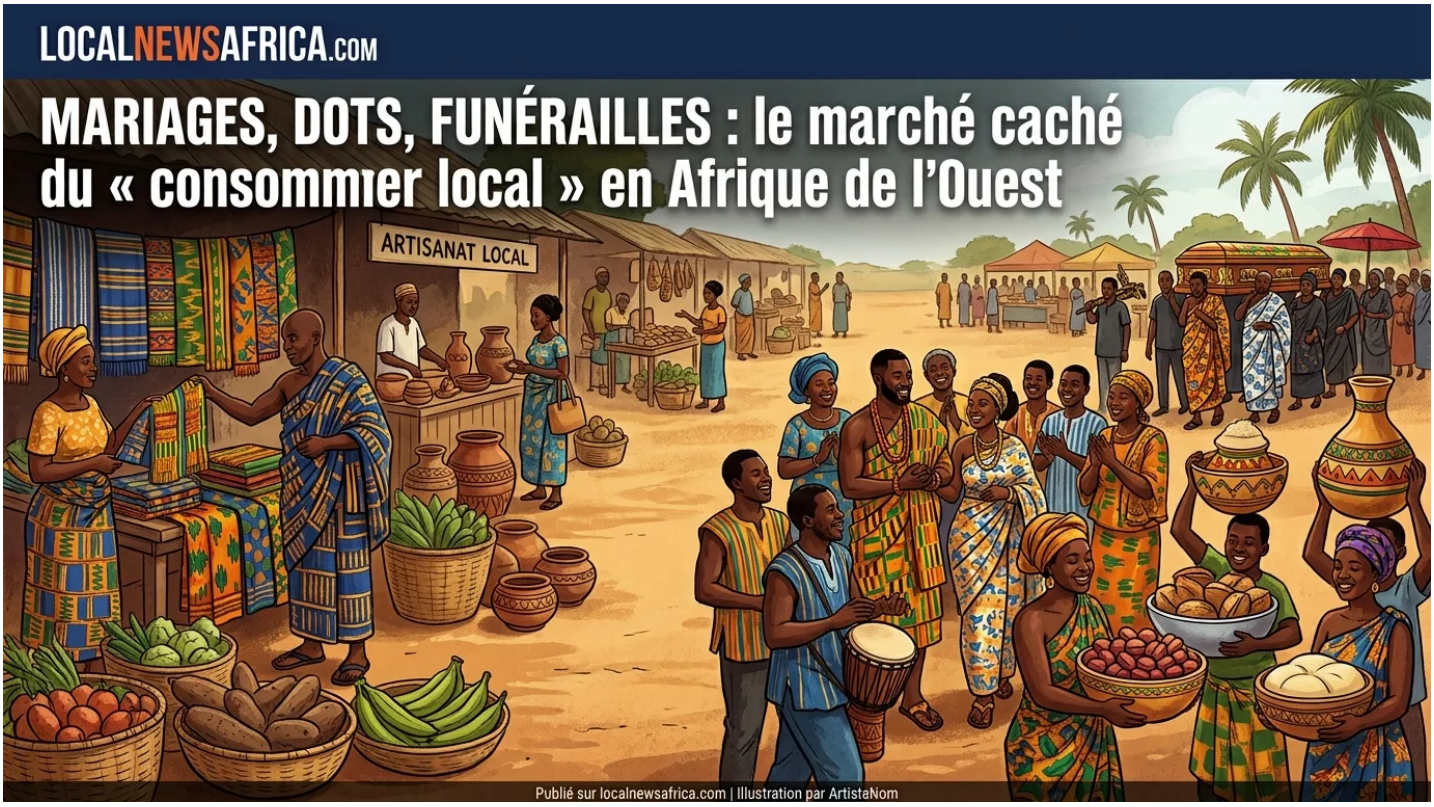


MARIAGES, DOTS, FUNÉRAILLES

le marché caché du « consommer local » en Afrique de l'Ouest

Auteur : **Ayenan Eleuthere** | Publié le : **03 oct. 2026 à 12:38**



Les cérémonies africaines ne sont pas seulement des moments de retrouvailles, de transmission culturelle et de solidarité. Elles représentent aussi d'importants espaces de consommation. Mariages, dots, funérailles, baptêmes et autres célébrations mobilisent vêtements, pagnes, chaussures, bijoux, boissons, aliments, mobilier, décoration, transport et une multitude de services. Dans l'espace UEMOA, où le Mois du Consommer Local 2026 met l'accent sur l'intégration régionale et la souveraineté économique, cette économie cérémonielle pose une question : quelle part de ces dépenses pourrait davantage bénéficier aux producteurs, artisans et entreprises de l'espace communautaire ?

Une économie qui accompagne la tradition

En Afrique de l'Ouest, une cérémonie familiale peut rapidement mobiliser des sommes importantes et de nombreux prestataires.

La dot, selon les sociétés, peut comprendre de l'argent, des pagnes, des chaussures, des bijoux, des boissons, des produits agricoles, des ustensiles ou du bétail. Les funérailles mobilisent également une longue liste de dépenses : cercueil, vêtements, restauration, boissons, tentes, chaises, sonorisation, transport, décoration, photographie et services funéraires.

Les enquêtes statistiques réalisées dans plusieurs pays de l'UEMOA prennent d'ailleurs en compte ces dépenses. Au Sénégal, l'Enquête harmonisée sur les conditions de vie des ménages distingue notamment l'alimentation, les boissons, les habits, les chaussures, la coiffure, les bijoux ainsi que la location de salles et de chaises. En Côte d'Ivoire, les données distinguent mariages, baptêmes et communions des funérailles et périodes de deuil. Le Burkina Faso dispose également d'un module consacré aux fêtes et célébrations.

Ces données montrent que les cérémonies constituent un véritable poste de consommation dans les économies ouest-africaines.

De la dot aux funérailles

La dot n'est donc qu'une composante de cette économie.

Autour d'un mariage se développent de nombreuses activités : habillement, couture, chaussures, bijoux, restauration, boissons, décoration, location de salles et de mobilier, musique, photographie, vidéo et transport.

Les funérailles peuvent générer une activité encore plus large lorsque les cérémonies s'étendent sur plusieurs jours et réunissent de nombreux participants.

Une étude consacrée aux funérailles au Ghana montre ainsi qu'elles font travailler des acteurs des services funéraires, de la fabrication de cercueils, du commerce des tissus, de la restauration, des boissons, du transport et de différents métiers artisanaux. Les chercheurs décrivent les funérailles comme un espace où se rencontrent pratiques culturelles, circulation de l'argent et activité économique.

Derrière chaque cérémonie se trouve ainsi une succession de métiers, de produits et de services.

Mais où est créée la valeur ?

C’est ici que le « Consommer Local » prend toute son importance.

Lorsqu’une famille achète un produit fabriqué dans son pays ou dans un autre État de l’UEMOA, une partie de la chaîne de valeur peut rester dans l’espace communautaire.

À l’inverse, lorsqu’un produit manufacturé est entièrement importé, la production initiale et une partie de la valeur ajoutée sont créées à l’extérieur. Les commerçants, transporteurs, grossistes et détaillants locaux peuvent évidemment en tirer des revenus, mais la fabrication échappe en grande partie à l’économie régionale.

Le textile illustre particulièrement bien cette situation.

En 2023, les importations de textiles et vêtements du Togo représentaient environ 224 millions de dollars, avec notamment la Chine, les Pays-Bas, le Japon et le Vietnam parmi les principaux fournisseurs. En Côte d’Ivoire, elles atteignaient environ 283 millions de dollars, avec la Chine et l’Inde parmi les principaux fournisseurs. Le Burkina Faso et le Sénégal restent également fortement présents sur les marchés internationaux du textile et de l’habillement.

Ces montants ne correspondent évidemment pas aux dépenses de cérémonies. Les statistiques douanières ne permettent pas d’identifier la part destinée aux mariages ou aux funérailles. Elles montrent toutefois l’importance des importations dans des catégories de produits largement présentes lors des cérémonies.

Le paradoxe du pagne

Le pagne constitue un exemple emblématique.

Dans de nombreuses sociétés ouest-africaines, il porte une forte valeur culturelle. Il peut être offert lors d’un mariage, porté par les familles ou choisi pour rendre hommage à un défunt.

Mais son identité culturelle ne signifie pas nécessairement que toutes les étapes de sa production se déroulent en Afrique.

Le paradoxe est donc simple : un produit peut être culturellement africain tout en appartenant à une chaîne de production largement internationale.

La logique du « Consommer Local » consiste précisément à rapprocher, lorsque cela est économiquement possible, identité culturelle et création de valeur régionale.

Une opportunité pour plusieurs secteurs

L’enjeu dépasse largement le textile.

Chaussures, bijoux, boissons, produits alimentaires transformés, ustensiles, mobilier, objets décoratifs et services représentent également des débouchés pour les entreprises et artisans de la région.

Les recherches consacrées aux prestations matrimoniales en Afrique montrent que celles-ci peuvent associer bétail, vêtements, tissus, perles, biens domestiques, boissons et argent. Au Ghana, des travaux ont notamment documenté la présence de produits importés dans ces prestations.

La consommation cérémonielle peut ainsi faire travailler l’agriculture, l’élevage, l’agroalimentaire, le textile, la mode, l’artisanat, la maroquinerie, la bijouterie, le transport et les industries culturelles.

Penser « Made in UEMOA »

L’intérêt du cadre communautaire est de dépasser une approche strictement nationale.

Dans la logique du « Consommer Local », un produit fabriqué en Côte d’Ivoire et vendu au Burkina Faso, une chaussure produite au Sénégal et commercialisée au Mali ou un produit agroalimentaire transformé au Bénin et consommé au Togo participent tous à la circulation de la valeur au sein de l’espace communautaire.

Or les échanges intracommunautaires restent faibles, autour de 11 à 13 %, tandis que l’Asie et l’Europe représentent une part beaucoup plus importante des importations de l’Union.

Les cérémonies peuvent ainsi constituer un débouché supplémentaire pour les productions régionales et un terrain concret pour l’intégration économique.

« Consommer local » sans alourdir les cérémonies

Le sujet comporte cependant une limite importante.

Les cérémonies peuvent faire vivre de nombreux acteurs, mais elles représentent aussi une charge financière pour les familles. Des travaux économiques consacrés au Sénégal montrent que les dépenses liées aux naissances, mariages et funérailles peuvent, dans certains contextes, réduire la capacité d’investissement des entrepreneurs du secteur informel.

L’objectif ne serait donc pas d’encourager les ménages à dépenser davantage.

Il serait plutôt de faire en sorte que les dépenses déjà engagées bénéficient davantage aux producteurs locaux et régionaux, sans sacrifier la qualité ni augmenter inutilement les coûts.

Cela suppose une offre compétitive, accessible, disponible et adaptée aux goûts et aux traditions.

Vers une véritable économie cérémonielle africaine

Le Mois du Consommer Local 2026 ouvre ainsi une réflexion qui dépasse les marchés traditionnels.

Mariages, dots, funérailles et autres cérémonies représentent déjà un volume significatif de consommation. Reste à mesurer plus précisément leur poids économique dans chaque pays, les catégories de biens concernées et la part revenant aux producteurs de l'UEMOA ou aux fournisseurs extérieurs.

Les données disponibles permettent néanmoins de poser une question centrale : qui bénéficie réellement de cette économie cérémonielle et où la valeur est-elle créée ?

La culture crée des marchés. Les cérémonies font travailler des producteurs, des artisans, des commerçants et des prestataires de services. Mais une partie de cette activité repose également sur des produits dont la fabrication et une partie de la valeur ajoutée se situent hors de l'espace communautaire.

À l'heure où l'UEMOA place le « Consommer Local » au cœur de la réflexion sur l'intégration régionale et la souveraineté économique, l'économie cérémonielle apparaît donc comme un terrain encore largement inexploité.

Il ne s'agit pas de fermer les marchés aux produits étrangers ni d'imposer aux familles ce qu'elles doivent acheter. Il s'agit de donner une véritable chance aux produits de l'UEMOA lorsqu'ils existent, répondent aux attentes des consommateurs et sont compétitifs.

Consommer local pourrait alors aussi signifier célébrer local.

Lorsqu'une famille dépense pour célébrer un mariage, remettre une dot ou honorer un défunt, la question économique devient alors essentielle :

quelle part de cette dépense contribue à faire travailler l'Afrique ?

C'est peut-être l'un des marchés encore sous-exploités du « Consommer Local » en Afrique de l'Ouest.

PUBLICITÉ

