

Rapport de l'Enquête pilote sur le marché agricole et produits carnés congolais (Mai 2025)

*Enseignements, orientations stratégiques et feuille de route pour
une couverture nationale*

INOPERF Consulting
Observatoire des marchés agricoles – INOPERF
<https://inoperf.consulting/>

23 mars 2026



Sommaire

Résumé exécutif	5
1 Contexte général et justification de l'étude	6
1.1 La transformation des circuits de distribution alimentaire en Afrique centrale	6
1.2 La lacune informationnelle qui motive cette enquête: le grand paradoxe	6
1.3 Objectifs de l'enquête pilote sur le marché agricole congolais	6
2 Cadre méthodologique	7
2.1 Périmètre et protocole de collecte	7
3 Analyse des prix.....	8
3.1 Vue d'ensemble de la structure des prix.....	8
3.2 L'écart de prix entre marchés traditionnels et supermarchés.....	9
3.3 L'impact de la provenance sur les prix.....	10
4 Politique d'étiquetage et pratiques promotionnelles.....	11
4.1 L'étiquetage des prix : une conformité très inégale.....	11
4.2 Les pratiques promotionnelles : un marché peu dynamique	12
5 Analyse de la provenance et des circuits d'approvisionnement.....	13
5.1 Répartition géographique des sources d'approvisionnement.....	13
5.2 Structure des circuits d'approvisionnement : un diagnostic en 3 points	13
6 Synthèse des principaux résultats.....	14
7 Orientations stratégiques	14
7.1 Recommandation I - Institutionnaliser la transparence des prix.....	14
7.2 Recommandation II - Soutenir activement le référencement des produits locaux	15
7.3 Recommandation III - Améliorer la traçabilité et le contrôle sanitaire.....	15
7.4 Recommandation IV - Dynamiser la concurrence dans la grande distribution	16
7.5 Recommandation V - Pérenniser et accompagner l'observatoire de la performance du marché agricole congolais INOPERF.....	16
7.6 Recommandation VI — Accompagner et professionnaliser les acteurs locaux de la chaîne agricole	16
7.6.1 Axe A - Formation des producteurs et commerçants locaux	17
7.6.2 Axe B - Professionnalisation de la filière : vers des acteurs compétitifs et autonomes	17
8 Vision d'extension nationale - Observatoire de la performance du marché agricole congolais INOPERF.....	18
8.1 Pourquoi une couverture nationale est-elle indispensable ?	18
8.2 Organismes destinataires et usages attendus des données.....	18

9	Limites de l'étude et axes d'amélioration méthodologique.....	19
9.1	Limites identifiées.....	19
10	Conclusion générale.....	19
	Annexes.....	20
	Annexe A - Extraction des 30 premières observations.....	20
	Annexe B - Prix moyens par produit (Top 30).....	22

À propos de ce rapport. Ce document analyse les résultats de l'enquête pilote menée à Pointe-Noire (République du Congo, 2025) sur les pratiques de commercialisation des produits agricoles frais dans les grandes surfaces et marchés traditionnels de la ville. Il présente quelques résultats, formule des recommandations opérationnelles à destination des pouvoirs publics et trace la feuille de route d'un Système National de Surveillance des Marchés Agricoles (SNSMA). Il est destiné aux décideurs institutionnels, aux ministères de tutelle, aux organisations internationales de développement et aux partenaires techniques et financiers.

Résumé exécutif

Quatre messages essentiels ressortent de cette enquête :

- ① **Une fracture économique majeure.** Les prix dans les supermarchés sont en moyenne **+335 %** supérieurs à ceux des marchés traditionnels, excluant de facto les ménages les plus modestes des circuits formels de distribution alimentaire.
 - ② **Un potentiel agricole local sous-valorisé.** Les produits d'origine locale coûtent **3.5 fois moins cher** que les importations. Ce différentiel représente un levier considérable pour réduire la dépendance aux importations alimentaires et dynamiser les filières nationales.
 - ③ **Une transparence tarifaire insuffisante.** Seuls **98.3 %** des produits disposent d'un étiquetage de prix formalisé. Cette opacité nuit à la protection des consommateurs et à la régulation des marchés — 0 % dans les marchés traditionnels.
 - ④ **Une urgence de couverture nationale.** L'enquête pilote a couvert uniquement la ville de Pointe-Noire dont trois grandes surfaces et trois marchés locaux. Sans données représentatives à l'échelle du territoire, aucune politique agricole nationale ne peut être fondée sur des bases empiriques solides.
-

1 Contexte général et justification de l'étude

1.1 La transformation des circuits de distribution alimentaire en Afrique centrale

Au Congo-Brazzaville comme dans la plupart des pays d'Afrique centrale, le paysage commercial alimentaire connaît depuis la fin des années 2010 une mutation profonde. L'essor de la grande distribution (supermarchés, mini-marchés formalisés, épiceries structurées) modifie en profondeur les habitudes de consommation des ménages urbains et les circuits d'approvisionnement des producteurs.

Cette transformation, si elle offre aux consommateurs des garanties accrues en matière d'hygiène et de traçabilité, elle soulève simultanément des interrogations fondamentales en termes d'équité d'accès, de compétitivité des producteurs locaux et d'efficacité des chaînes de valeur agricoles.

1.2 La lacune informationnelle qui motive cette enquête: le grand paradoxe

Alors même que la grande distribution alimentaire prend de l'importance, les données structurées sur ses **pratiques réelles de prix**, ses **politiques d'étiquetage**, l'**origine de ses approvisionnements** et ses **dynamiques promotionnelles** restent quasi inexistantes dans les systèmes statistiques nationaux congolais et en particulier auprès de la chambre de commerce.

Cette lacune pénalise simultanément :

- **les consommateurs**, incapables de comparer les prix entre enseignes et de faire des choix éclairés ;
- **les producteurs locaux**, dont les produits peinent à trouver leur place dans les circuits formels faute de données sur les opportunités de référencement ;
- **les régulateurs**, qui manquent d'outils pour surveiller les pratiques anticoncurrentielles ou protéger les consommateurs contre les abus tarifaires ;
- **les planificateurs**, qui ne disposent pas de données probantes pour orienter les investissements publics dans les infrastructures agro-alimentaires.

1.3 Objectifs de l'enquête pilote sur le marché agricole congolais

L'enquête *Marché agricole et produits carnés congolais* a été conçue avec une triple ambition :

1. **Documenter** les conditions effectives de commercialisation des produits agricoles frais dans les points de vente formels de la République du Congo ;
2. **Mesurer** les disparités de prix entre types de commerce, catégories de produits et origines géographiques ;

3. **Poser les fondations méthodologiques** d'un système pérenne de surveillance des marchés agricoles, reproductible et extensible à l'ensemble du territoire national.

L'enquête pilote est la première phase de cette initiative.

2 Cadre méthodologique

2.1 Périmètre et protocole de collecte

Tableau 1 - Cadre général de l'enquête pilote

Dimension	Description
Pays	République du Congo (Congo-Brazzaville)
Ville enquêtée	Pointe-Noire — capitale économique du pays
Zone couverte	Centre-Ville (quartier CENTRE VILLE uniquement)
Types de commerce	Supermarchés formels (3 enseignes) + Marchés traditionnels (3 marchés)
Enseignes enquêtées	FRANPRIX, SUPER U, RÉGAL
Marchés enquêtés	LUMUMBA, LOANDJILI, FOND TIE-TIE
Période	Mai 2025 (enquête ponctuelle - données partiellement datées)
Méthode de collecte	Relevé direct sur étals et rayons par enquêteurs formés
Unité d'observation	Produit agricole × point de vente × date de passage

3 Analyse des prix

3.1 Vue d'ensemble de la structure des prix

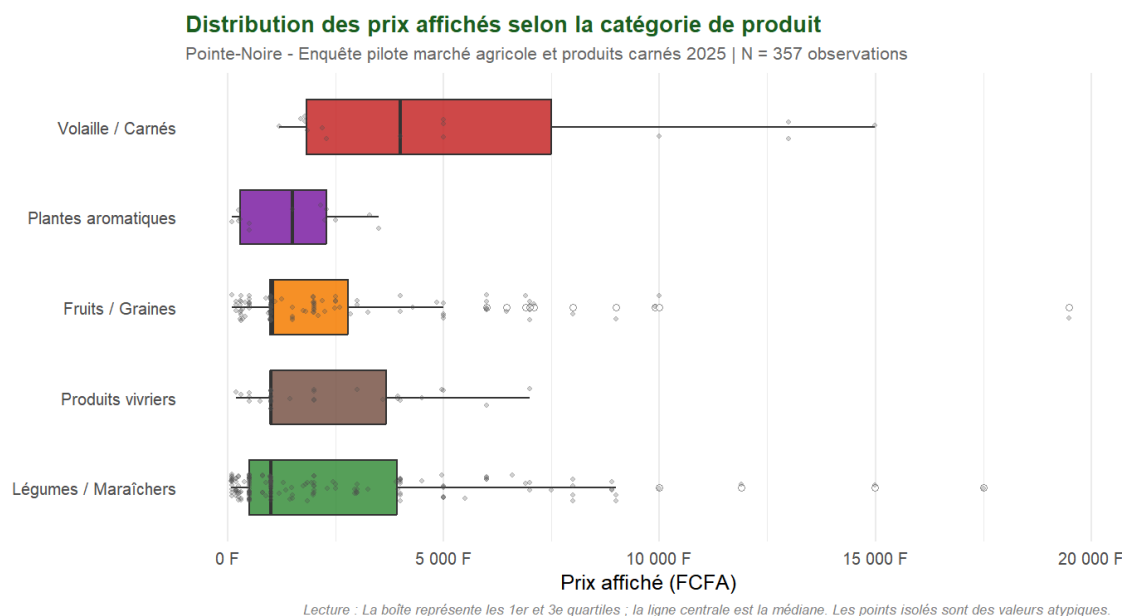


Figure 1 - Distribution des prix affichés par catégorie de produit

Commentaire. La catégorie **Volaille et produits carnés** domine nettement avec une médiane à 3990 FCFA, reflétant à la fois le niveau de transformation plus élevé de ces produits et leur conditionnement spécifique. Les **plantes aromatiques** présentent les prix unitaires les plus faibles, mais cette apparente accessibilité est trompeuse car leurs unités de vente sont de très petits volumes (sachets, bouquets).

La forte dispersion observée dans toutes les catégories matérialisée par des boîtes larges et de nombreux points atypiques traduit avant tout la coexistence de deux circuits très différents (marchés et supermarchés) plutôt qu'une variabilité intrinsèque des produits.

Tableau 3 - Statistiques descriptives des prix par catégorie (FCFA)

Catégorie	N	Min (FCFA)	Médiane (FCFA)	Moyenne (FCFA)	Max (FCFA)	PV/kg moyen
Volaille / Carnés	15	1,190	3,990	5,514	14,990	5,514
Fruits / Graines	114	100	1,045	2,456	19,490	2,797
Légumes / Maraîchers	164	75	1,000	2,407	17,500	3,436
Produits vivriers	32	200	1,000	2,159	6,990	2,414
Plantes	13	100	1,500	1,491	3,500	2,053

Catégorie	N	Min (FCFA)	Médiane (FCFA)	Moyenne (FCFA)	Max (FCFA)	PV/kg moyen
aromatiques						

3.2 L'écart de prix entre marchés traditionnels et supermarchés

Prix moyen affiché : Marchés (960 FCFA) vs Supermarchés (4 179 FCFA)

Écart moyen de +335 % — toutes catégories confondues

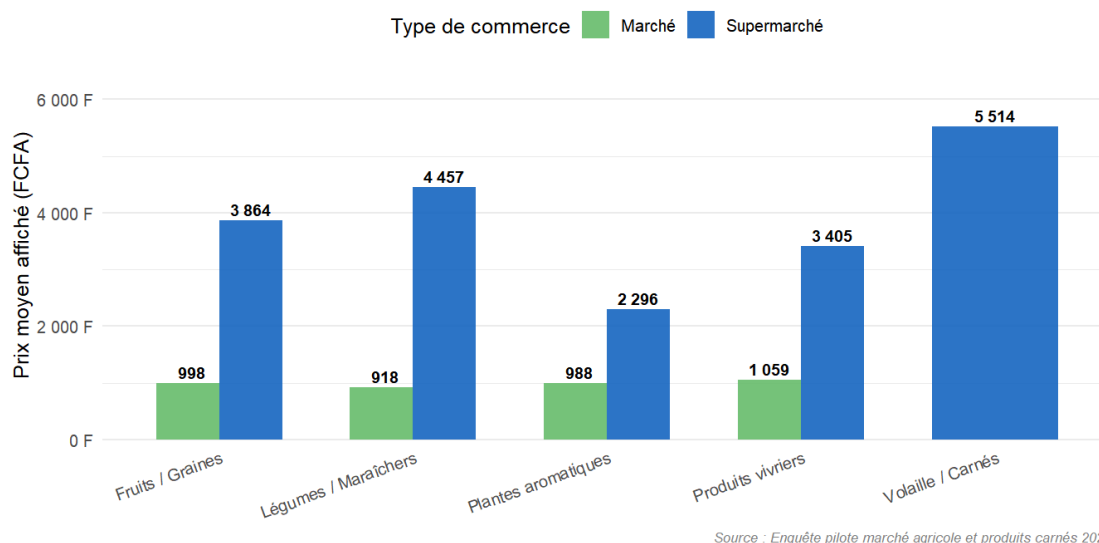


Figure 2 - Prix moyen affiché selon le type de commerce et la catégorie

Résultat clé. Avec un prix moyen de **960 FCFA** dans les marchés traditionnels contre **4 179 FCFA** dans les supermarchés, l'écart de **+335 %** n'est pas simplement le reflet de gammes de produits différentes. Il traduit une **segmentation sociale de l'accès à l'alimentation formelle** : les supermarchés s'adressent à une clientèle à revenus élevés, tandis que les marchés traditionnels restent le circuit alimentaire de la grande majorité de la population.

Comparaison des enseignes de grande distribution :

Tableau 4 - Comparaison des prix par enseigne (FCFA)

Enseigne	N produits	Prix moy. affiché	Prix médian	PV/kg moyen	Prix min	Prix max
FRANPRIX	81	4,569	3,990	4,614	500	19,490
SUPER U	72	4,192	2,990	4,192	390	14,990
REGAL	9	561	350	561	300	1,350

Commentaire. Franprix (4 569 FCFA en moyenne) et Super U (4 192 FCFA) affichent des niveaux de prix très proches, cohérents avec leur positionnement identique dans le segment de la distribution moderne à clientèle aisée. Régal (561 FCFA) présente un

profil radicalement différent, proche des marchés traditionnels, suggérant une gamme de produits essentiellement à faible valeur ajoutée.

3.3 L'impact de la provenance sur les prix

Prix moyen/kg : Local (1 542 F) vs Importé (5 384 F)

Les produits importés coûtent 3.5x plus cher que les produits locaux

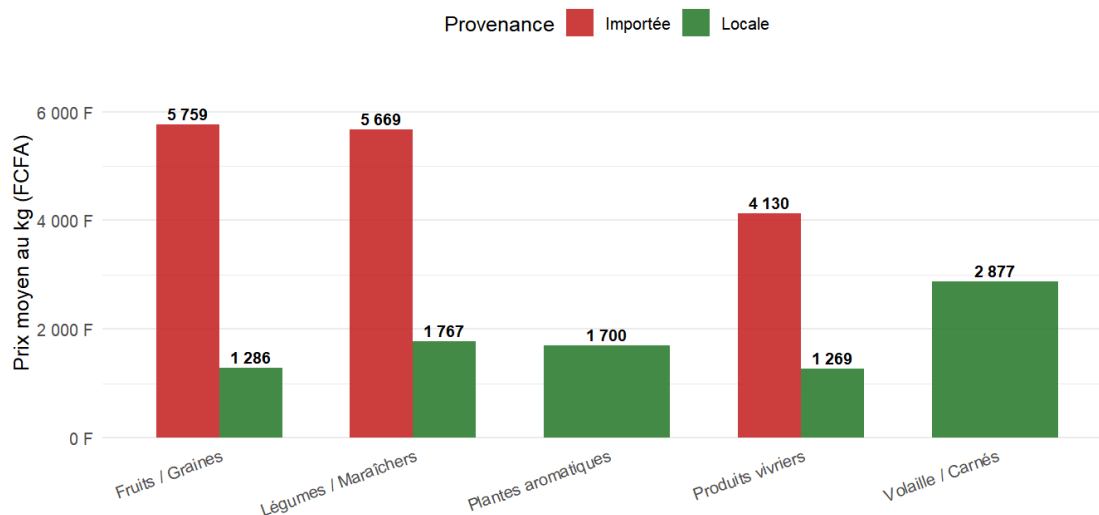


Figure 3 - Prix moyen au kilogramme selon la provenance du produit

Résultat stratégique majeur. L'écart entre produits locaux (1 542 FCFA/kg) et importés (5 384 FCFA/kg) atteint un rapport de **3.5 pour 1**. Ce différentiel considérable appelle une double lecture :

- **Pour les consommateurs :** Il faut valoriser l'offre locale qui représente un levier direct et immédiat de réduction du coût du panier alimentaire ;
- **Pour les producteurs locaux :** leur compétitivité prix est réelle mais non exploitée, faute de connexion structurée avec les circuits de grande distribution.

4 Politique d'étiquetage et pratiques promotionnelles

4.1 L'étiquetage des prix : une conformité très inégale

Politique d'étiquetage des prix : Marchés vs Supermarchés

98,3 % des produits ont un étiquetage formalisé — 0 % dans les marchés traditionnels

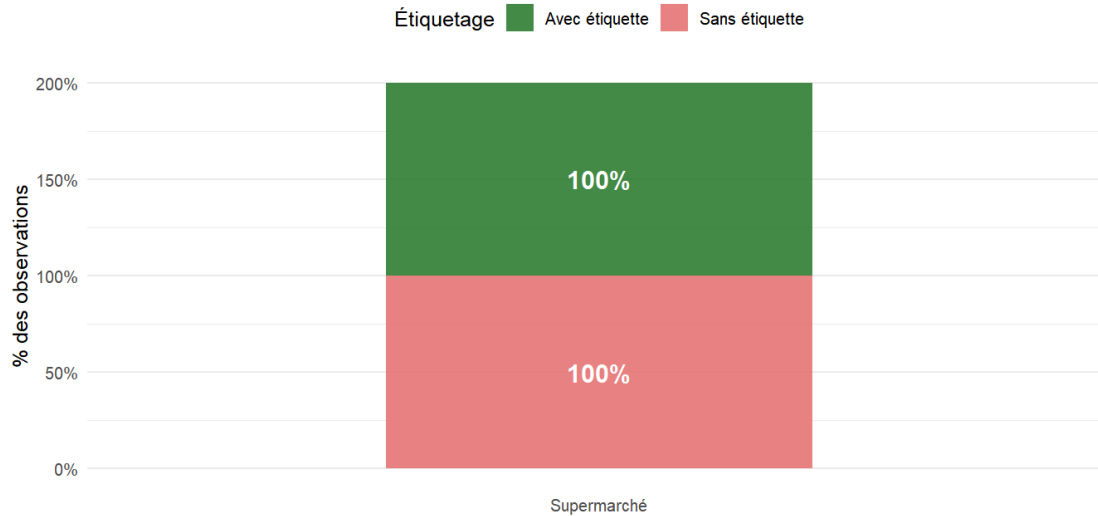


Figure 4 - Taux d'étiquetage des prix par type de commerce

Commentaire. Le contraste est absolu : les supermarchés affichent un taux d'étiquetage de **98,3 %** conforme aux standards de la distribution moderne et aux obligations légales tandis que les marchés traditionnels affichent **0 %** d'étiquetage formalisé.

Cette situation est partiellement normale (les marchés opèrent traditionnellement par négociation orale ou criée collective), mais elle pose néanmoins deux problèmes réels :

1. **L'absence de comparabilité des prix** pour le consommateur qui fréquente les deux circuits ;
2. **L'impossibilité de vérification réglementaire** pour les services de contrôle des prix, rendant difficile la détection de pratiques abusives ou spéculatives.

4.2 Les pratiques promotionnelles : un marché peu dynamique

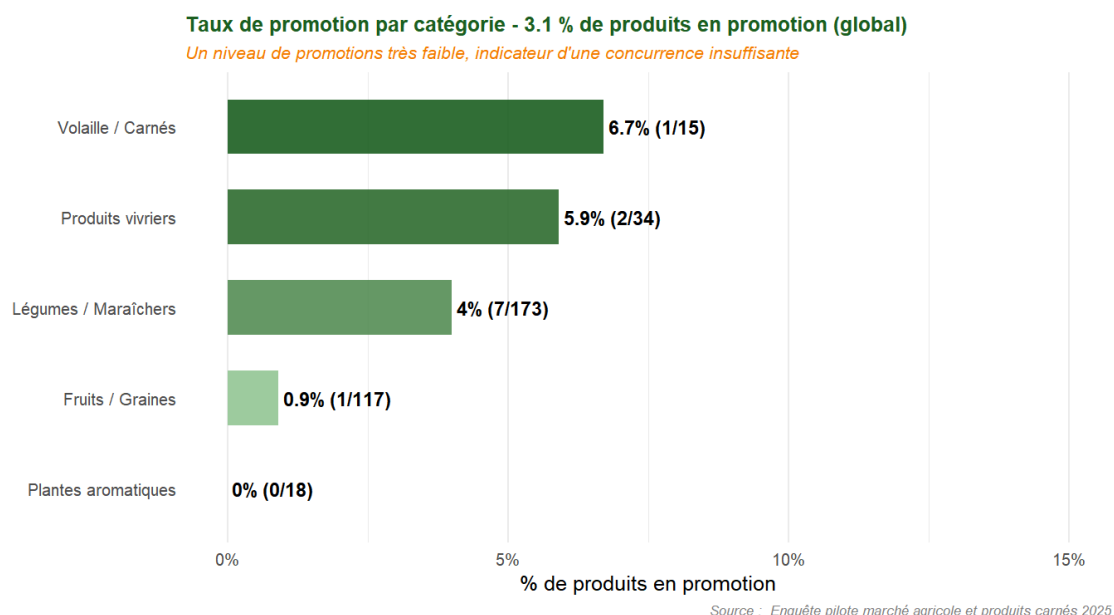


Figure 5 - Taux de promotion par catégorie de produit

Commentaire. Avec seulement 3.1 % des produits en promotion sur l'ensemble de l'échantillon, les pratiques promotionnelles sont quasi inexistantes dans le paysage commercial de Pointe-Noire. Trois facteurs structurels expliquent ce constat :

- **La faiblesse de la concurrence** : trois enseignes seulement sur le segment supermarché, sans pression concurrentielle suffisante pour stimuler les guerres de prix ;
- **La nature périssable des produits agricoles frais**, qui rend les promotions à date fixe complexes à gérer sans infrastructure de stockage adéquate ;
- **L'absence de culture marketing-prix** dans ces enseignes, qui n'ont pas encore développé de programmes de fidélisation ou de promotions saisonnières ciblées.

5 Analyse de la provenance et des circuits d'approvisionnement

5.1 Répartition géographique des sources d'approvisionnement

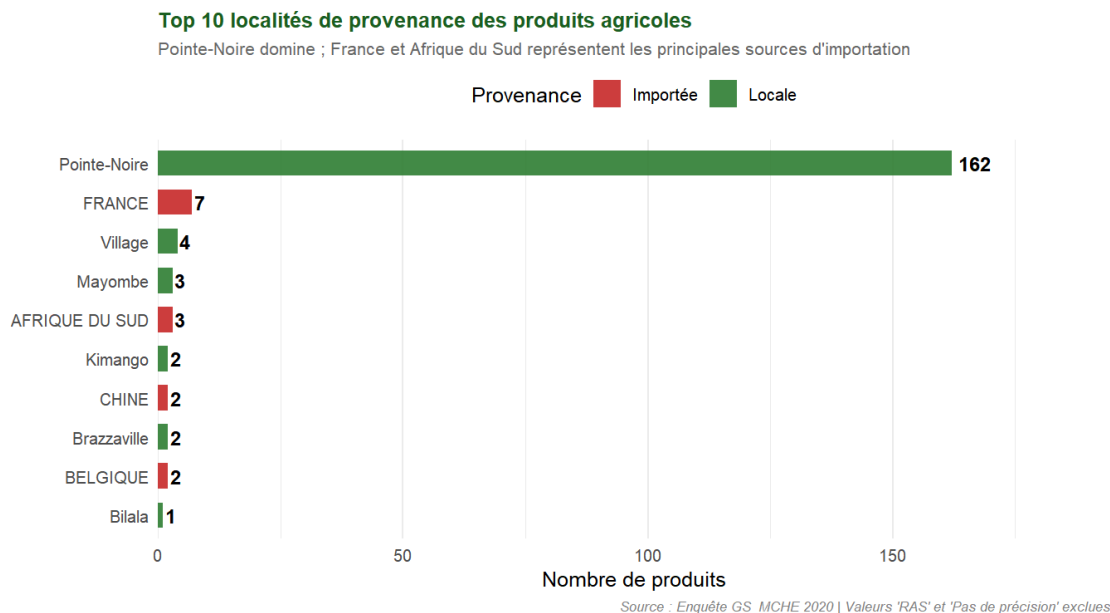


Figure 6 - Principales localités de provenance identifiées dans l'enquête

Commentaire. **Pointe-Noire** est la principale localité d'approvisionnement identifiée, regroupant 162 produits soit la majorité des produits d'origine locale. Les importations, lorsqu'elles sont précisément documentées, proviennent principalement de **France** (7 produits) et d'**Afrique du Sud** (3 produits), deux pays caractéristiques des approvisionnements en produits transformés ou à haute valeur ajoutée pour la clientèle de la grande distribution.

Alerte sur la traçabilité. 34 % des produits ont une provenance non précisée ou indéterminée. Ce chiffre est préoccupant à double titre : il rend toute analyse fine des filières impossible, et il illustre l'absence de contrôle systématique de l'origine des denrées dans les circuits de vente tant dans les marchés traditionnels que dans certains rayons de supermarchés.

5.2 Structure des circuits d'approvisionnement : un diagnostic en 3 points

Point 1 - La prédominance du circuit court local. Avec 55 % des produits d'origine locale, la production domestique reste dominante dans l'approvisionnement des marchés. Cette force est cependant fragile : elle repose sur des circuits informels, souvent directs producteur-vendeur, sans garantie de régularité ni de qualité standardisée.

Point 2 - La marginalité des importations déclarées. Les importations ne représentent que **11 %** des produits identifiés. Ce chiffre est probablement sous-estimé compte tenu du fort taux de provenance “non précisée” dans les supermarchés. Il est raisonnable de penser qu’une fraction significative de ces produits non précisés est en réalité d’origine importée.

Point 3 - L’absence d’une chaîne logistique structurée. L’absence de données sur les intermédiaires commerciaux, les grossistes et les plateformes de stockage révèle un maillon manquant critique dans la chaîne : aucune infrastructure formelle de mise en marché entre zones de production rurales et circuits de distribution urbains n’est documentée dans cette enquête.

6 Synthèse des principaux résultats

Tableau 5 - Synthèse des enseignements clés de l'enquête pilote 2025

Axe d'analyse	Résultat principal	Interprétation opérationnelle
Structure des prix	+335 % entre supermarchés et marchés ; médiane 3 745 FCFA vs 500 FCFA	Fracture économique d'accès à l'alimentation formelle
Provenance et prix	Importé = 3.5x plus cher que local (5 384 FCFA vs 1 542 FCFA/kg)	Compétitivité prix du local, non exploitée dans les circuits formels
Étiquetage	98.3 % étiquetés - 98 % en supermarché, 0 % en marché traditionnel	Déficit de transparence tarifaire dans les marchés traditionnels
Promotion	3.1 % de produits en promotion	Quasi-absence de dynamique concurrentielle dans la grande distribution
Traçabilité	34 % de provenance non précisée	Risque sanitaire et commercial - impossibilité de contrôler les filières
Couverture géographique	1 ville, 1 quartier, 3 enseignes, 357 observations	Représentativité nationale nulle - extension urgente et impérative

7 Orientations stratégiques

7.1 Recommandation I - Institutionnaliser la transparence des prix

Constat. 2 % des produits de l’échantillon et 100 % des produits dans les marchés traditionnels ne disposent d’aucun étiquetage formalisé. Cette opacité empêche toute comparaison et tout contrôle réglementaire.

Actions recommandées :

- **Court terme (0-6 mois)** : Lancer une campagne de sensibilisation ciblée auprès des commerçants sur l'obligation légale d'affichage des prix ; déployer des contrôles inopinés par les services de répression des fraudes dans les marchés de Brazzaville et Pointe-Noire.
- **Moyen terme (6-18 mois)** : Mettre en place des systèmes d'affichage collectif standardisé dans les marchés publics (tableaux de référence des prix par produit, actualisés hebdomadairement) ; imposer aux supermarchés un étiquetage systématique du prix à l'unité et au kilogramme.
- **Long terme** : Développer une application mobile citoyenne de signalement des anomalies tarifaires, connectée à la base de données du SNSMA.
- **Acteurs clés** : Ministère du Commerce, Direction Générale de la Concurrence et de la Consommation, Maires d'arrondissement.

7.2 Recommandation II - Soutenir activement le référencement des produits locaux

Constat. Les produits locaux coûtent 3.5 fois moins cher que les importations, mais leur présence dans les supermarchés reste limitée et non systématisée.

Actions recommandées :

- **Court terme** : Créer un **Made In Congo (MIC)** avec un cahier des charges simplifié, permettant aux petits producteurs de s'identifier facilement auprès des distributeurs.
- **Moyen terme** : Négocier avec les enseignes de grande distribution (Franprix, Super U) un engagement de quota minimum de produits locaux dans les rayons fruits et légumes (objectif : 40 % minimum) ; créer un fonds de garantie pour les premières livraisons vers les supermarchés.
- **Long terme** : Structurer des **plateformes agro-alimentaires régionales (PAR)** jouant le rôle d'intermédiaires logistiques entre bassins de production ruraux et distributeurs urbains, incluant stockage frigorifique, calibrage et conditionnement.
- **Acteurs clés** : Ministère de l'Agriculture et de l'Élevage, Chambre de Commerce, grandes enseignes de distribution, FIDA, FAO.

7.3 Recommandation III - Améliorer la traçabilité et le contrôle sanitaire

Constat. 34 % des produits ont une provenance indéterminée. Cette opacité constitue un risque sanitaire non maîtrisé.

Actions recommandées :

- Rendre obligatoire l'indication de l'origine géographique sur tous les documents commerciaux accompagnant les produits agricoles frais dans les circuits formels.

- Mettre en place un système simplifié de **certificat phytosanitaire d'origine** pour les producteurs locaux livrant en supermarché.
- Interconnecter les bases de données douanières avec le futur SNSMA pour croiser les volumes déclarés à l'importation avec les prix observés dans les circuits de distribution.
- **Acteurs clés** : Ministère de la Santé, Direction des Douanes.

7.4 Recommandation IV - Dynamiser la concurrence dans la grande distribution

Constat. Avec quelques grandes enseignes seulement, la pression concurrentielle est insuffisante pour stimuler les pratiques promotionnelles et la maîtrise des prix.

Actions recommandées :

- Réviser les conditions d'implantation des nouvelles enseignes de grande distribution pour faciliter l'entrée de nouveaux acteurs, notamment africains (enseignes régionales d'Afrique centrale ou occidentale).
- Inciter les enseignes existantes à développer des **marchés agricoles hebdomadaires** en périphérie, en partenariat avec les associations de producteurs.
- Créer un **indice mensuel des prix de référence** (IPR-Agri) publié et diffusé auprès des consommateurs et des commerçants.
- **Acteurs clés** : Ministère du Commerce, Agence de Régulation, Associations de consommateurs.

7.5 Recommandation V - Pérenniser et accompagner l'observatoire de la performance du marché agricole congolais INOPERF

Constat. Cette enquête pilote est le début d'un grand système de collecte à l'échelle nationale. Encore lacunaire mais en phase de lancement.

Actions recommandées :

- Mettre en place une **collecte mensuelle systématique sur le terrain** dans les deux grandes métropoles (Brazzaville et Pointe-Noire) dans la phase 1 et à une échelle plus nationale dans la phase 2, avec publication trimestrielle d'un bulletin officiel des prix agricoles.

7.6 Recommandation VI - Accompagner et professionnaliser les acteurs locaux de la chaîne agricole

Constat. Les données de l'enquête révèlent que les difficultés observées (opacité des prix, traçabilité insuffisante, faible référencement local dans les grandes surfaces) ne résultent pas uniquement de défaillances réglementaires ou infrastructurelles. Elles

traduisent aussi un **déficit structurel de compétences** chez les acteurs de terrain : producteurs, commerçants de marché, gérants de petites enseignes. Sans accompagnement humain ciblé, aucun outil ni aucune réglementation ne produira les effets escomptés.

Deux axes d'accompagnement prioritaires :

7.6.1 Axe A - Formation des producteurs et commerçants locaux

Les acteurs de la chaîne agricole locale (petits producteurs maraîchers, vendeurs de marché, coopératives agricoles) manquent souvent des connaissances de base pour s'intégrer dans les circuits formels de distribution.

7.6.2 Axe B - Professionnalisation de la filière : vers des acteurs compétitifs et autonomes

Au-delà de la formation ponctuelle, l'ambition est de structurer un **écosystème professionnel agricole durable**, capable de fonctionner sans assistance externe permanente. Cela suppose :

- **La création ou le renforcement d'organisations professionnelles sectorielles** : Unions de producteurs par filière (maraîchage, fruits tropicaux, plantes aromatiques), groupements de commerçants par type de marché. Ces structures sont le vecteur naturel de la formation continue, de la défense des intérêts collectifs et de la négociation avec les distributeurs et les pouvoirs publics.
- **L'introduction de certifications et de labels professionnels** : Le Congo gagnerait à développer un label "Producteur Certifié Congo" attestant du respect de normes minimales de qualité, d'hygiène et de traçabilité. Cette certification serait un passeport d'entrée dans les rayons des grandes surfaces.
- **La mise en place de programmes de mentorat et d'apprentissage par les pairs** : identifier les commerçants et producteurs les plus performants, ceux qui affichent leurs prix, qui livrent régulièrement aux supermarchés, qui gèrent correctement leurs stocks et les mobiliser comme formateurs-pairs pour diffuser les bonnes pratiques dans leur réseau.
- **L'intégration de modules d'entrepreneuriat agricole dans les curricula scolaires et universitaires** : former la prochaine génération d'agriculteurs et de commerçants dès le lycée et les filières universitaires d'agronomie et de gestion, pour ancrer durablement une culture de la professionnalisation dans la filière.

8 Vision d'extension national - Observatoire de la performance du marché agricole congolais INOPERF

8.1 Pourquoi une couverture nationale est-elle indispensable ?

Les résultats de cette enquête pilote, aussi éclairants soient-ils, ne peuvent alimenter aucune politique agricole nationale. Une seule ville, quelques quartier, trois enseignes, trois marchés , c'est insuffisant pour :

- identifier les disparités régionales de prix et d'approvisionnement ;
- mesurer l'impact des politiques publiques sur les filières agricoles ;
- détecter les dynamiques inflationnistes précocement ;
- orienter les investissements en infrastructures agro-alimentaires.

**** A INOPERF nous pensons que la donnée terrain est le premier maillon de la politique publique.**** Sans système d'information robuste et régulier sur les marchés agricoles, la République du Congo navigue à vue sur l'une des questions les plus stratégiques pour la sécurité alimentaire et le développement économique de sa population.

8.2 Organismes destinataires et usages attendus des données

Tableau 7 - Organismes destinataires du SNSMA et usages attendus des données

Organisme destinataire	Usage principal	Fréquence
Ministère de l'Agriculture et de l'Élevage	Suivi des filières, politique de soutien aux producteurs	Mensuelle
Ministère du Commerce et de la Consommation	Régulation des prix, contrôle de la concurrence, lutte anti-inflation	Hebdomadaire
Ministère des Finances et du Budget	Calcul de l'IPC agricole, politique fiscale et douanière	Mensuelle
Institut National de la Statistique (INS)	Intégration dans le système statistique national (SSN)	Trimestrielle
Présidence / Primature	Tableau de bord sécurité alimentaire nationale	Trimestrielle
FAO / PAM / Banque Mondiale	Suivi de la sécurité alimentaire, ciblage de l'aide humanitaire	Trimestrielle
Chambres d'Agriculture	Information aux producteurs, négociation avec distributeurs	Mensuelle
Associations de consommateurs	Alertes prix, comparateur de marchés pour les	Hebdomadaire

Organisme destinataire	Usage principal	Fréquence
	ménages	
Médias et journalistes	Reporting sur l'inflation alimentaire et le pouvoir d'achat	En continu
Universités et centres de recherche	Recherche sur les filières, la nutrition et les comportements alimentaires	Continue

9 Limites de l'étude et axes d'amélioration méthodologique

9.1 Limites identifiées

Cinq limites importantes doivent être explicitement reconnues pour permettre une interprétation prudente des résultats :

- 1. Une représentativité géographique strictement nulle à l'échelle nationale.** L'enquête couvre un seulement la ville de Pointe-Noire. Les quartiers périphériques (Loandjili, Mongo-Poukou, Tié-Tié...), les villes secondaires et la capitale Brazzaville sont absents. Les résultats ne peuvent être généralisés.
- 2. Un panel de points de vente trop restreint.** Trois enseignes de grande distribution ne permettent pas de caractériser le marché de la distribution formelle à Pointe-Noire, et encore moins à l'échelle nationale.
- 3. Une traçabilité de la provenance insuffisante.** 34 % de provenance "non précisée" limite considérablement la valeur analytique des données sur les filières d'approvisionnement.

10 Conclusion générale

Cette enquête pilote menée à Pointe-Noire en Mai 2025 sur le marché agricole et produits carnés constitue **une première étape prometteuse** dans la construction d'un système d'information agricole moderne au Congo-Brazzaville. Elle démontre la faisabilité technique de l'approche, révèle des dynamiques de marché importantes et met en évidence des tensions structurelles qui méritent une attention immédiate des pouvoirs publics.

Trois messages fondamentaux se dégagent de l'ensemble de l'analyse :

- ① La fracture alimentaire est réelle et mesurable.** Un écart de +335 % entre supermarchés et marchés traditionnels ne relève pas du hasard du marché : il traduit

une segmentation délibérée de l'offre commerciale alimentaire qui exclut les ménages populaires des circuits formels, là même où les garanties sanitaires et tarifaires sont les meilleures.

② **L'agriculture locale a un avantage compétitif prix qu'il faut activer.** Des produits locaux 3.5 fois moins chers que leurs équivalents importés, c'est un atout considérable. Mais cet avantage restera théorique tant qu'il n'existera pas de mécanismes structurés pour connecter les producteurs locaux aux circuits de grande distribution.

③ **La donnée est le préalable indispensable à toute politique efficace.** Sans système permanent de collecte, de traitement et de diffusion des données sur les prix agricoles, les décisions de régulation, d'investissement et de soutien aux filières resteront fondées sur des intuitions plutôt que sur des preuves. La transformation de cette enquête pilote en Système National de Surveillance des Marchés Agricoles est une priorité stratégique qui s'inscrit directement dans les objectifs de développement durable du Congo-Brazzaville.

La route est tracée. Les outils existent. Les données peuvent être collectées. Il ne manque que la volonté institutionnelle et les ressources pour transformer cet exercice pilote en un système national robuste, pérenne et utile à l'ensemble des acteurs de la chaîne agricole et alimentaire congolaise.

Annexes

Annexe A - Extraction des 30 premières observations

Annexe A — Extrait des 30 premières observations

Produit	Catégorie	Unité	Prix affiché	PV/kg	Type commerce	Enseigne	Provenance	Localité	Promotion	Étiquetage
CITRON	Fruits Graines	/ Kg	1,090	1,090	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
PAMPLEMOUSSE	Fruits Graines	/ Kg	2,250	2,250	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
BARBADINE	Fruits Graines	/ Kg	3,250	3,250	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
MALOMBO	Fruits Graines	/ Kg	1,250	1,250	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
PASTEQUE	Fruits Graines	/ Kg	990	990	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
CITRON JAUNE VRAC	Fruits Graines	/ Kg	4,990	4,990	Supermarché	SUPER U	Importée	NSP	Non	Oui
ORANGE	Fruits Graines	/ Kg	2,990	2,990	Supermarché	SUPER U	Importée	AFRIQUE DU SUD	Non	Oui
POMME VERTE GOLDEN	Fruits Graines	/ Kg	1,990	1,990	Supermarché	SUPER U	Importée	AFRIQUE DU SUD	Non	Oui
POMME ROUGE	Fruits Graines	/ Kg	2,850	2,850	Supermarché	SUPER U	Importée	AFRIQUE DU SUD	Non	Oui
BANANE VERTE FRUITS	Fruits Graines	/ Kg	890	890	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui

Produit	Catégorie	Unité	Prix affiché	PV/kg	Type commerce	Enseigne	Provenance	Localité	Promotion	Étiquetage
AVOCAT	Fruits / Graines	Kg	990	990	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
TOMATE	Légumes / Maraîchers	Kg	1,950	1,950	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
POIVRON VERT	Légumes / Maraîchers	Kg	3,250	3,250	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
POIVRON JAUNE	Légumes / Maraîchers	Kg	3,990	3,990	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
POIVRON ROUGE	Légumes / Maraîchers	Kg			Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
COURGETTE VERTE LONG	Légumes / Maraîchers	Kg	1,990	1,990	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
PIMENT	Légumes / Maraîchers	Kg	1,290	1,290	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
CIBOULE	Légumes / Maraîchers	Kg	390	390	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
NAVET LONG	Légumes / Maraîchers	Kg	1,450	1,450	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
AUBERGINE VIOLETTE	Légumes / Maraîchers	Kg	890	890	Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION	Non	Oui
CONCOMBRE COURT	Légumes / Maraîchers	Kg	990	990	Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION	Non	Oui
CHOU VERT	Légumes / Maraîchers	Kg	1,850	1,850	Supermarché	SUPER U	Locale	CONGO	Non	Oui
CITROUILLE	Légumes / Maraîchers	Kg	2,450	2,450	Supermarché	SUPER U	Non précisée	LA LOCALITE NEST PAS PRECISE MAIS MENTION ASP AFFI	Non	Oui
BANANE PLANTAIN	Produits vivriers	Kg			Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION AFFICHÉ	Non	Non
POMME ROYAL GALA 80	Fruits / Graines	Kg	5,990	5,990	Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION AFFICHÉ	Non	Oui
PATATE DOUCE	Produits vivriers	Kg	1,450	1,450	Supermarché	SUPER U	Non précisée	IL AFFICHE LA MENTION ASP APRES LE NOM DU PRODUIT	Non	Oui
POMME DE TERRE FOUR & PUREE 45	Produits vivriers	Kg	5,990	5,990	Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION , DANS UN SAC FILME, ETIQ BA	Non	Oui
POMME DE TERRE FOND.TYPE	Produits vivriers	Kg	2,990	2,990	Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION	Non	Oui
POMME DE TERRE VAPEUR BLAN 35/5	Produits vivriers	Kg	6,990	6,990	Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION . POMME AVEC PETITS POINTS	Non	Oui
POMME DE TERRE ROSEVALT	Produits vivriers	Kg	3,590	3,590	Supermarché	SUPER U	Non précisée	PAS DE PRÉCISION	Non	Oui

Produit	Catégorie	Unité	Prix affiché	PV/kg	Type commerce	Enseigne	Provenance	Localité	Promotion	Étiquetage
FRANCEL										

Annexe B - Prix moyens par produit (Top 30)

Annexe B — Prix moyens par produit (Top 30 par fréquence d'observation)

Produit agricole	Catégorie	N obs.	Prix moy. affiché (FCFA)	PV/kg (FCFA)	moyen
POIVRON	Légumes / Maraîchers	14	626	1,098	
ORANGE	Fruits / Graines	13	1,110	1,257	
AUBERGINE	Légumes / Maraîchers	12	967	1,200	
TOMATE	Légumes / Maraîchers	11	705	1,875	
CITRON	Fruits / Graines	10	469	863	
CHOU	Légumes / Maraîchers	8	1,312	1,312	
CONCOMBRE	Légumes / Maraîchers	7	1,590	2,470	
GINGEMBRE	Plantes aromatiques	7	1,523	2,198	
OIGNONS	Légumes / Maraîchers	7	1,650	2,712	
PATATES DOUCES (ROUGES ET BLANCHES)	Produits vivriers	7	1,429	1,429	
FIGUES	Fruits / Graines	6	767	1,000	
MANDARINE	Fruits / Graines	6	767	1,000	
AILS	Légumes / Maraîchers	5	4,120	6,667	
ANANAS	Fruits / Graines	5	1,998	1,998	
GOMBO	Légumes / Maraîchers	5	480	1,000	
OSEILLE	Légumes / Maraîchers	5	180		
PIMENTS	Légumes / Maraîchers	5	100		
CAROTTE	Légumes / Maraîchers	4	1,498	1,830	
EPINARD	Légumes / Maraîchers	4	225		
PASTEQUE	Fruits / Graines	4	1,248	1,248	
POMME DE TERRE	Produits vivriers	4	638	875	
SAFOU	Fruits / Graines	4	1,375	1,667	
BANANE	Fruits / Graines	3	833	833	
CIBOULE	Légumes / Maraîchers	3	297	390	
COURGE	Légumes / Maraîchers	3	1,200	1,650	
MANGUE	Fruits / Graines	3	833	1,000	
PAMPLEMOUSSE	Fruits / Graines	3	1,417	1,417	

Produit agricole	Catégorie	N obs.	Prix moy. affiché (FCFA)	PV/kg (FCFA)	moyen
POMME ROUGE	Fruits / Graines	3	1,713	1,713	
TUBERCULES DE MANIOCS	Produits vivriers	3	833	833	
AIL FILET 500G	Légumes / Maraîchers	2	2,950	2,950	