

## **Chapitre 1: Aperçu du secteur**

---

su investir dans la diversification et la modernisation de sa production, ni dans le développement d'un procédé de fabrication à valeur ajoutée. Bref, aujourd'hui la Guyane produirait entre 20 et 25% de la bauxite au niveau mondial.

### **1.5.2 Cycle de vie du produit**

Les théories en marketing font état de cinq grandes phases dans le cycle de vie d'un produit: le lancement, la croissance, l'épuration, la maturité et le déclin.

Nous pensons que la bauxite serait à un stade de maturité alors que l'or serait encore à un stade d'épuration. Il est très difficile de statuer avec justesse sur le positionnement de ces produits quant à leur cycle de vie car l'industrie minière est elle-même cyclique. Toutefois, l'évolution du prix de l'or sur les marchés internationaux laisse penser qu'il existe encore un fort potentiel de marché pour cette commodité. D'après le Graphique 2 (Annexe C), le prix de l'or aurait cru d'environ 40% entre 1991 et 1995, pour une augmentation annuelle moyenne de 8%. Or, les prix étant fixés par le marché, suivant la loi de l'offre et de la demande, nous pouvons conclure de cette observation que le marché de l'or poursuit sa croissance.

En ce qui a trait à la bauxite, nous croyons que ce minerai aurait atteint un stade de maturité. En effet, depuis 1988, les prix de la bauxite et de l'aluminium sont en décroissance sur les cours mondiaux et la demande pour ces commodités stagne.

### **1.5.3 Classification des produits du secteur minier**

#### **OR**

L'or se range dans la catégorie des produits de luxe. Ceci explique d'ailleurs que la majeure partie de la production mondiale - sinon toute, comme c'est le cas de la Guyane, par exemple - soit exportée vers des pays industrialisés. Les pays du