

à long terme de l'Afrique. Elles vont de l'allègement de la dette et du renforcement de la capacité du secteur public de mieux gouverner, élaborer des politiques et apporter des réformes réglementaires, à l'éducation et au développement des ressources humaines, en passant par la réduction de la pauvreté et le programme de sécurité humaine. L'Agence canadienne de développement international (ACDI) et l'Aide publique au développement resteront des éléments importants de notre relation avec l'Afrique dans un avenir prévisible. Les entreprises canadiennes doivent se tenir informées des occasions d'affaires qui découlent des programmes de l'ACDI en Afrique.

Une approche régionale

L'Afrique subsaharienne compte près de 50 pays, qui représentent le quart des États du monde et regroupent un grand nombre de peuples et de langues, ainsi que différents régimes politiques et tendances économiques. Malgré son immensité, il est possible d'y discerner des similarités à l'intérieur de ses régions, où les États voisins partagent souvent des langues officielles ou commerciales communes, la même tradition juridique et un ou plusieurs secteurs en expansion. Par conséquent, une approche de développement des marchés qui tient compte des différences régionales est tout indiquée d'un point de vue commercial en Afrique.

Récemment, le MAECI a réorganisé et regroupé toutes ses ressources de promotion commerciale pour l'Afrique subsaharienne. Ce nouveau groupe (GGTT) témoigne d'un profond engagement en faveur de la promotion efficace du commerce dans la région.

Une telle approche régionale se recommande également du fait que, pris isolément, beaucoup de pays africains constituent de très petits marchés qui ne sont pas assez intéressants en soi pour susciter un intérêt soutenu de la part des entreprises canadiennes. En outre, les premiers efforts de régionalisation déployés en Afrique appuient une approche régionale face au développement des marchés. Un exemple est l'Afrique occidentale, où le Nigeria et d'autres pays renforcent rapidement les liens intrarégionaux, mettent en place des infrastructures communes de transport et d'énergie, éliminent les droits de douane entre eux et négocient une monnaie commune. Tous ces efforts mènent à un marché régional que les entreprises américaines et européennes ciblent de plus en plus. Les unions monétaires existantes dans trois sous-régions, les négociations en cours qui pourraient mener à une ou deux autres zones monétaires (ex. la Zone de l'Afrique occidentale devrait inclure le Nigeria, le Ghana et les huit membres de l'Union monétaire de l'Afrique occidentale : la Côte-d'Ivoire, le Mali, le Bénin, le Burkina Faso, la Guinée-Bissau, le Sénégal, le Togo, le Niger, qui se sont entendus récemment sur un tarif extérieur commun). Il y a également un mouvement vers la création de zones de libre-échange dans des sous-régions, une intégration accrue des marchés boursiers régionaux et l'amélioration graduelle de l'infrastructure des transports en Afrique.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a reconnu ces tendances récentes et lancé son Plan d'action régional pour l'Afrique australe et orientale (SEARAP) afin de coordonner les activités de promotion et de soutien du commerce entre les organismes fédéraux et provinciaux pertinents au milieu des années 1990. Cette année, ce modèle a été élargi pour inclure l'Afrique occidentale et l'Afrique centrale et devenir le Plan d'action régional pour l'Afrique subsaharienne (SAARAP). Ce plan a mené à la création d'un nouveau service de promotion du commerce (GGTT) chargé de toute cette région.