

2. Une approche stratégique régionale pour l'Afrique subsaharienne



La présente stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne vise notamment à :

- Exportations canadiennes de marchandises vers quelques marchés émergents aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence et à profiter au maximum des débouchés en matière de commerce et d'investissement qui existent dans la région;
- concentrer les efforts du Service des délégués commerciaux pour pouvoir saisir les nouvelles possibilités en Afrique;
- montrer comment les sociétés canadiennes peuvent travailler avec le Service des délégués commerciaux et son réseau croissant de partenariats avec d'autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux, avec des associations professionnelles et avec le secteur privé.

À la fin des années 1990, l'Afrique subsaharienne a habituellement dépassé d'autres marchés plus en vue comme l'Inde et la Russie comme grande destination des exportations canadiennes. Le commerce des services ainsi que l'investissement bilatéral sont également en progression constante. L'Afrique subsaharienne reste pourtant une région inconnue pour la plupart des entreprises canadiennes.

Le premier objectif de la présente stratégie commerciale consiste donc à mieux faire connaître l'Afrique aux entreprises canadiennes tournées vers l'étranger et à expliquer la vraie nature des marchés et des débouchés en Afrique. Deuxièmement, des efforts particuliers visent à préparer et à faciliter l'entrée des petites et moyennes entreprises (PME) prêtes à exporter qui ne connaissent pas ces marchés, en les aidant à planifier et à mettre en œuvre une stratégie d'affaires durable pour l'Afrique, en particulier dans le domaine de l'exportation des marchandises. Troisièmement, la stratégie commerciale reconnaît la nécessité de protéger et de renforcer les réalisations des entreprises canadiennes déjà actives sur ces marchés, face à la concurrence accrue et à l'évolution et à la complexité de la conjoncture commerciale.

Les entreprises elles-mêmes ont contribué à une meilleure compréhension des obstacles au resserrement des liens entre le secteur privé et l'Afrique subsaharienne. Par des contacts informels, des sondages auprès de la clientèle et des rapports officiels comme celui qu'a publié en octobre 1998 le Regroupement des entreprises pour l'Afrique, des irritants particuliers, dont la difficulté d'accéder à un financement suffisant du commerce et de l'investissement, ont été identifiés.

Le commerce et le développement

Des initiatives du gouvernement du Canada autres que le Service des délégués commerciaux et ses efforts particuliers de promotion du commerce appuient elles aussi le développement

À la fin des années 1990, l'Afrique subsaharienne a habituellement dépassé d'autres marchés plus en vue comme l'Inde et la Russie comme grande destination des exportations canadiennes.