

Canada



La stratégie
commerciale
pour
l'Afrique
2000



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

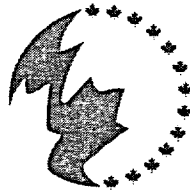
LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E



3 5036 01043032 3

DOCS
CA1 EA673 2000A27 EXF
Africa trade strategy 2000. --
63612094

**La stratégie
commerciale
pour l'Afrique
2000**



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

Pour obtenir d'autres exemplaires de ce document ou de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec le:

Service Infotech
a/s Mme Jane Perrin
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Courriel: enqserv@dfait-maeci.gc.ca
Téléphone: Ottawa-Hull 944-4000
Sans frais: 1-800-267-8376
Télécopier: (613) 996-9709

Sous toutes réserves: Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a préparé ce document avec le plus grand soin. Bien que l'information ait été recueillie auprès de sources généralement fiables, le MAECI ne garantit pas l'exactitude des renseignements contenus, ni l'absence d'erreurs ou d'omissions, et n'assume donc aucune responsabilité pour le contenu de ce document.

Avant-propos



C'est avec grand plaisir que je vous présente La stratégie commerciale pour l'Afrique. La démarche concrète que propose ce rapport vous aidera à transformer les principes théoriques du commerce avec l'Afrique subsaharienne en mesures pratiques. J'espère que cette stratégie deviendra un de vos outils les plus utiles pour établir et entretenir des relations commerciales avec la région économique la plus sous-estimée et, pourtant, la plus prometteuse au monde.

La présente publication n'est qu'un résultat parmi d'autres des multiples efforts que nous déployons pour atteindre notre objectif, à savoir aider les entreprises canadiennes à l'emporter sur la concurrence et à exploiter au maximum les possibilités de commerce et d'investissement qu'offre l'Afrique subsaharienne. Les autres ressources que nous y consacrons nous aideront également à atteindre cet objectif.

Il importe de rehausser l'image du Canada, afin d'en faire un partenaire intéressant sur le plan du commerce et de l'investissement, et de favoriser, par un appui solide, une plus grande coopération économique et commerciale avec l'Afrique subsaharienne. Le Canada fait figure de chef de file dans la nouvelle économie, et ce rôle peut façonner les relations commerciales qu'il établira avec cette région en plein essor.

L'Afrique pose des défis particuliers lorsqu'il s'agit de nouer et de renforcer des liens commerciaux. La stratégie commerciale pour l'Afrique constitue un élément important des buts stratégiques à long terme que nous nous sommes fixés pour aider l'Afrique à atténuer la pauvreté et à s'intégrer dans l'économie mondiale. L'expansion du commerce, l'élargissement de l'accès aux marchés et le renforcement de la protection des investissements profitent à tous. Travaillons-y ensemble — soyons partenaires.

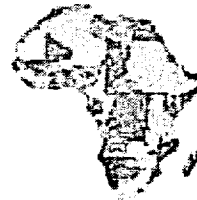
A handwritten signature in dark ink, which appears to read 'Pierre S. Pettigrew'.

Pierre S. Pettigrew
Ministre du Commerce international



La stratégie commerciale pour l'Afrique

TABLE DES MATIÈRES

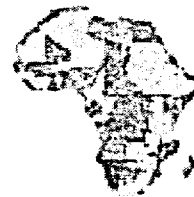


AVANT-PROPOS

L'honorable Pierre S. Pettigrew, ministre du Commerce international

1. La stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne.....	1
Les arguments en faveur d'une stratégie commerciale pour l'Afrique :	
l'Afrique émergente.....	2
Le Service des délégués commerciaux en Afrique subsaharienne.....	5
2. Une approche stratégique régionale pour l'Afrique subsaharienne... 7	7
Objectifs de la stratégie commerciale pour l'Afrique.....	9
i) Image de marque : Commercialiser l'Afrique et le Canada.....	9
ii) Accroître le commerce bilatéral et élargir l'accès aux marchés..	10
iii) Mobiliser le secteur privé.....	12
iv) Intégrer l'Afrique dans la nouvelle économie.....	14
3. Dynamique du marché régional.....	15
Principales économies : Afrique du Sud et Nigeria.....	15
Régionalisation des marchés.....	17
4. Analyse sectorielle par pays	19
<i>Potentiel commercial de quelques pays - tableau</i>	
5. Afrique 2015 : cap sur les débouchés émergents.....	20
Réduire la pauvreté de moitié d'ici 2015.....	20
Secteurs émergents de la prochaine décennie.....	20
6. Contacts et ressources.....	22
Acronymes : glossaire.....	24
Annexe A - Les entreprises canadiennes et leur accès à des sources de financement privées en Afrique.....	25

1. La stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne



La question théorique qui a déclenché cette stratégie commerciale est assez simple : comment pouvons-nous améliorer la performance de l'industrie canadienne dans une région où les débouchés et les besoins sont nombreux et à laquelle conviennent bien les compétences de l'industrie canadienne?

Nos points forts et notre potentiel

- 1) Les produits, les services et les compétences du Canada sont bien adaptés aux besoins de l'Afrique.
- 2) Les Canadiens sont bien vus en Afrique. Cette bonne réputation, conjuguée à la capacité de travailler en français et en anglais, donne aux entreprises canadiennes un avantage comparatif sur leurs concurrents.
- 3) Certaines entreprises canadiennes réussissent déjà à exporter leurs produits ou leurs services d'experts-conseils ou encore à investir en Afrique, faisant de ce continent un partenaire commercial important et croissant par rapport à d'autres marchés émergents plus en vue ou qui reçoivent plus de ressources axées directement sur le soutien au commerce.
- 4) Une grande partie de l'Afrique est en période d'expansion économique et se tourne vers l'extérieur, ce qui accroît la demande de produits et services importés, ainsi que de coentreprises et d'investissement.
- 5) Le rendement de l'investissement dans les projets africains est relativement élevé : les statistiques américaines officielles révèlent que le rendement des investissements des entreprises américaines en Afrique (Afrique du Sud exclue) s'est établi en moyenne à 29 p. 100 entre 1990 et 1997, soit plus que n'importe où ailleurs, y compris l'Asie ou l'Amérique latine.

Ces faits devraient inciter les entreprises canadiennes à être plus actives en Afrique, mais, par le passé, d'autres facteurs ont dissuadé de nombreuses sociétés canadiennes de se tourner vers l'Afrique. L'image dominante reste celle de la pauvreté et des conflits : l'Afrique est considérée comme une région où seuls les aventuriers prêts à courir des risques énormes - pour trouver de l'or, des diamants ou du pétrole - ont une chance de réussir.

Les avantages de la stratégie commerciale

Lorsque le caractère distinct de cet énorme continent aura été compris, que les débouchés émergents auront été décrits et qu'une stratégie coordonnée aura été définie, les entreprises canadiennes auront tous les éléments pour obtenir leur part des lucratifs

Le Fonds monétaire international prévoit que le produit intérieur brut (PIB) de l'Afrique devrait augmenter de 5 p. 100 en l'an 2000, en hausse par rapport à une croissance de 3,1 p. 100 en 1999.

marchés émergents de l'Afrique subsaharienne. Le Service des délégués commerciaux du MAECI a lancé récemment quelques initiatives importantes pour aider les entreprises canadiennes à mieux tirer parti des possibilités de cette région.

Les arguments en faveur d'une stratégie commerciale pour l'Afrique : l'Afrique émergente

Taille du marché

Dans un marché qui se mondialise, ignorer les marchés d'avant-poste est une stratégie périlleuse. Depuis quelques années, ce sont des pays de l'Afrique subsaharienne et non d'Asie ou d'Amérique latine qui ont affiché la croissance économique la plus élevée au monde. En 1997, 20 pays ont atteint ou dépassé un taux de croissance de 5 p. 100, le Mozambique, chef de file mondial, affichant une croissance moyenne de 10 p. 100 depuis cette année-là. Le Fonds monétaire international prévoit que le produit intérieur brut (PIB) de l'Afrique devrait progresser de 5 p. 100 en l'an 2000, en hausse par rapport à un taux de 3,1 p. 100 en 1999. Les exportations de l'Afrique en 1998 ont atteint un montant impressionnant de 124 milliards de dollars, les exportations non pétrolières affichant une hausse de 5 p. 100 par année depuis 1994. Les importations de biens et services dépassent 100 milliards de dollars par année, les biens étant trois fois plus élevés que les services.

L'évolution récente illustre la vigueur économique de la plus grande économie de la région, en l'occurrence l'Afrique du Sud. Une gestion financière disciplinée a permis de ramener le déficit budgétaire à moins de 3 p. 100, et celui-ci ne cesse de diminuer. Les agences internationales de cotation des titres Moody's et Standard & Poor's ont accordé récemment une cote de solvabilité élevée aux obligations d'État de l'Afrique du Sud, ce qui a réduit les coûts des emprunts internationaux et incité les fonds obligataires mondiaux à ajouter des titres de dette souveraine sud-africains dans leurs portefeuilles.

L'Afrique du Sud a conclu récemment une entente avec l'Union européenne, après quatre années de négociations ardues, et elle continue de resserrer ses liens commerciaux avec le Brésil et les autres pays du MERCOSUR (le marché commun de l'Amérique du Sud). Malgré la morosité des prix de l'or, la Bourse de Johannesburg a procuré aux investisseurs des rendements exceptionnels en 1999, démontrant ainsi la diversité de l'économie. Et l'on prévoit actuellement que la croissance du PIB sud-africain en l'an 2000 devrait atteindre et peut-être dépasser 3,5 p. 100.

La présence canadienne actuelle

En plus de la forte présence des entreprises de génie et de services canadiennes sur le continent, liée aux longs antécédents de l'ACDI (Agence canadienne de développement international) en Afrique, plus de 50 p. 100 de l'exploration minière en Afrique est réalisée par des Canadiens. D'autres secteurs d'activité plus récents pour les entreprises canadiennes en Afrique comprennent le pétrole et le gaz, les télécommunications, la production et la trans-

L'Afrique subsaharienne comprend toutes les nations au sud du Maroc, de l'Algérie, de la Tunisie, de la Lybie et de l'Égypte. Le terme générique « Afrique » employé dans le présent rapport est synonyme d'Afrique subsaharienne, à moins d'indication contraire.



mission de l'électricité et la transformation du bois. Plusieurs petites et moyennes entreprises (PME) se sont également installées en Afrique occidentale dans de nombreux secteurs sans liens avec les activités appuyées habituellement par l'ACDI. Le Canada a également contribué au développement de diverses structures régionales et continentales qui créent de nombreuses possibilités d'affaires, notamment la Bourse régionale (ouest-africaine), le RAS-COM (Organisation régionale africaine de communications par satellite), et l'École supérieure interafricaine de l'électricité de l'UPDEA (Union des producteurs, transporteurs, distributeurs d'énergie électrique en Afrique), tous établis à Abidjan.

Amélioration de la conjoncture du marché

Du point de vue canadien, les tendances récentes sont également encourageantes. Deux investissements à long terme très importants effectués par des sociétés minières canadiennes en Tanzanie (Barrick Gold) et en Afrique du Sud (Placer Dome) à la fin des années 1990 ne sont que les témoins les plus évidents de l'intérêt croissant des sociétés canadiennes. En Afrique occidentale, Hydro-Québec International l'a emportée sur d'autres concurrents étrangers et est devenue le principal partenaire stratégique de la privatisation de SENELEC, le producteur sénégalais d'électricité.

Services bancaires et financiers

Dans un grand nombre d'anciennes colonies, le système bancaire local est lié directement aux banques de l'ancienne puissance coloniale, ce qui peut nuire à la confidentialité et profiter aux concurrents de l'ancienne mère-patrie. Les entreprises canadiennes font face à la rude concurrence des entreprises européennes, qui ont accès à leurs propres organismes de crédit à l'exportation et aux succursales locales des banques nationales, souvent à des conditions favorables. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a appuyé pour 509 millions de dollars de transactions sur 31 marchés africains en 1999, en hausse par rapport à 356 millions de dollars en 1998. En Afrique subsaharienne, les marchés les plus actifs de la SEE ont été la Côte-d'Ivoire, le Ghana, le Kenya, l'Afrique du Sud et la Tanzanie. En revanche, les banques à charte canadiennes se sont montrées peu intéressées à investir sur le marché africain.

Presque tous nos concurrents d'autres pays de l'OCDE (Organisation pour la coopération et le développement économiques) ont accès à des capitaux propres par l'entremise des institutions financières de développement comme la Commonwealth Development Corporation (CDC) au Royaume-Uni, la Société d'investissement et de développement (DEG) en Allemagne, la Société de financement du développement (FMO) aux Pays-Bas et l'Overseas Private Investment Corporation (OPIC) aux États-Unis. Les exportateurs canadiens qui ont réalisé un chiffre d'affaires important en Afrique subsaharienne ne cessent de réclamer que le Canada crée de telles institutions de financement du développement afin de leur permettre de soutenir la concurrence sur les marchés en développement.

Données commerciales

Le commerce bilatéral des marchandises entre le Canada et l'Afrique subsaharienne a atteint un sommet de plus de 2,1 milliards de dollars en 1998, avant de se replier légèrement et de

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a appuyé pour 509 millions de dollars de transactions sur 31 marchés africains en 1999, en hausse par rapport à 356 millions de dollars en 1998.

descendre à 1,8 milliard de dollars en 1999. (Ces statistiques ne donnent cependant pas un tableau complet, puisqu'elles ne tiennent pas compte d'une grande partie du commerce de transit, surtout en Afrique occidentale, où arrivent des exportations importantes en provenance du Canada via l'Europe. Le commerce de transit n'est évidemment pas inclus dans les statistiques sur les exportations directes). Les exportations canadiennes comprennent à la fois des produits primaires comme le blé et la pâte de bois, et, de plus en plus, des produits manufacturés à forte valeur ajoutée comme les avions et les pièces, la machinerie, les véhicules moteur et le matériel minier. Les termes de l'échange restent favorables à l'Afrique. Le déficit commercial du Canada s'établit à environ 580 millions de dollars, mais exclut les exportations de services et de consultation, qui représentent au moins 500 millions de dollars et réduisent considérablement le déficit total avec l'Afrique subsaharienne.

La Renaissance africaine

La « Renaissance africaine » est inégale et reste incomplète, mais ses assises sont bien en place.

Depuis que les réformes macro-économiques et politiques ont commencé à déferler sur le continent à la fin des années 1980 - s'accéléralant en 1994 avec l'élection de Nelson Mandela en Afrique du Sud et se renforçant avec la transition vers un gouvernement civil au Nigeria en 1999 - de plus en plus de pays africains ont fait des pas de géant sur le front économique. Cette « Renaissance africaine » est inégale et reste incomplète, mais ses assises sont bien en place.

Le Botswana, la Namibie et Maurice sont les principaux phares de la Renaissance africaine, en raison de leur performance économique et de leur bonne gouvernance depuis de nombreuses années. Pour les autres pays, des premiers pas solides ont été faits pour privatiser les industries d'État et pour réformer des systèmes réglementaires et fiscaux obscurs. Avec l'appui d'autres initiatives dans les domaines de la libéralisation économique, de la bonne gouvernance, de la transparence, de la discipline budgétaire et monétaire, plusieurs États ont nettement amélioré le climat des affaires dans les années 1990, le Ghana, la Côte-d'Ivoire, le Mali, le Mozambique, le Sénégal, la Tanzanie et l'Ouganda venant en tête de peloton. La vaste majorité des États africains fait également partie de l'Agence multilatérale de garantie des investissements (AMGI), ce qui protège davantage l'investissement étranger. La revitalisation de la Banque africaine de développement et des divers marchés financiers, ainsi que la croissance des mécanismes de financement structuré du secteur privé, ont consolidé le cadre financier.

S'adapter à la concurrence

Jusqu'à récemment, les tendances commerciales en Afrique subsaharienne reflétaient l'histoire coloniale du sous-continent, les sociétés françaises étant surtout actives en Afrique centrale et occidentale, tandis que les entreprises britanniques se concentraient en Afrique orientale et australe. La situation change rapidement. La France resserre actuellement ses relations diplomatiques et commerciales avec des pays hors de sa sphère d'influence, tandis que l'Espagne, les États-Unis, l'Afrique du Sud et d'autres pays poursuivent énergiquement des débouchés commerciaux dans l'ensemble du continent, en s'appuyant souvent sur les percées réalisées par des entrepreneurs nationaux.



Le Canada a peu de grandes entreprises en Afrique. Nous pouvons cependant utiliser notre présence croissante en Afrique du Sud pour pénétrer d'autres régions. En Afrique occidentale et centrale, la capacité des sociétés canadiennes de faire des affaires en français en ferait des partenaires éventuels intéressants pour des entreprises sud-africaines intéressées aux pays francophones. L'Africa Growth Trade and Opportunity Act des États-Unis devrait stimuler l'intérêt des entreprises américaines pour l'Afrique. Les entreprises canadiennes devraient pouvoir en profiter en tirant parti des relations que leur procure l'ALENA pour négocier de nouveaux partenariats avec des entreprises américaines qui développent leurs activités en Afrique.

Débouchés particuliers

A l'instar de grands marchés, les possibilités de faire des affaires sont plus nombreuses dans certains secteurs et dans certaines régions que dans d'autres. Le chapitre 2 et le tableau du chapitre 3 présentent ces marchés africains et ces secteurs prioritaires. Les secteurs prioritaires sont le fruit de l'évaluation collective des délégués commerciaux du Canada en place sur ces marchés, ainsi que des agents commerciaux de la Direction générale de l'Afrique à Ottawa. Des renseignements plus détaillés sur ces marchés se trouvent dans le site Web InfoExport à www.infoexport.gc.ca et dans d'autres sources d'information indiquées au chapitre 5. Pour une liste complète de tous les délégués commerciaux du Canada à l'étranger, y compris ceux en Afrique subsaharienne, les exportateurs devraient télécharger le document Le Service des délégués commerciaux du Canada à l'étranger - Nos bureaux à l'étranger 1999-2000 à partir du site Web InfoExport à : www.infoexport.gc.ca/directory-f.asp.

Le Service des délégués commerciaux en Afrique subsaharienne

Le Service des délégués commerciaux du MAECI est l'organisme chargé de la coordination des efforts de promotion du commerce et de développement des échanges internationaux pour les divers ministères et le monde des affaires. Les délégués commerciaux en poste à Ottawa et dans les missions du Canada en Afrique subsaharienne jouent un rôle prépondérant dans l'élaboration et la mise en oeuvre des politiques commerciales sur leurs marchés respectifs.

Des délégués commerciaux canadiens, des agents commerciaux recrutés sur place et des consuls honoraires couvrent presque toute la région et s'occupent activement de promouvoir les exportations de biens et services canadiens, de faire connaître les débouchés commerciaux internationaux et de promouvoir des co-entreprises et l'investissement.

Le Service des délégués commerciaux est présent dans les pays suivants* :

● Afrique du Sud	● Ghana	● Nigeria
● Burkina Faso	● Guinée	● Sénégal
● Cameroun	● Kenya	● Tanzanie
● Côte-d'Ivoire	● Mali	● Zambie
● Éthiopie	● Mozambique	● Zimbabwe
● Gabon	● Niger	

Pour une liste complète de tous les délégués commerciaux du Canada à l'étranger, les exportateurs devraient télécharger le document Le Service des délégués commerciaux du Canada à l'étranger - Nos bureaux à l'étranger 1999-2000 à partir du site Web InfoExport à : www.infoexport.gc.ca/directory-f.asp.

• Pour plus de renseignements sur les pays qui ne figurent pas dans cette liste, visitez le site InfoExport www.infoexport.gc.ca Il faut s'inscrire dans la base de données WinExports pour avoir accès aux services du Service des délégués commerciaux : 1-800-551-4946.

• **Certains pays n'ont pas de personnel commercial canadien en permanence, tandis que d'autres sont servis uniquement par du personnel à temps partiel. Prévenez le bureau responsable longtemps à l'avance de vos missions de prospection ou de vos besoins concernant des études de marchés.*

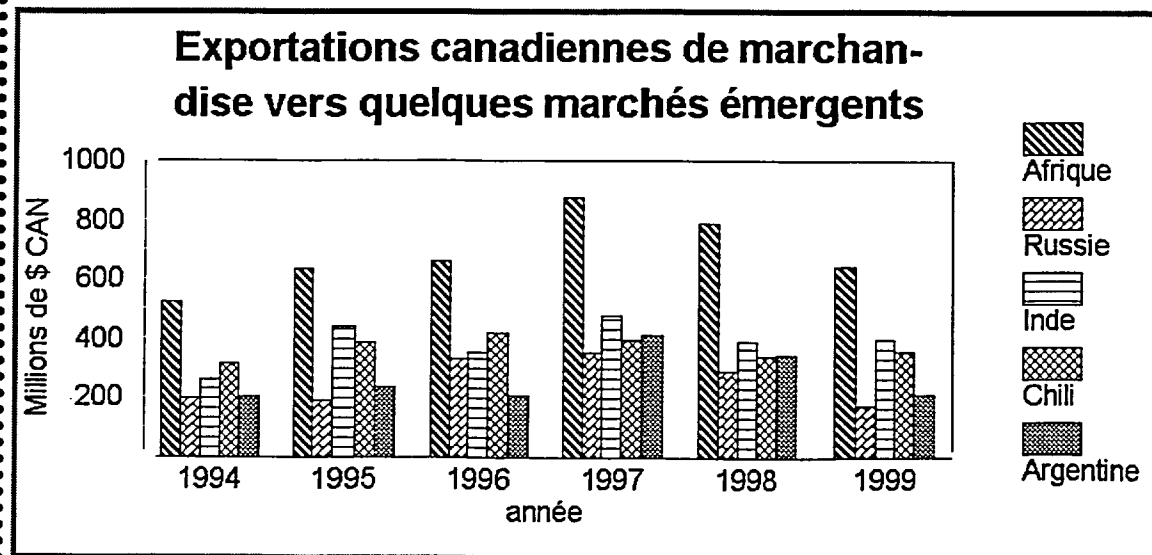
• Des agents commerciaux à Ottawa peuvent aider les nouveaux exportateurs et les exportateurs chevronnés qui ont étudié et choisi leurs marchés cibles. Leur mandat complète celui de leurs collègues des Centres du commerce international (CCI) établis dans toutes les régions du Canada, et des autres ministères fédéraux et gouvernements provinciaux et territoriaux qui aident les entreprises canadiennes à se préparer pour exporter. Une liste du personnel commercial de la Direction générale de l'Afrique du MAECI se trouve au chapitre 6.

• **Les six services de base du Service des délégués commerciaux**

• Le Service des délégués commerciaux fournit six services de base visant à aider les entreprises canadiennes à pénétrer les marchés étrangers. En Afrique, tous les services mentionnés ici ne sont pas offerts sur tous les marchés :

- *Aperçu du potentiel de marché*
- *Recherche de contacts clés*
- *Renseignements pour les visites*
- *Rencontres personnelles*
- *Information sur les entreprises locales*
- *Dépannage/Défense des intérêts*

N'oubliez pas d'informer la mission canadienne de votre visite au moins deux semaines avant votre arrivée. À noter également qu'il n'y a pas de délégué commercial canadien dans tous les pays africains.



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.

à long terme de l'Afrique. Elles vont de l'allégement 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.



Objectifs de la stratégie commerciale pour l'Afrique

Le développement et le renforcement du commerce et des relations d'affaires en Afrique présentent des difficultés particulières. Contrairement aux plans commerciaux relatifs aux marchés d'exportation établis, une stratégie commerciale pour l'Afrique constitue un élément intrinsèque des objectifs stratégiques à long terme de la politique étrangère canadienne visant à aider l'Afrique à réduire les niveaux de pauvreté et à s'intégrer à l'économie mondiale. Une Afrique économiquement vigoureuse rehausse le niveau de vie des Africains, réduit les conflits et la migration forcée, et accroît les liens et les débouchés d'affaires entre l'Afrique et le Canada. Les grandes questions comme l'allègement de la dette contribuent grandement à faire de l'Afrique un partenaire commercial plus solide à long terme.

En même temps, cette stratégie commerciale doit tenir compte des difficultés commerciales particulières d'une région économique émergente, dominée par l'Afrique du Sud mais comptant plus de 40 pays moins développés. Elle doit également tenir compte des ressources limitées que le Service des délégués commerciaux peut consacrer à un territoire aussi vaste et diversifié. Enfin, la stratégie commerciale pour l'Afrique doit être sensible à l'évolution des tendances du marché et des besoins des sociétés canadiennes, ce qui suppose un examen et une révision tous les deux ans.

Compte tenu de ces facteurs, quatre grands objectifs sont présentés dans la stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne :

1) Image de marque : Commercialiser l'Afrique et le Canada

Les projecteurs braqués sur les marchés émergents se tournent notamment sur la Chine ou sur l'Amérique latine plutôt que sur l'Afrique. En outre, l'Afrique doit lutter contre une image publique très négative au Canada, des événements comme des guerres, des famines et des inondations portant grandement ombrage à l'ensemble du continent.

Par contre, la bonne réputation du Canada dans toute l'Afrique est assez méconnue des entreprises canadiennes et n'est donc pas exploitée à son maximum. Malgré sa réputation positive comme partenaire du développement dans toute l'Afrique, le Canada, ses entreprises et ses capacités sont souvent éclipsées par de dynamiques entreprises américaines, britanniques, allemandes, japonaises, françaises, italiennes et, de plus en plus, sud-africaines, malaisiennes et chinoises, appuyées par des programmes nationaux et régionaux de commercialisation et de financement de projets (voir l'annexe A).

Il est donc essentiel de rehausser l'image du Canada comme partenaire précieux pour le commerce et l'investissement et de favoriser un appui solide à une coopération économique et commerciale plus étroite avec l'Afrique subsaharienne :

◆ En augmentant la fréquence des visites officielles de dirigeants des principales économies africaines émergentes, ainsi que la présence de dirigeants, de hauts fonctionnaires et de représentants d'affaires canadiens reliés à l'Afrique, grâce à des foires commerciales, à des approches axées sur des secteurs particuliers et des initiatives telles que « Afrique en

*Objectif :
Image de marque*

*L'image de
l'Afrique au
Canada doit être
renforcée.
Et il faut profiter
davantage de
l'image positive du
Canada sur tout le
continent africain.*

L'ACDAAS,
le PCI-ACDI
et le PDME
sont des
programmes à l'in-
tentation des PME
canadiennes qui
veulent faire des
affaires sur les
marchés
internationaux.

direct » (vers le Canada) et Équipe Canada (vers l'Afrique) :

- Le Service des délégués commerciaux visera à réaliser au moins une mission commerciale sectorielle dirigée par un ministre en Afrique subsaharienne, dans chacun des trois principaux secteurs prioritaires au cours des deux prochaines années;
- Accroître les missions au Canada de décideurs et de gens d'affaires africains pour faire la démonstration des capacités des entreprises canadiennes et convoier des programmes visant à leur présenter des fournisseurs appuyés par du financement à l'exportation.

◆ En suivant de près l'évolution économique en Afrique subsaharienne et en diffusant de l'information et des renseignements commerciaux au milieu des affaires canadiennes à l'aide de tous les moyens de communication, y compris le Centre des occasions d'affaires internationales, divers mécanismes sur Internet ainsi que les associations professionnelles pertinentes :

- Utiliser de nouvelles méthodes d'analyse, par le Service des délégués commerciaux, des projets proposés par les institutions financières internationales (IFI) et les organismes de développement pour informer les sociétés canadiennes sur les futurs marchés de biens et services, qui représentent plus de 60 p. 100 de la valeur des projets de développement des IFI;
- Surveiller activement les bureaux d'approvisionnement des groupes industriels dans les centres régionaux (comprenant les trois plaques tournantes régionales : Johannesburg, Abidjan et Nairobi) et informer les fournisseurs canadiens sur les débouchés éventuels.

◆ En contestant, dans la mesure du possible, l'image trop négative de l'Afrique présentée dans les médias afin que les entreprises canadiennes, le milieu financier et les Canadiens en général envisagent sérieusement l'Afrique comme endroit où faire des affaires ou des investissements :

- Lorsque le temps et les ressources le permettent, les délégués commerciaux peuvent participer à un programme non officiel de sensibilisation et de promotion au Canada, comprenant des discours, des réunions informelles et de l'aide pour que les sociétés qui réussissent déjà en Afrique organisent des missions d'entreprises et de groupes d'investisseurs africains au Canada.

2) Accroître le commerce bilatéral et élargir l'accès aux marchés

Pour atteindre les objectifs du développement socio-économique à long terme et de la réduction de la pauvreté en Afrique - ainsi que ceux de la prospérité canadienne et de la stabilité mondiale - un secteur privé africain dynamique constitue une condition essentielle.



Il faut, pour ce faire, des efforts soutenus de libéralisation mondiale et d'intégration qui tiennent compte des points forts et des faiblesses de l'économie de l'Afrique. L'expansion du commerce, un accès accru aux marchés et le renforcement de la protection des investissements sont avantageux pour toutes les parties et peuvent être obtenus par diverses méthodes :

◆ En axant les initiatives de promotion et de soutien du commerce sur les marchés et les secteurs prioritaires qui correspondent aux points forts du Canada et aux secteurs de croissance de l'Afrique, y compris des études de marché ainsi que des missions et des foires commerciales ciblées, et en accroissant les ressources affectées à l'appui du commerce pour répondre à ces besoins :

- Le Service des délégués commerciaux accroît son personnel canadien en Afrique subsaharienne de trois personnes en l'an 2000;
- Un nouvel agent commercial à Lagos, au Nigeria, a été embauché;
- Un nouveau poste de délégué commercial sera ajouté à la Direction générale de l'Afrique à Ottawa;
- Dans l'ensemble, le budget pour la promotion du commerce et de l'investissement en Afrique subsaharienne sera accru et de nouvelles ressources financières seront mises à la disposition des bureaux commerciaux en Afrique;
- Les nouvelles études de marché tiendront compte d'une approche régionale au besoin.

◆ En travaillant avec des États et des représentants commerciaux africains ayant une optique commune, dans le cadre des relations bilatérales et des tribunes multilatérales, pour renforcer la protection des investissements internationaux et des régimes commerciaux et réduire des obstacles particuliers à l'exportation en Afrique;

◆ En favorisant l'investissement direct, les alliances stratégiques et les coentreprises (y compris des transferts de technologie) avantageuses pour toutes les parties dans les domaines où excellent les entreprises canadiennes :

- Collaborer avec l'Alliance canadienne pour le développement des affaires en Afrique du Sud (ACDAAS) afin de favoriser des coentreprises avantageuses pour toutes les parties et qui peuvent mener à des exportations et à des transferts de technologie en Afrique du Sud. La ACDAAS a également des représentants au Canada, qui peuvent constituer un premier point de contact, ainsi que de bons liens régionaux en Afrique australe;
- Travailler avec la Direction de la coopération industrielle de l'ACDI (PCI-ACDI) pour accroître le nombre de projets en Afrique et adapter le programme aux initiatives régionales;

*Objectif :
Accroître les
échanges
commerciaux.*

*Les exportations
vers l'Afrique sub-
saharienne ont
doublé entre 1994
et 1998. Les
ressources
consacrées à la
promotion
commerciale sont
redéployées pour
profiter de cette
dynamique.*

*Objectif :
Mobiliser le
secteur privé*

*Une association
nationale privée
pour les affaires
en Afrique
renforcerait les
liens commerci-
aux. Elle pourrait
également trou-
ver des façons
de combler
l'écart de
financement qui
désavantage les
entreprises
canadiennes par
rapport à leurs
concurrents oeu-
vrant dans les
pays en
développement.*

□ S'assurer que le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) tient compte des réalités du marché et des frais de prospection plus élevés en Afrique subsaharienne.

◆ En collaborant avec le Bureau de promotion du commerce Canada pour aider les missions diplomatiques africaines, les organismes de promotion de l'investissement et les exportateurs à mieux se faire connaître en Amérique du Nord;

◆ En coordonnant les efforts, favorisant les débouchés en Afrique et échangeant les connaissances avec d'autres ministères et organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux chargés de la promotion du commerce et de l'investissement;

◆ En encourageant activement une stratégie régionale pour les affaires en Afrique qui mise sur les avantages comparatifs naturels du Canada, y compris le bilinguisme et le multiculturalisme :

□ Promouvoir les missions d'entreprises et de délégations commerciales canadiennes dans plusieurs pays africains;

□ Évaluer la possibilité de collaborer avec les États-Unis pour organiser des missions commerciales africaines dans l'Ouest, le Centre et la région de l'Atlantique en Amérique du Nord, de concert avec les organismes gouvernementaux américains ou le US Corporate Council on Africa, et le personnel du Service des délégués commerciaux à l'étranger;

□ Renforcer les bureaux commerciaux dans les principales plaques tournantes commerciales africaines (Abidjan, Johannesburg et Nairobi) et leur capacité d'appuyer et de coordonner les services commerciaux dans chaque région.

À ces grands objectifs de la stratégie commerciale reliés aux exportations et aux coentreprises s'ajoutent les aperçus régionaux et sectoriels qui suivent, dans les chapitres 3 et 4, afin d'optimiser les capacités canadiennes dans quelques secteurs économiques prioritaires de l'Afrique subsaharienne.

3) Mobiliser le secteur privé

L'Afrique a besoin d'une forte représentation du secteur privé national au Canada, semblable à celle qui existe déjà pour d'autres régions (p. ex. le Conseil commercial Canada-Chine). Une telle tribune permettra aux entreprises d'apprendre de d'autres entreprises qui réussissent comment faire des affaires en Afrique, quels services et programmes sont offerts, etc. Le gouvernement y trouvera un point de contact principal pour les questions relatives au commerce et au secteur privé en Afrique. Suivant l'exemple de nombreuses entreprises québécoises actives en Afrique, il est possible de poursuivre cet objectif :

◆ En encourageant l'idée d'une organisation nationale privée qui deviendrait le pivot de la promotion du commerce avec l'Afrique, de la sensibilisation, de la coopération et de l'assistance aux divers groupes régionaux pour que leurs activités soient coordonnées au niveau



national;

- Le MAECI consacrerà jusqu'à 50 000 \$ à des projets soumis par des associations d'affaires Canada-Afrique, surtout ceux qui ont une orientation nationale.

Les coentreprises et l'investissement direct étranger (IDE) en Afrique font augmenter les exportations canadiennes et les débouchés d'affaires pour les entreprises canadiennes. L'IDE joue également un rôle important dans le développement et la réduction de la pauvreté en Afrique. C'est pour cette raison que la plupart des pays cherchent activement ce type d'investissement. Un grand objectif de la stratégie commerciale consiste à sensibiliser davantage les sociétés canadiennes à l'accès à l'investissement et au financement, surtout à l'appui d'une prise de participation dans des projets économiquement viables. Une partie de la stratégie consiste à s'assurer que les entreprises canadiennes connaissent le financement de projets accordé par les institutions financières internationales (IFI) et que plus d'entreprises canadiennes soumissionnent plus souvent pour participer à ces projets.

Les banques commerciales canadiennes prêtent rarement pour réaliser des projets en Afrique. Tant que ce continent sera perçu comme une poudrière politique où l'économie est entravée, l'absence d'un grand réservoir national de capitaux d'investissement limitera la capacité des entreprises canadiennes de poursuivre toutes les possibilités liées aux secteurs d'avant-poste et à la privatisation qu'offre l'Afrique contemporaine. Les sociétés canadiennes, et tout particulièrement les PME, ont besoin d'aide pour trouver et mobiliser les sources pertinentes de financement et d'investissement leur permettant de rester actives en Afrique.

L'Afrique présente des difficultés particulières à cet égard, puisque ses secteurs privé et public n'ont pas toujours les ressources financières internes nécessaires, sans la participation des IFI ou des institutions de développement.

Comme d'autres régions en développement, l'Afrique souffre souvent d'une pénurie de capitaux d'investissement, étant donné que son éloignement relatif des grands marchés financiers et l'impression de risque accru rendent les projets en Afrique moins intéressants que les projets dans les pays développés. En outre, bien que la plupart des projets africains soient très rentables, ceux qui sont fortement axés sur le développement procurent souvent un faible taux de rendement réel. Il n'est pas possible de trouver le financement de ces investissements « inférieurs au marché » auprès des institutions de prêt commerciales normales, comme les banques commerciales. Les prêts et les capitaux propres pour ces projets proviennent principalement des IFI et des institutions financières de développement. Étant donné qu'il n'y a pas d'institution financière de développement canadienne à l'heure actuelle, les exportateurs canadiens doivent compter sur les institutions étrangères.

En Afrique subsaharienne, le Service des délégués commerciaux peut apporter une aide :

- ◆ En appuyant les efforts des entreprises canadiennes pour prendre de l'expansion et accentuer leur présence sur le marché grâce à des investissements en Afrique subsaharienne, surtout par des coentreprises avec des partenaires qui ont accès à d'autres sources de financement;
- ◆ En mettant en place et en offrant des mécanismes adaptés aux besoins de finance-

Les sociétés canadiennes, et tout particulièrement les PME, ont besoin d'aide pour trouver et mobiliser les sources pertinentes de financement et d'investissement leur permettant de rester actives en Afrique.

ment des PME canadiennes, ce qui favorisera une pénétration accrue en Afrique subsaharienne par les petites entreprises et les entreprises spécialisées prêtes à exporter sur ces marchés (une liste des sources de financement privées se trouve à l'annexe A, y compris des indications sur la pertinence de chacune pour les PME);

◆ En surveillant et en optimisant les avantages économiques des activités dans d'autres secteurs, y compris les banques de développement multilatérales (surtout la Banque africaine de développement (BAD) et les grandes places financières des IFI comme Londres, Paris et Washington), les projets canadiens bilatéraux d'aide au développement ou les liens avec les gouvernements provinciaux et municipaux;

◆ En trouvant des façons de transférer les connaissances sur le marché africain aux entreprises qui arrivent sur ce marché. Un exemple pourrait être des séminaires comme ceux de la BAD et de la Banque mondiale où les entreprises qui réussissent en Afrique peuvent décrire leurs pratiques fructueuses aux soumissionnaires éventuels. Cette approche pourrait convenir tout particulièrement aux PME et aux maisons de commerce;

◆ En conseillant les exportateurs canadiens sur les sources de capitaux existantes.

Objectif :
Intégrer

*l'Afrique dans
la nouvelle
économie*

4) Intégrer l'Afrique dans la nouvelle économie

« La révolution numérique a déclenché une vague sans précédent de changements technologiques. Utilisée sagement, elle peut améliorer nos chances d'éradiquer la pauvreté », soutient Kofi Annan, secrétaire général des Nations Unies. Le Canada est un chef de file mondial des technologies qui sont les assises de la nouvelle économie électronique du savoir de l'Afrique subsaharienne ainsi que de leurs applications. D'ailleurs, par habitant, le Canada devance les États-Unis du point de vue de la pénétration d'Internet dans les foyers et de l'utilisation de nombreuses fonctions du commerce électronique par les consommateurs. Étant donné que l'Afrique est relativement peu branchée mais disposée à faire des pas de géant pour adopter des technologies qui comblent un grand nombre des lacunes fondamentales de l'infrastructure des télécommunications et des TI, elle constitue un marché et un partenaire de choix pour le Canada. Notre objectif devrait consister à favoriser la participation à part entière de l'Afrique dans la nouvelle économie et sa propre révolution numérique :

◆ En développant un réseau complet de ressources en direct et d'applications du commerce électronique dans les missions canadiennes en Afrique afin de montrer que le Canada est à l'avant-garde mais aussi de faire ressortir les débouchés qui se présentent en Afrique à mesure qu'ils surgissent;

◆ En travaillant avec les associations professionnelles, les entrepreneurs, les sociétés de capital-risque et les établissements de formation pertinents au Canada pour renforcer la capacité de l'Afrique d'intégrer et d'utiliser cette technologie;

◆ En encourageant un programme d'éducation et de sensibilisation en Afrique, en établissant au départ un groupe de travail Savoir 2000, afin de coordonner les initiatives du gouvernement et de l'industrie en Afrique du Sud et de promouvoir les activités créatrices de richesse dans les domaines de l'éducation et de la formation en Afrique :

*Le rôle de chef
de file que joue
le Canada
dans la
« nouvelle
économie »
peut exercer
une influence
positive sur ses
relations
commerciales
futures avec
l'Afrique
subsaharienne.*

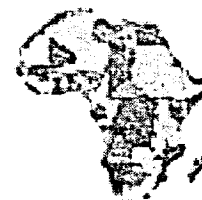


□ Un Centre canadien de l'apprentissage pourrait être créé dans le cadre du suivi stratégique de la mission éducative et technologique organisée en mars 2000 en Afrique du Sud. La visite d'une mission au Canada est également à l'étude.

□ À long terme, une mission éducative et technologique pourrait être organisée en Afrique occidentale.

◆ En établissant des liens directs par Internet avec les universités et les collèges du Canada dans toutes nos missions en Afrique.

Ensemble, ces quatre grands objectifs ou thèmes vont au-delà de ce qu'on entend habituellement par « développement du commerce ». Mais le développement du commerce avec l'Afrique exigera des mesures inhabituelles, jusqu'à ce que la plus grande partie du continent croisse rapidement et que les milieux d'affaires canadiens prennent l'habitude de considérer l'Afrique comme un de leurs marchés normaux d'exportation ou d'investissement.



3. Dynamique du marché régional

Principales économies : Afrique du Sud et Nigeria

L'Afrique subsaharienne compte deux grandes économies, l'une réelle, l'autre potentielle.

L'Afrique du Sud est certainement l'économie dominante de l'Afrique, avec un PIB de plus de 130 milliards de dollars US et des secteurs manufacturier et financier bien développés. Le Nigeria, avec ses 110 millions d'habitants, ses vastes réserves pétrolières, sa transition démocratique et sa restructuration économique, pourrait enfin devenir un moteur de la croissance de l'Afrique occidentale d'ici trois à cinq ans.

L'Afrique du Sud est le seul marché de l'Afrique subsaharienne qui a droit à un chapitre dans *Ouverture sur le monde : Priorités du Canada en matière d'accès aux marchés internationaux 2000*, qui se trouve à : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/doorsworld/menu-f.asp>

L'Afrique du Sud reste le principal partenaire commercial du Canada dans l'Afrique subsaharienne. En 1999, la valeur totale des exportations canadiennes de marchandises dirigées vers ce marché atteignait 235 millions de dollars, soit 24,2 p. 100 de moins qu'en 1998. Le Canada accorde le bénéfice du tarif de préférence général à l'Afrique du Sud depuis 1994. En 1999, la valeur des importations canadiennes provenant de l'Afrique du Sud s'élevait à 487 millions de

APERÇU DE L'ÉCONOMIE DE L'AFRIQUE DU SUD

Population : 43 millions d'habitants
Taux d'alphabétisation : 82 p. 100
(67 p. 100 pour les Africains)
PIB : 130 milliards de dollars US
Croissance prévue du PIB en l'an 2000 : 3,5 p. 100

Structure de l'économie (pourcentage du PIB en 1998) :
Agriculture 4,5 p. 100
Fabrication 24 p. 100
Autres industries 15 p. 100 (comprend les mines 8 p. 100)
Services 56 p. 100

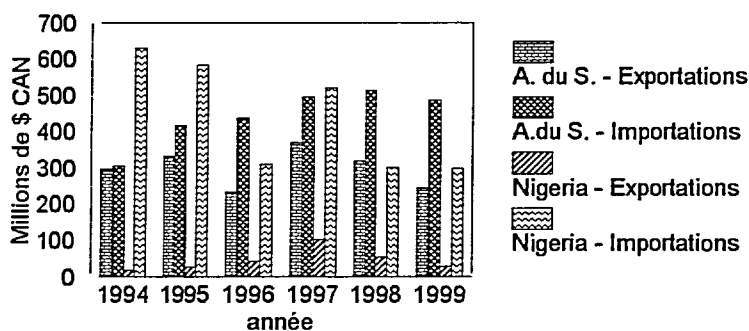
Nota : Bien que le secteur minier ne domine plus l'économie nationale sud-africaine comme il l'a déjà fait, ce secteur et ses industries connexes représentent encore une grande proportion de l'emploi officiel et des recettes d'exportation. À elles seules, les exportations d'or représentent près de 20 p. 100 des recettes d'exportation.

dollars, soit une diminution de 5,2 p. 100 par rapport à 1998. L'investissement bilatéral demeure modeste, mais les investissements canadiens directs en Afrique du Sud ont quand même totalisé plus de 400 millions de dollars en 1998, augmentant de 520 millions de dollars dans les neuf premiers mois de 1999. L'investissement à l'intérieur du pays par l'Afrique du Sud a aussi augmenté ces derniers mois pour atteindre plus de 350 millions de dollars, dont la plupart dans les opérations minières.

L'entente de coopération en matière de commerce et d'investissement (ECCI) conclue en septembre 1998 prévoit un cadre pour élargir le dialogue en matière de commerce et d'investissement, sur les plans bilatéral et multi-

latéral. Elle établit un groupe consultatif, composé de hauts fonctionnaires, qui se réunira une fois tous les 18 mois. Ce groupe consultatif examinera les occasions de commerce et d'investissement et s'attaquera aux obstacles enfraignant l'accès aux marchés que peuvent rencontrer l'un ou l'autre pays. L'ECCI établit également un cadre pour favoriser la formation des spécialistes en politique commerciale de l'Afrique du Sud. Avec les négociations de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) qui

Commerce de l'Afrique du Sud et du Nigeria avec le Canada



aboutissent dans les domaines de l'agriculture et des services, et étant donné les discussions sur le commerce en cours entre l'Afrique du Sud et l'UE (Union européenne) et les voisins de la Communauté pour le développement de l'Afrique australe, les consultations dans le cadre de l'ECCI offriront un forum qui améliorera notre coopération sur les questions de commerce multilatéral et permettra d'obtenir des renseignements inédits sur les développements qui peuvent toucher les intérêts canadiens en matière de commerce et d'investissement en Afrique du Sud.

Le Canada a également signé un accord de promotion et de protection de l'investissement étranger avec l'Afrique du Sud. Des discussions relatives à l'entrée en vigueur de cet accord sont en cours.

Afrique du Sud — Porte d'entrée de l'Afrique subsaharienne

Comptant à peine 5 p. 100 de la population du continent africain, l'Afrique du Sud représente 40 p. 100 de la production industrielle de l'Afrique, 25 p. 100 de son PIB, plus de 50 p. 100 de sa production d'électricité, 45 p. 100 de la production minérale et 40 p. 100 de ses lignes téléphoniques. Cette domination économique, conjuguée à une culture des affaires solidement implantée et à l'excellence de l'infrastructure physique et financière, explique pourquoi les entreprises étrangères se servent de l'Afrique du Sud comme porte d'entrée de l'Afrique.

Étant donné l'importance du marché sud-africain et de son infrastructure de calibre mondial, le Canada a établi son seul bureau commercial indépendant en Afrique dans le centre commercial dynamique de Johannesburg. Le Bureau du commerce du Haut-Commissariat

du Canada est chargé de l'Afrique du Sud (et des pays voisins : Lesotho, Maurice, Namibie et Swaziland), mais il est en train de devenir une plaque tournante pour les entreprises canadiennes qui oeuvrent dans d'autres régions de l'Afrique subsaharienne pour trois grandes raisons :

- Pour de nombreuses entreprises, l'Afrique du Sud constitue en soi un tremplin vers l'Afrique subsaharienne;
- Les entreprises sud-africaines font de bons partenaires pour le commerce dans d'autres régions de l'Afrique, notamment dans l'Afrique occidentale francophone, où les entreprises canadiennes et sud-africaines peuvent unir leurs forces et miser sur les atouts de la connaissance du français et des marchés, ainsi que du financement du commerce sud-africain;
- L'Afrique du Sud possède une masse critique d'institutions bancaires, d'IFI, et d'institutions de développement qui offrent du financement pour des projets en Afrique.

L'Afrique du Sud et le Nigeria sont les deux principaux partenaires commerciaux du Canada en Afrique subsaharienne, mais le commerce y est très différent. Le Nigeria ne se compare pas encore à l'Afrique du Sud comme marché d'exportation, mais la situation pourrait bien changer d'ici quelques années, car l'économie Nigériane est en train de se restructurer et de se revitaliser, et la confiance revient dans ses systèmes commerciaux et financiers.

Régionalisation des marchés

L'Afrique du Sud étant à la fois une destination et une porte d'entrée vers l'Afrique et le Nigeria pouvant jouer le même rôle en Afrique occidentale, ces deux pays illustrent les efforts positifs de régionalisation en cours dans toute l'Afrique subsaharienne. Après de nombreux faux départs entre les années 1960 et 1990, et en dépit des tensions régionales actuelles au sein de la Communauté pour le développement de l'Afrique australe (SADC) liées au conflit en République démocratique du Congo, l'élan a été donné pour renforcer les liens régionaux. Il y a des plans pour créer des zones de libre-échange dans la SADC, la Coopération est-africaine (EAC) et le Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA) — ce dernier ayant lancé sur son site Web le compte à rebours pour sa zone de libre-échange, qui devrait entrer en vigueur en octobre 2000. D'autres plans visent à élargir les unions monétaires existantes en Afrique occidentale pour resserrer la coopération fonctionnelle dans des domaines comme l'électricité, l'eau, les marchés financiers et la sécurité alimentaire. La régionalisation, soutient-on, pourrait être une première étape pour les économies qui se libéralisent et se renforcent, mais qui ne sont pas consolidées suffisamment pour pouvoir affronter les vents de la mondialisation.

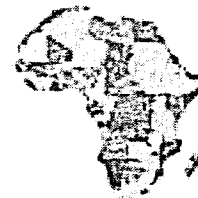
Afrique occidentale - S'étendant du Sénégal à l'ouest jusqu'au Nigeria à l'est, l'Afrique occidentale compte plus de 200 millions d'habitants dans 15 pays et, comme nous l'avons déjà indiqué, elle s'organise de plus en plus dans une perspective régionale. Le Nigeria est l'économie dominante de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), mais la Côte-d'Ivoire, le Ghana et le Sénégal ont mieux géré leur économie et affiché une croissance économique plus forte ces dernières années. Le Mali, le Niger et le Burkina Faso ont suscité un intérêt considérable parmi les sociétés minières canadiennes; ils ont amélioré leur structure réglementaire et leur climat des affaires et présentent également

Il y a des plans pour créer des zones de libre-échange dans la SADC, la EAC et COMESA — ce dernier ayant lancé sur son site Web le compte à rebours pour sa zone de libre-échange, qui devrait entrer en vigueur en octobre 2000.

des débouchés intéressants hors du secteur minier.

Afrique centrale - Un petit nombre de pays plutôt petits réunis par une tradition française commune et possédant d'énormes ressources naturelles forment l'Afrique centrale. Le Cameroun, le Tchad, la République centrafricaine, le Gabon, le Congo, la République démocratique du Congo et la Guinée équatoriale présentent des débouchés variés, mais surtout dans les secteurs de l'exploration et de la mise en valeur du pétrole et du gaz - certaines entreprises canadiennes travaillant déjà au projet de pipeline entre le Tchad et le Cameroun financé par la Banque mondiale - et dans le secteur minier. Le Cameroun est le principal centre économique de cette région qui compte près de 80 millions d'habitants, tout au moins tant que durera le conflit en République démocratique du Congo.

Afrique australe et orientale - Depuis le Kenya et l'Ouganda au nord jusqu'à l'Afrique du Sud au sud et l'Angola à l'ouest, cette immense région est constituée en réalité de plusieurs sous-régions, organisations internationales et initiatives de régionalisation qui se chevauchent. Ainsi la Coopération est-africaine unit l'Ouganda, la Tanzanie et le Kenya, mais ces trois pays sont également membres du COMESA et la Tanzanie est aussi membre de la Communauté pour le développement de l'Afrique australe. Ces trois organisations préconisent divers programmes d'intégration économique prévoyant une monnaie commune, le libre-échange, des tarifs douaniers communs, etc. Mais pour la première fois depuis 30 ans, les efforts régionaux progressent et pourraient créer d'ici dix ans un bloc commercial régional coordonné comprenant l'Afrique du Sud et un groupe de « lions africains » qui représentent plus de 200 millions d'habitants, une classe moyenne grandissante et des occasions d'exportation énormes.



4. Afrique subsaharienne - Analyse sectorielle par pays

Potentiel commercial de quelques pays

E : élevé, M : moyen, F : faible

Pays	Potentiel commercial par secteur	Mines	Pétrole et gaz	Énergie	Télécommunications	Transports	Services	Produits forestiers	Logement et matériaux de construction	Agriculture	Environnement	Technologies de l'information
Angola		M	E	M	M	M	F	F	M	M	M	M
Botswana		E	F	E	E	E	E	F	M	M	F	E
Burkina Faso		M	F	E	E	M	E	F	M	E	F	E
Cameroun		E	M	E	F	E	E	E	E	M	M	E
Congo (RDC)		E	M	E	M	M	E	E	E	E	E	E
Côte-d'Ivoire		E	E	E	M	E	E	M	M	E	E	E
Éthiopie		M	F	M	M	M	F	F	M	M	M	M
Gabon		M	M	E	M	M	E	E	F	F	M	E
Ghana		E	F	E	E	E	E	F	E	F	F	E
Kenya		F	F	E	E	E	E	F	E	M	E	E
Mali		E	F	E	E	E	E	F	E	E	E	F
Niger		E	F	E	E	E	E	F	M	M	M	E
Nigeria		F	E	E	E	E	E	F	E	E	M	E
Maurice		F	F	F	E	M	M	F	M	M	M	M
Mozambique		E	M	E	E	E	M	M	E	E	M	E
Namibie		E	F	E	E	E	M	F	F	F	F	M
Sénégal		M	M	E	E	E	E	F	E	M	E	E
Afrique du Sud		E	F	E	E	E	E	F	F	M	M	E
Soudan		F	M	M	M	F	F	F	M	F	F	M
Tanzanie		E	M	E	E	M	M	F	E	F	M	E
Ouganda		F	F	E	E	E	M	F	M	E	M	M
Zambie		M	F	M	M	M	F	F	M	M	F	M
Zimbabwe		E	F	E	E	E	M	M	E	E	M	E



5. AFRIQUE 2015 : Cap sur les débouchés émergents

Réduire de moitié la pauvreté d'ici 2015

L'année 2015 a un sens spécial pour de nombreux pays pauvres. Les Nations Unies ont choisi 2015 comme date cible pour la réalisation d'objectifs très ambitieux : réduire de moitié le pourcentage de la population mondiale qui vit dans la pauvreté extrême, freiner et renverser la propagation du sida, s'assurer que tous les enfants terminent des études primaires et éliminer l'écart entre les garçons et les filles à tous les niveaux d'éducation.

De nombreux pays africains ont pris ce projet à coeur et lancé des plans comme « Vision 2020 » au Ghana, qui se fixent des objectifs parallèles au niveau national. D'ici une décennie ou deux, en extrapolant les tendances économiques positives actuelles, certaines régions de l'Afrique auront affiché une croissance considérable et investi massivement dans les secteurs fondamentaux pour le développement durable et la réduction de la pauvreté. Cela veut dire que les débouchés extrêmement intéressants reliés à l'infrastructure, à la privatisation et aux services publics qui existent actuellement ou qui se présenteront d'ici quelques années auront disparu dans une décennie environ.

Envisageant l'avenir avec optimisme, on peut prévoir que la paix durable dans des régions comme l'Angola, la République démocratique du Congo, l'Érythrée-Éthiopie et la Sierra Leone accroîtront considérablement les occasions d'affaires. Tous ces pays possèdent les ressources naturelles nécessaires pour appuyer le développement économique et la diversification. À la fin des conflits, les réfugiés et les émigrants pourront rentrer chez eux, ramenant avec eux les compétences et les capitaux nécessaires pour rebâtir leur économie. Les zones d'instabilité frontalière disparaîtront et les ressources productives pourront être consacrées à l'économie au lieu des objectifs militaires.

Considérons ce fait : l'Angola a maintenu une très forte croissance économique malgré la reprise récente de la guerre civile. Si la paix s'installait pour de bon, ce pays riche en pétrole, en diamants et en produits agricoles pourrait devenir une puissance économique et le grenier de la région. Les entreprises canadiennes doivent rester à l'affût de l'évolution économique et politique en Afrique dans les années qui viennent, lorsque les conflits diminueront et feront place aux occasions d'affaires.

Secteurs émergents de la prochaine décennie

1) Éducation - Les dépenses sociales consacrées à l'éducation en Afrique subissent des pressions financières depuis de nombreuses décennies, mais il est reconnu que le développement du capital humain est essentiel pour assurer une intégration réussie dans l'économie mondiale. De nouvelles initiatives liées à un accès accru à l'éducation de base et technique - surtout au moyen de nouvelles technologies - créeront des occasions d'affaires pour les établissements d'enseignement, les fournisseurs de technologies, en particulier dans les domaines des communications sans fil (voix et données), les créateurs de didacticiels ou de logiciels et

les spécialistes de l'éducation à distance du Canada.

2) Culture - Les exportations et les liens culturels avec l'Afrique sont déjà une réalité. Il n'est pas rare de voir des émissions canadiennes doublées dans des langues africaines dans certaines régions de l'Afrique. Étant donné le faible taux de pénétration de la télévision, et les taux encore plus bas de pénétration des ordinateurs et de l'Internet, il y aura une croissance considérable des médias, les consommateurs africains exigeant un choix accru et amélioré de produits culturels importés, notamment de musique et de livres.

3) Tourisme - Secteur déjà important de l'économie de nombreux États africains, le tourisme est encore capable de créer plus d'emplois et d'attirer plus de visiteurs de façon continue. Les débouchés vont des produits et services de transport - y compris les services de modernisation des aéroports et de gestion des transporteurs aériens - de la construction et de la gestion des ressources naturelles jusqu'aux investissements dans l'industrie hôtelière et la fourniture de systèmes de télécommunications et de TI de calibre mondial.

Secteur déjà important de l'économie de nombreux États africains, le tourisme est encore capable de créer plus d'emplois et d'attirer plus de visiteurs de façon continue.



5. Contacts et ressources

COMMERCE AVEC L'AFRIQUE SUBSAHARIENNE (GGTT) - OTTAWA

Commerce avec l'Afrique subsaharienne (GGTT)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Télécopieur (613) 944-7437

FARRELL, Robert - directeur adjoint (613) 944-8133
courriel : robert.farrell@dfait-maeci.gc.ca

Commerce avec

l'Afrique

subsaharienne

(GGTT) - Ottawa

Robinson, Noreen - commis - Relations commerciales (613) 944-6589
courriel : noreen.robinson@dfait-maeci.gc.ca

Weinstein, Ted - délégué commercial (613) 944-6586
Angola, Comores, Djibouti, Érythrée, Éthiopie,
Kenya, Madagascar, Malawi, Mozambique, Ouganda,
Seychelles, Somalie, Soudan, Tanzanie, Zambie, Zimbabwe
courriel : ted.weinstein@dfait-maeci.gc.ca

Vézina, Daniel - délégué commercial (613) 944-8134
Afrique du Sud, Botswana, Lesotho, Maurice, Namibie, Swaziland
courriel : daniel.vezina@dfait-maeci.gc.ca

Poste vacant - délégué commercial (613) 944-6575
Ghana, Nigeria
courriel : robert.farrell@dfait-maeci.gc.ca

Gagnon, Paul-André - délégué commercial (613) 944-0396
Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun,
Congo (République démocratique), Congo (République),
Côte-d'Ivoire, Gabon, Gambie, Guinée, Guinée-Bissau,
Libéria, Mali, Niger, République centrafricaine,
Rwanda, Sénégal, Sierra Leone, Tchad, Togo
courriel : paul-andre.gagnon@dfait-maeci.gc.ca



Sites Web des gouvernements et des IFI

Page du MAECI sur l'Afrique	www.dfait-maeci.ca/africa
InfoExport - Service des délégués commerciaux	www.infoexport.gc.ca
Centre des occasions d'affaires internationales (COAI)	www.iboc.gc.ca
ACDI	www.acdi-cida.gc.ca
PCI de l'ACDI	www.acdi-cida.gc.ca/pci
MERX - Service d'appels d'offres	www.merx.cebra.com
Industrie Canada	www.strategis.gc.ca
Banque africaine de développement	www.afdb.org
IPANet (renseignements sur la privatisation fournis par l'AMGI)	www.ipanet.net
Société financière internationale (SFI)	www.ifc.org

Sites de nouvelles et d'information sur les affaires

Mbendi Information for Africa	www.mbendi.co.za
Jeune Afrique	www.jeuneafrique.com
Strategies	www.scorpion-strategies.com
Africa News Online	www.africanews.org
New Africa	www.newafrica.com/economy
Zone Franc — Site Web de l'Union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA)	www.izf.net

*Sites Web des
gouvernements et
des IFI*

*Sites de nouvelles
et d'information sur
les affaires*

Acronymes : glossaire

ACDAAS	Alliance canadienne pour le développement des affaires en Afrique du Sud
ACDI	Agence canadienne de développement international
AMGI	Agence multilatérale de garantie des investissements (Banque Mondiale)
BAD	Banque africaine de développement
CEDEAO	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest
EAC	Coopération de l'Afrique orientale (Kenya, Tanzanie, Ouganda)
ECCI	L'entente de coopération en matière de commerce et d'investissement
FMI	Fonds monétaire international
IDE	L'investissement direct étranger
IFI	Institutions financières internationales
MAECI	Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
OCDE	Organisation pour la coopération et le développement économiques
OMC	Organisation mondiale du commerce (anciennement GATT)
PDME	Programme de développement des marchés d'exportation
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petites et moyennes entreprises
SADC	Communauté pour le développement de l'Afrique australe
SEE	Société pour l'expansion des exportations

Annexe A - Les entreprises canadiennes et leur accès à des sources de financement privées en Afrique

Le tableau qui suit sur les sources de financement privées pour la réalisation de projets fait ressortir l'absence presque complète de services canadiens faciles à obtenir en matière de capital ou d'appui au capital. Sans accès à un fonds de capital exploité au Canada, la seule source de financement de projets dans les pays émergents reste les fonds visant principalement à appuyer des entreprises d'autres pays. Ces entreprises étrangères sont habituellement plus grosses que les entreprises canadiennes normalement intéressées à faire des affaires en Afrique.

Les entreprises canadiennes qui ciblent l'Afrique sont surtout des PME. Le tableau ci-dessous montre le faible niveau de financement axé sur les PME, ainsi que les difficultés des PME à élaborer et à mener à terme des projets en faisant appel uniquement aux sources existantes. Pour les raisons indiquées ci-dessus, il faut développer des sources canadiennes de financement pour obtenir une participation accrue du secteur privé canadien en Afrique.

Même si aucun effort n'a été ménagé pour assurer l'exactitude de cette information (mars 2000), le secteur du financement change rapidement et l'information devrait servir de guide pour effectuer d'autres recherches.

Nom du fonds/institution	Portée géographique	Accès pour les PME	Type de services
Banque ouest-africaine de développement (BOAD)	Bureaux régionaux à Lomé, au Togo, et antennes nationales dans chaque pays membre	<i>Moyen</i> Prêts en francs de la Communauté financière africaine (CFA) seulement, ce qui élimine les risques de change	Prêts à moyen et à long terme, participation au capital
Development Bank of Southern Africa	Siège social à Johannesburg, envisage des projets en Afrique australe	<i>Très limité</i>	Prêts à moyen et à long terme et participation au capital
Banque de la Zone d'échanges préférentiels (COMESA) (Marché commun de l'Afrique australe et orientale)	Quinze membres du COMESA sont membres plus la BAD. Établie à Nairobi	<i>Inconnu</i>	Prêts directs, prise de participation (rare), et mécanismes de financement de la dette éventuelle

Annexe A - Les entreprises canadiennes et leur accès à des sources de financement privées en Afrique

Nom du fonds/institution	Portée géographique	Accès pour les PME	Type de services
Financement direct de projets par des institutions multilatérales			
<p>Société financière internationale (IFC) www.ifc.org www.ifc.org/abn</p> <p>Organisme le plus ancien d'investissement étranger direct dans les pays en développement. Suit les règles établies pour les IFI en matière d'exigences environnementales et sociales. Sa contribution ne dépasse pas dans certains cas 100 000 \$US. Approbation sur place des projets dont le coût total ne dépasse pas 5 millions \$US. Participation maximum de 25 p. 100.</p>	<p>Toute l'Afrique. Représentation régionale en Côte-d'Ivoire, au Cameroun, en Afrique du Sud, au Nigeria. Bureaux locaux au Ghana, au Sénégal.</p>	<p>Moyen. Les PME peuvent avoir du mal à fournir les renseignements détaillés exigés par la SFI.</p>	<p>Prise de participation dans les projets, prêts, financement par actions, prise de participation, garanties, consortiums, risques de change, placements et services consultatifs</p>
<p>Banque africaine de développement (BAD) Service du secteur privé www.afdb.org</p>	<p>Toute l'Afrique, y compris l'Afrique du Nord, à partir de son siège social en Côte-d'Ivoire.</p>	<p>Limité. Les délais peuvent causer des problèmes de gestion et d'exploitation aux PME</p>	<p>Prêts à terme, prise de participation, quasi-capital, garanties, financement en consortiums, émissions d'actions à prix garanti</p>
<p>Commonwealth Development Corporation www.cdc.co.uk</p>	<p>Toute l'Afrique. Bureaux régionaux en Côte-d'Ivoire, au Kenya.</p>	<p>Limité. Appuie normalement des projets de 5 à 50 millions \$US, par une participation pouvant aller jusqu'à 25 p. 100.</p> <p>Intéressée à aider les entreprises canadiennes, y compris les PME, à entrer sur des marchés émergents, en particulier dans les secteurs forestier et minier.</p>	<p>Prise de participation et quasi-capital.</p>
<p>Netherlands Development Finance Corporation (FMO)</p>	<p>Pays en développement</p>	<p>Inconnu</p>	<p>Prêts (90 p. 100), prise de participation, garanties, administration de programmes commerciaux liés au développement des affaires</p>

Nom du fonds/institution	Portée géographique	Accès pour les PME	Type de services
Fonds d'investissement (existants ou en cours d'élaboration)			
Framlington Asset Management (R.U.) www.framlington.com www.framlington.co.uk West Africa Growth Fund, établi à Abidjan	Bureaux régionaux à Abidjan et au Caire. Siège social à Londres	<i>Moyen</i> Investit normalement dans des projets d'expansion et non dans des installations entièrement nouvelles.	Investit dans des entreprises privées et semi-privées grâce à des prises de participation, du quasi-capital. La SFI, la Banque mondiale et le Fonds africain de développement (FAD) y participent.
AIG African Infrastructure Fund	Établi à Washington	<i>Inconnu</i>	À déterminer
The Southern Africa Infrastructure Fund	Établi à Washington avec des bureaux à Johannesburg.	<i>Inconnu</i>	À déterminer; cofinancé par la BAD
Modern Africa Growth and Investment Company (MAGIC)	Siège social à Abidjan	<i>Ne convient pas</i>	Fonds d'investissement direct dans les capitaux propres
Southern Africa Enterprise Fund	Établi à Johannesburg. Couvre toute l'Afrique australe	<i>Inconnu</i>	
FAGACE (Fonds africain de garantie et de coopération économique)	Établi à Niamey au Niger. Couvre le Niger, le Burkina Faso, la République centrafricaine, la Côte-d'Ivoire, le Rwanda, le Sénégal, le Togo et le Mali.	<i>Les PME sont visées, surtout pour les biens et services.</i>	Participation au capital d'entités locales et régionales
Banques commerciales			
HSBC	Toute l'Afrique par des bureaux de représentation	<i>Inconnu</i>	Consortiums
COBACI (ex Barclay Bank)	Siège régional à Abidjan	<i>Moyen</i>	Financement du commerce extérieur et participation au capital. La SFI est actionnaire.
Ecobank	Plus grand réseau en Afrique occidentale	<i>Bon</i>	Surtout du financement du commerce extérieur. Intérêt limité pour le financement de projets.
La Standard Chartered Bank et ABN AMRO sont d'autres exemples.			

Nom du fonds/institution	Portée géographique	Accès pour les PME	Type de services
Garanties			
Agence multilatérale de garantie des investissements (AMGI) www.miga.org www.ipanet.net www.privatizationlink.com	Siège social à Washington, avec des bureaux régionaux à Lomé, au Togo, et ailleurs.	Bon	Garanties contre les risques politiques liés aux transferts de fonds à l'expropriation, aux ruptures de contrat, aux conflits armés et civils
FAGACE	Établi à Niamey, au Niger, couvre le Niger, le Burkina Faso, la République centrafricaine, la Côte-d'Ivoire, le Rwanda, le Sénégal, le Togo et le Mali.	Inconnu	Garanties à moyen et à long terme, bonification d'intérêts pour abaisser les coûts du crédit
GARI (fait partie de la Banque ouest-africaine de développement).	Établi à Lomé, au Togo	Inconnu	Semblable à l'AMGI
Société pour l'expansion des exportations (SEE) www.edc-see.ca	Ottawa, Canada, avec des bureaux régionaux	A une équipe spécialisée pour les PME.	Semblable à l'AMGI, plus financement du commerce extérieur, etc.
Credit Guarantee Insurance Corporation of South Africa	Établie à Johannesburg	Inconnu	Semblable à l'AMGI
Services Connexes			
Africa Project Development Facility	Établi à Washington, avec des bureaux à Abidjan, Nairobi, Johannesburg et Harare.	Bon	Fournit des services d'élaboration de plans d'affaires, depuis les premières étapes jusqu'à la présentation aux organismes de financement.
Programme de coopération industrielle de l'ACDI PCI-ACDI	Hull, Québec	Pour les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 1 million de dollars par année.	Finance diverses dépenses de formation et de coentreprises, sauf la participation directe au capital ou d'autres formes de participation.
Africa Management Services Company (AMSCO) www.icds-amSCO.com	Toute l'Afrique Établie à Amsterdam, avec des bureaux régionaux au Ghana, à Abidjan, au Zimbabwe.	Bon	Formation de gestionnaires locaux, les gestionnaires étrangers sont exonérés d'impôt puisqu'il s'agit d'un programme financé en partie par les Nations Unies.
Fonds de formation professionnelle nationaux p. ex. Fonds de développement de la formation professionnelle (DFFP).	Habituellement un par pays	Bon	Finance la formation professionnelle par une charge sociale basée sur la masse salariale.
EB@S European/ACP Business Assistance Scheme	Établi à Bruxelles, bureau régional à Abidjan ebas@avisoci	Nouvelle entité constituée en janvier 2000 - Inconnu (accessible uniquement au partenaire africain)	Formation et services consultatifs