

Fabriqué par l'Afrique

CRÉER DE LA VALEUR PAR L'INTÉGRATION



Centre du
Commerce
International

En collaboration avec

Union
Africaine 



© Centre du commerce international 2022

L'ITC (Centre du commerce International) est l'agence conjointe de l'Organisation mondiale du commerce et des Nations Unies.

Adresse: ITC
54-56, rue de Montbrillant
1202 Genève, Suisse

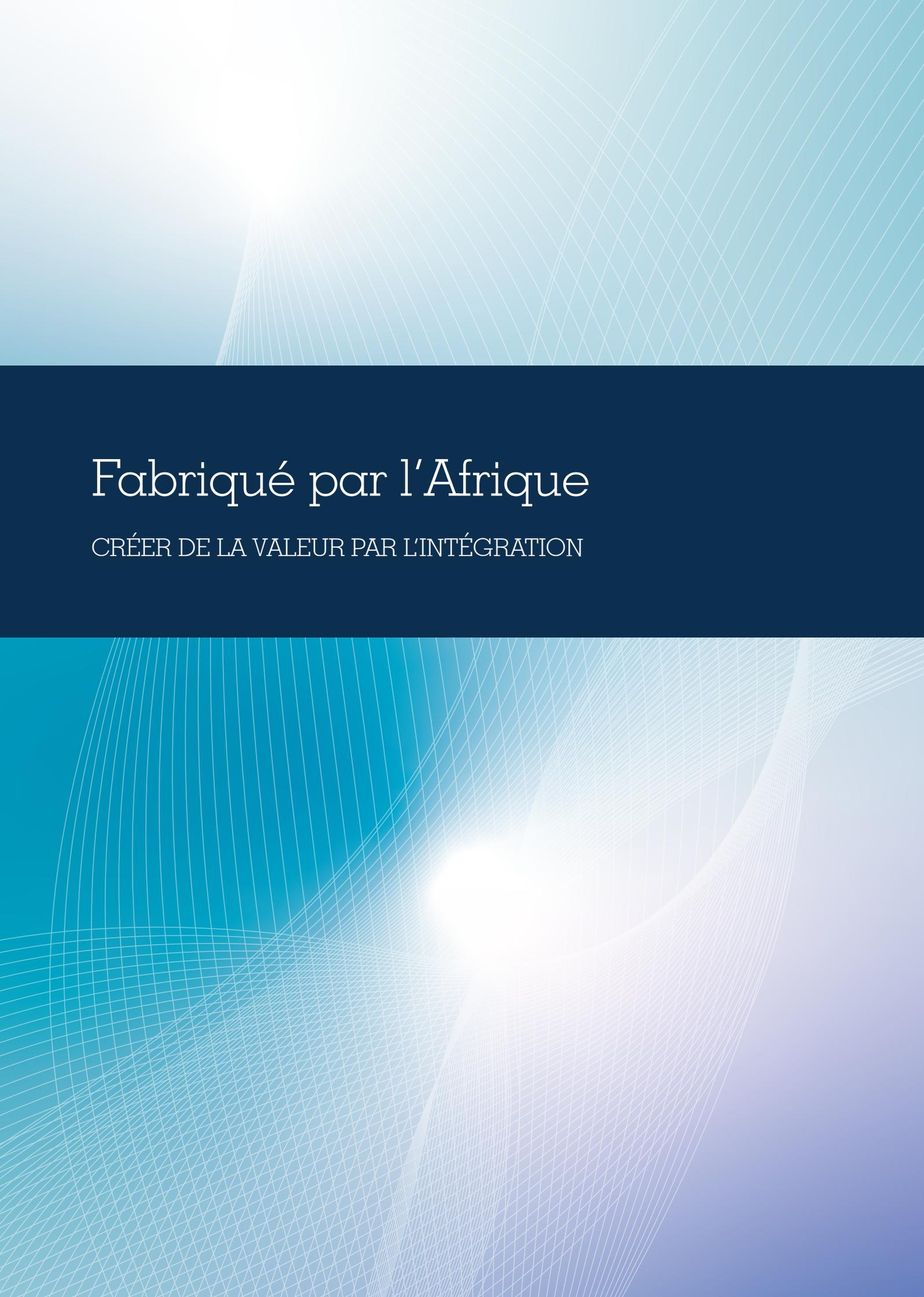
Adresse postale: ITC
Palais des Nations
1211 Genève, Suisse

Téléphone: +41 22 730 0111

Fax: +41 22 733 4439

E-mail: itcreg@intracen.org

Internet: <http://www.intracen.org>



Fabriqué par l'Afrique

CRÉER DE LA VALEUR PAR L'INTÉGRATION

À PROPOS DU DOCUMENT

Les produits pharmaceutiques, les aliments pour nourrissons, les vêtements en coton et les véhicules sont les quatre chaînes de valeur ciblées dans ce rapport. Ensemble, elles vont permettre d'accroître le commerce intrarégional en Afrique, de réduire les importations, de diversifier les économies et de créer des emplois pour les femmes et les jeunes.

Ces secteurs ont été sélectionnés parmi 94 chaînes de valeur prometteuses. Ils reflètent les objectifs de l'Afrique d'améliorer la sécurité alimentaire, la santé et les compétences technologiques – ce qui en fait des choix stratégiques pour les gouvernements et les investisseurs. Ce rapport offre des pistes pour améliorer le commerce dans ces secteurs, ainsi que d'autres, sur la base d'une analyse approfondie des données et d'entretiens menés à travers le continent avec 10 000 entreprises, des organisations d'appui aux entreprises, des experts sectoriels et d'autres parties prenantes en Afrique. Il recommande des actions afin de concrétiser les opportunités de croissance et de transformation offertes par la mise en œuvre de la ZLECAf à travers tout le continent africain.

L'Union européenne et l'Union africaine ont contribué à l'élaboration de ce rapport.

Éditeur : Centre du commerce international

Titre : **Fabriqué par l'Afrique** : Créer de la valeur par l'intégration

Date et lieu de publication : Genève, novembre 2022

Nombre de pages : 116

Langues : anglais, français

Numéro de document ITC : TMI-22-73.E

Citation : Centre du commerce international (2022). *Fabriqué par l'Afrique : Créer de la valeur par l'intégration*. ITC, Genève.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter Ursula Hermelink (hermelink@intracen.org)

L'ITC encourage la réimpression et la traduction de ses publications pour permettre une plus large diffusion. Il est possible de reproduire librement de courts extraits de ce document, à condition de mentionner leur source. Une autorisation doit être demandée pour une reproduction ou une traduction plus complète. Une copie de la reproduction ou de la traduction devra être envoyée à l'ITC.

Image(s) numérique(s) sur la couverture : © Shutterstock.com

© Centre du commerce international (ITC) 2022

L'ITC est l'agence conjointe de l'Organisation mondiale du commerce et de l'Organisation des Nations Unies.



Avant-propos

L'accélération de la transformation productive par l'industrialisation, une forme plus élevée de valeur ajoutée, est au cœur du programme de l'Afrique qui vise le développement durable, la transformation structurelle, la compétitivité, le redressement, et la prospérité résiliente et inclusive, que le contexte géopolitique complexe actuel a rendu plus saillants. Le début des échanges commerciaux en janvier 2021 sous les auspices de l'*Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine* (ZLECAf) offre à l'Afrique l'opportunité la plus significative de progrès socioéconomiques. Il s'agit à ce jour du programme africain de développement le plus ambitieux. Cet Accord est d'autant plus pertinent compte tenu des perturbations des chaînes d'approvisionnement mondiales qui génèrent à leur suite de l'inflation et des menaces de récession économique.

Un marché continental intégré de 1,4 milliard de personnes et en pleine croissance ouvre la voie à des économies d'échelle et une portée propre à attirer des investissements dans les secteurs de l'industrie et de l'agroalimentaire. En retour, ces investissements pourraient stimuler considérablement le commerce intra-africain. Les projections montrent que la libéralisation des tarifs douaniers pourrait à elle seule augmenter le commerce intrarégional à hauteur de 17 milliards d'euros. La suppression d'autres sources de friction du marché pourrait débloquer 19 milliards d'euros supplémentaires.

La ZLECAf rejoint les communautés économiques régionales en tant qu'éléments constitutifs d'une intégration économique plus profonde à l'échelle du continent et, ce faisant, améliore les perspectives d'établissement de la Communauté économique africaine. Concernant l'industrialisation durable et inclusive, le développement de chaînes de valeur régionales et continentales devient plus viable avec le grand marché ouvert par la ZLECAf. Celui-ci génère des possibilités pour l'Afrique de tracer sa voie vers la prospérité par le commerce, en particulier par l'exportation de produits manufacturés et agroalimentaires ainsi que par le commerce des services sur d'autres marchés mondiaux.

La publication *Fabriqué par l'Afrique* met en lumière les vastes possibilités de développement des chaînes de valeur régionales et continentales sur le continent. La tâche à venir est de promouvoir une collaboration efficace entre les décideurs politiques, les investisseurs, les fabricants et les producteurs agroalimentaires. Les données présentées dans cette publication ont été sélectionnées dans le cadre d'une recherche conjointe mandatée par le Département du développement économique, du commerce, du tourisme, de l'industrie et des minéraux (ETTIM) de la Commission de l'Union africaine et la Direction générale des partenariats internationaux (DG INTPA) de la Commission européenne. La recherche a été menée par le Centre du commerce international.

L'étude diagnostique a relevé quatre-vingt-quatorze (94) chaînes de valeur potentielles au niveau continental. Chacune de ces chaînes relie au moins cinq pays africains de différentes régions et présente les possibilités suivantes : ajout de valeur, réduction des importations, stimulation des échanges commerciaux, diversification des économies, et génération d'opportunités pour les femmes et les jeunes. Les chaînes de valeur présentées dans cette publication couvrent quatre secteurs stratégiques : les produits pharmaceutiques, les aliments pour nourrissons, les vêtements en coton et le secteur automobile.

L'investissement dans le secteur pharmaceutique est crucial pour améliorer la santé et réduire la dépendance aux importations, surtout au moment où l'Afrique se relève de la pandémie de COVID-19. La production d'aliments pour nourrissons peut contribuer à la sécurité alimentaire et la nutrition face aux perturbations des chaînes d'approvisionnement mondiales. Le secteur des vêtements en coton offre de nombreuses possibilités pour l'Afrique de monter dans la chaîne de valeur mondiale et de développer des marchés au sein et au-delà du continent africain. De manière similaire, le secteur automobile peut apporter une valeur ajoutée et contribuer au développement des compétences en tirant parti des technologies avancées. Tous ces éléments ouvrent des possibilités pour l'Afrique d'accroître les investissements dans la recherche et le développement (R&D) afin de stimuler l'innovation et l'industrialisation. Ils permettent également de garantir que le processus d'industrialisation africain se développe avec un dynamisme propre, tout en tenant compte des exigences de la quatrième révolution industrielle et de la décarbonisation.

Le processus d'inclusivité est souligné par l'intégration dans cette publication d'analyses sur la participation des femmes au développement des chaînes de valeur régionales et continentales, de même que des analyses sur les efforts des petites et moyennes entreprises pour effectuer la transition verte et adopter les technologies numériques. De cette façon, les considérations d'inclusivité et de durabilité éclairent les stratégies d'intégration continentale.

Le Programme 2063 de l'Union africaine a placé l'intégration économique régionale et continentale au cœur de la réalisation de *L'Afrique que nous voulons*. De même, la Commission européenne a renforcé la coordination avec ses 27 États membres et les institutions financières internationales par la mise en œuvre de sa stratégie de passerelle mondiale, dont le premier résultat est le paquet d'investissements de la passerelle mondiale pour l'Afrique, ainsi que par l'approche « Team Europe ». Lors du sommet UE-UA à Bruxelles, en février 2022, les dirigeants des deux continents se sont engagés à stimuler le commerce intra-africain en appuyant l'industrialisation et le développement de chaînes de valeur et d'approvisionnement durables et résilientes.

L'Union africaine, la Commission européenne et le Centre du commerce international demeurent déterminés à renforcer la collaboration et la coordination des actions afin d'accompagner l'Afrique dans la réalisation de son plein potentiel, et espèrent que cette publication sera jugée utile par les décideurs politiques, les investisseurs et les industriels visant à contribuer à l'industrialisation durable inclusive de l'Afrique.



Pamela Coke-Hamilton

Directrice exécutive
Centre du commerce
international



Albert Muchanga

Commissaire au
commerce et à l'industrie
Commission de l'Union
africaine



Jutta Urpilainen

Commissaire aux
Partenariats Internationaux
Commission Européenne

Remerciements

Ursula Hermelink et Julia Spies, sous la supervision de Mondher Mimouni (Chef, Renseignements commerciaux et de marché), ont rédigé cette publication et dirigé le diagnostic des chaînes de valeur mené par le Centre du commerce international (ITC).

Le diagnostic a été réalisé en étroite collaboration avec Patrick Olomo et Ron Osman de la Commission de l'Union africaine (CUA), et Domenica Rosa, Isabelle Magne, Simona Montanari et Quentin Moreau-Hamel de la Direction générale des partenariats internationaux (DG INTPA) de la Commission européenne. Nous remercions Dorothy Tembo et Aissatou Diallo pour leurs suggestions et leur appui.

Julia Seiermann a coordonné l'identification des chaînes de valeur réalisables avec les contributions d'Yvan Decreux, Dumebi Ochem, Sylvain Périllat et Cyann Staub. Samidh Shrestha a géré le volet enquête pour apporter le point de vue des entreprises avec l'appui de Mohamed Tarek Issa, Paula Castaneda Verano, Divya Prabhakar, Adam Adou, Josephine Brauner, Camilo Giraldo, Cintia De Lima Cardoso et Vianney Lesaffre. Abdellatif Benzakri et Yan Qin ont apporté leur appui statistique.

Nous remercions notre équipe d'experts pour avoir recueilli les perspectives des entreprises sur tout le continent : Abel Atukwase, Nourou Aya, Aniekan Ekpa, Aziz Elsalrawy, Edward Ghabour, Sameh Hammad, Jalel Hannachi, Zied Jardak, Kevin Kibera, Freddy Kitutu, Michael Kottoh, Mohamed Mamad, Maud Maseko, Hiba Mohammed, Grace Musarurwad, Nebart Mwapwele, David Odera, Feryel Ouerghi, Andry Jean Marc Rakotomanjaka, Gonsha Rehema, Shahrzad Saffari, Roshan Unmar et Genzeb Zewdie.

Nous remercions tous les représentants d'entreprises, d'associations professionnelles et d'institutions qui ont accepté d'être interrogés et de partager leur expérience.

Ce rapport a bénéficié de la contribution et des commentaires de divers experts de l'ITC, de la CUA, de l'Union européenne, de la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique, de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel et de l'Organisation de coopération et de développement économiques, ainsi que d'autres organisations nationales, régionales et internationales.

L'ITC remercie la DG INTPA pour sa contribution financière et la CUA pour ses conseils et son leadership dans l'engagement des parties prenantes sur les résultats du diagnostic. Nous apprécions le soutien enthousiaste de S.E Albert Muchanga, Commissaire au commerce et à l'industrie de la CUA, de Koen Doens, Directeur général de la DG INTPA, et de Pamela Coke-Hamilton, Directrice exécutive de l'ITC.

Natalie Domeisen a géré le processus de rédaction et de production avec l'appui d'Anne Griffin. Jennifer Freedman a édité le rapport en anglais et Patrick Schmitt a édité le rapport en français. Iva Stastny Brosig a dirigé la direction artistique et la mise en page. Serge Adeagbo a fourni les services d'impression numérique.

Acronymes

Sauf mention contraire, toutes les références au dollar (\$) concernent le dollar des États-Unis, et les références à la tonne renvoient la tonne métrique.

AMA	Agence africaine du médicament	PAP	Principes actifs pharmaceutiques
CAE	Communauté économique de l'Afrique de l'Est	PAPSS	Système de paiement et de règlement panafricain
CEA	Commission économique pour l'Afrique (de l'ONU)	PI	Propriété intellectuelle
CEDEAO	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest	PIB	Produit intérieur brut
CUA	Commission de l'Union africaine	PMA	Pays les moins avancés
ESG	Environnementaux, sociaux et de gouvernance (critères)	PME	Petites et moyennes entreprises
GOTS	Norme mondiale sur les textiles biologiques	R&D	Recherche et développement
ISO	Organisation internationale de normalisation	SH	Système harmonisé
ITC	Centre du commerce international	SPS	Sanitaire et phytosanitaire
MNT	Mesure non tarifaire	TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
MPME	Micro, petites et moyennes entreprises	UA	Union africaine
NMRA	Agence nationale de réglementation des médicaments	UE	Union européenne
OAE	Organisation d'appui aux entreprises	VHU	Véhicules hors d'usage
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques	WRAP	Production responsable mondiale accréditée
OIT	Organisation internationale du travail	ZLECAf	Zone de libre-échange continentale africaine
ONUDI	Organisation des Nations unies pour le développement industriel		
ORAN	Organisation régionale africaine de normalisation		
OTC	Obstacles techniques au commerce		

Sommaire

À propos du document.....	iv
Avant-propos.....	v
Remerciements.....	vii
Acronymes.....	viii
Synthèse.....	xiv
CHAPITRE 1 ■ PRIORITÉS DES CHÂÎNES DE VALEUR.....	1
ZLECAf : Croissance et intégration de l’Afrique.....	2
Opportunités : 94 chaînes de valeur dans 23 secteurs.....	3
Chaînes de valeur pilotes : 4 sur 94.....	6
CHAPITRE 2 ■ ENTENDRE LA VOIX DU SECTEUR PRIVÉ.....	9
L’enquête sur les MNT pour comprendre les défis commerciaux.....	10
Consultations avec les acteurs économiques des quatre chaînes de valeur pilotes.....	10
Profils des entreprises consultées.....	12
CHAPITRE 3 ■ DÉFIS TRANSSECTORIELS DU SECTEUR PRIVÉ.....	19
D’où vient le manque de liens entre les fournisseurs et les producteurs ?.....	20
Que faut-il changer ?.....	22
 CHAPITRE 4 ■ PRODUITS PHARMACEUTIQUES : PRÉPARATION & PROTECTION.....	33
Opportunités de commerce et d’investissement.....	34
Défis spécifiques au secteur.....	35
Recommandations.....	36
 CHAPITRE 5 ■ SECTEUR AUTOMOBILE : VERS UNE MOBILITÉ VERTE.....	43
Fort potentiel pour le commerce intra-africain.....	44
Défis spécifiques au secteur.....	46
Recommandations.....	47

	CHAPITRE 6 ■ VÊTEMENTS EN COTON : L'EXCELLENCE DES FEMMES	55
	Un potentiel considérable d'exportation intrarégionale à exploiter.....	56
	Défis spécifiques au secteur.....	58
	Recommandations.....	59
	CHAPITRE 7 ■ ALIMENTS POUR NOURRISSONS : DÉMARRER PAR UNE NUTRITION ADÉQUATE	65
	Le marché croissant de l'alimentation infantile.....	66
	Défis spécifiques au secteur.....	67
	Recommandations.....	69
	CHAPITRE 8 ■ AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE DES FEMMES	73
	De meilleures données pour stimuler l'inclusion.....	74
	Les femmes face aux contraintes juridiques et aux biais culturels.....	76
	CHAPITRE 9 ■ UNE APPROCHE À 360° EN APPUI AUX CHÂÎNES DE VALEUR	81
	Le diagnostic des chaînes de valeur est un point de départ.....	82
	Façonner une stratégie continentale.....	82
	Traduire les recommandations en actions.....	83
	Évaluer d'autres chaînes de valeur prometteuses.....	84
	« Fabriqué par l'Afrique » peut devenir une réalité.....	84
	ANNEXES	85
	Annexe I : Méthodologie de construction des chaînes de valeur.....	86
	Annexe II : Processus du diagnostic des chaînes de valeur.....	87
	Annexe III : Aperçu des 94 chaînes de valeur prometteuses.....	89
	Annexe IV : Cartographie des chaînes de valeur par pays.....	90
	NOTES DE FIN	96
	RÉFÉRENCES	97

ENCADRÉS ET FIGURES

Encadré 1	Chaînes de valeur prometteuses dans la CEDEAO et la CAE.....	7
Encadré 2	Des outils pour réduire les délais et les coûts des autorisations de produit.....	24
Encadré 3	Initiative pharmaceutique pour l’Afrique.....	37
Figure 1	Se concentrer sur les chaînes de valeur prometteuses.....	3
Figure 2	Secteurs aux chaînes de valeur les plus prometteuses.....	4
Figure 3	Certains pays sont bien positionnés dans de nombreuses chaînes de valeur à fort potentiel.....	5
Figure 4	Consultations avec les entreprises et les parties prenantes africaines.....	11
Figure 5	Participants des consultations en ligne.....	12
Figure 6	Entretiens menés par les experts le long des chaînes de valeur pilotes.....	13
Figure 7	Participants aux enquêtes auprès des entreprises sur les MNT.....	13
Figure 8	Enquêtes axées sur les entreprises actives à l’international.....	14
Figure 9	Entreprises participantes à l’enquête, par années d’activité.....	14
Figure 10	La plupart des entreprises participantes sont de taille moyenne.....	15
Figure 11	La plupart des firmes interrogées dans les chaînes de valeur pilotes sont détenues localement.....	16
Figure 12	Peu d’entreprises africaines sont implantées à l’étranger.....	16
Figure 13	Les ventes et les revenus des entreprises sont surtout réalisés localement.....	17
Figure 14	Types de MNT que les exportateurs africains trouvent fastidieuses dans le commerce intra-africain.....	21
Figure 15	La moitié des entreprises n’a pas connaissance de la ZLECAf.....	22
Figure 16	La majeure partie du potentiel d’exportation des produits pharmaceutiques est inexploité.....	34
Figure 17	Que disent les entreprises à propos des accords commerciaux ?.....	34
Figure 18	Près de la moitié du potentiel du secteur n’est pas exploité.....	45
Figure 19	La valeur des importations de vêtements en coton va croître de 84 % d’ici 2026.....	56
Figure 20	Les femmes demeurent sous-représentées dans les entreprises africaines.....	75
Figure 21	Les femmes dans les quatre chaînes de valeur pilotes.....	76
Figure 22	Le difficile accès au financement pour les femmes.....	77



38



Innovier pour être compétitif dans le secteur pharmaceutique tunisien

Sélima El Ghali Krichen
Directrice générale des laboratoires Pharmaderm, Tunisie



39



Intégrer les chaînes de valeur pharmaceutiques en Afrique

Darren Peters
Directeur d'usine, Abacus Parenteral Drugs, Ouganda



50



Bientôt la vie en rose pour le marché africain de la peinture automobile

Said Ragab
Responsable de la qualité, El-Gammal Company, Égypte



51



Une mobilité plus verte pour le Ghana

Jorge Appiah
Fondateur et directeur général, Solar Taxi, Ghana



61



Faire revenir l'Angola au cœur du textile

Daniel Pires
Entrepreneur de la mode Centre d'affaires Tussole, Angola



62



Donner une seconde vie aux vêtements et aux tissus

Meenakshee Kuntz
Propriétaire, The Good Shop, Maurice



63



Investir dans la mode locale, c'est investir dans l'avenir

Elliot Lartey
Fondateur, Two Cedi, Ghana



70



D'informaticienne à « maman en chef » des aliments pour bébés

Seun Sangoleye
Présidente-directrice générale, BabyGrubz, Nigéria



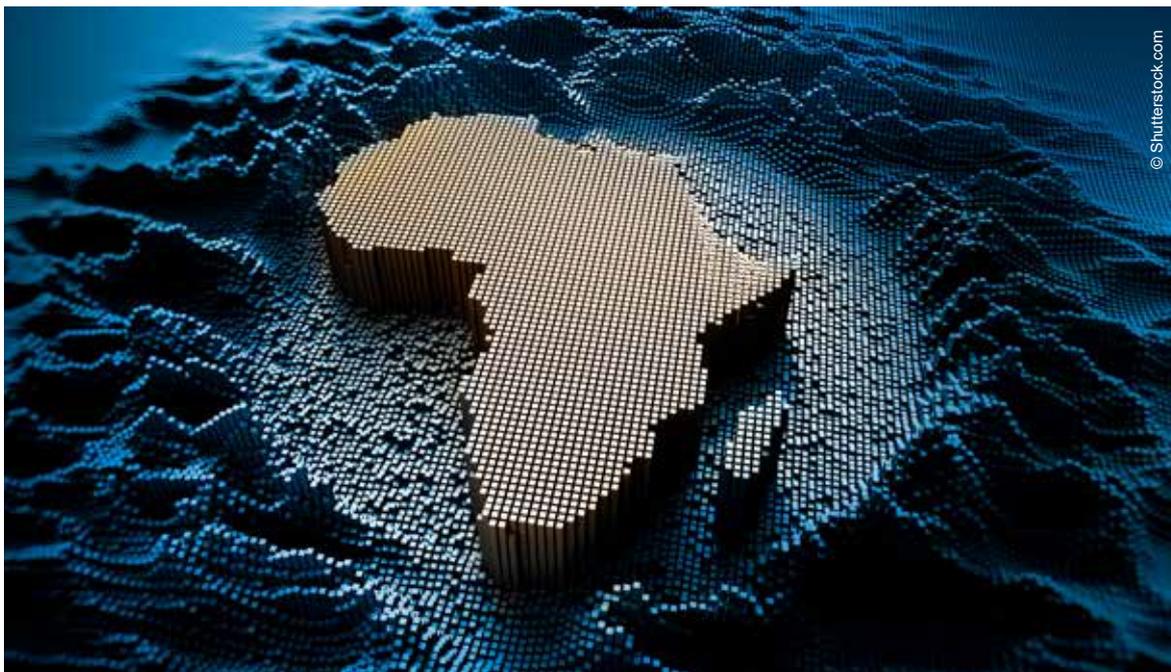
71



Fabricants d'aliments pour nourrissons : « Nous avons de l'or entre nos mains. »

Pascaline Nenda
Propriétaire, Lemana, Cameroun

Les chaînons manquants : les biens intermédiaires	26
Passer au vert : Chaînes de valeur africaines	28
Médicaments illicites : non équitables, non sûrs	40
Importations de véhicules d'occasion : gérer le pour et le contre	52



Synthèse

L'Afrique présente un potentiel inestimable, et la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf) est une clé déterminante pour le concrétiser. Pour identifier les opportunités offertes par ce continent, il faut hiérarchiser les problèmes, canaliser les interventions dans la bonne direction, et supprimer les obstacles dans les secteurs vitaux.

L'empreinte de l'Afrique sur le marché international est encore faible. Elle ne représente que 2,3 % des exportations mondiales – avec un panier d'exportation principalement constitué de produits de base et de ressources naturelles. Seuls 14 % des exportations du continent sont destinés à d'autres pays africains, et ces échanges concernent pour la plupart des produits semi-finis et transformés. Le renforcement du commerce régional est donc crucial pour appuyer une valeur ajoutée accrue, la diversification des chaînes d'approvisionnement, le renforcement de la résilience aux crises, et l'industrialisation – autant d'éléments qui contribuent à la création d'emplois et à l'amélioration des moyens de subsistance sur le continent.

L'examen des chaînes de valeur réalisé par le Centre du commerce international (ITC) a permis d'identifier les secteurs à fort potentiel pour le développement durable en Afrique, ainsi que les goulets d'étranglement qui freinent les entreprises. Le diagnostic des chaînes de valeur vise à appuyer la mise en œuvre de la ZLECAf en suggérant comment les gouvernements et les entreprises peuvent développer des chaînes de valeur durables.

Cette étude contribue au programme d'intégration régionale de l'Afrique et appuie les éléments essentiels de la ZLECAf. L'approche de l'ITC – qui combine une analyse robuste sur la base de données factuelles et des milliers de témoignages d'entreprises tirés de tout le continent – vise à aider les économies africaines à développer des chaînes de valeur ajoutée, à promouvoir une transformation économique durable, et à réduire la dépendance aux exportations de produits primaires.

Des chaînes de valeur prometteuses

Sur les 415 possibilités de départ, l'analyse des données a permis d'identifier 94 chaînes de valeur prometteuses et réalisables à l'échelle du continent. En creusant davantage, le nombre de secteurs a pu être réduit, sur la base de leurs modèles commerciaux, de l'offre et de la demande, de l'accès au marché et des indicateurs de développement durable. Le diagnostic s'est finalement arrêté sur quatre secteurs stratégiques pilotes : le secteur automobile, les produits pharmaceutiques, les vêtements en coton et les aliments pour nourrissons.

Chacune de ces chaînes relie au moins cinq pays africains de différentes régions et présente les possibilités suivantes : ajout de valeur, réduction des importations, stimulation des échanges commerciaux, diversification des économies, et génération d'opportunités pour les femmes et les jeunes.



Chaîne de valeur des produits pharmaceutiques : Avec seulement 3 % des intrants importés provenant d'Afrique, un déficit commercial important, une dépendance élevée et croissante aux importations, et un appel à une plus grande autonomie à la lumière de la pandémie de COVID-19, il existe une pression politique massive pour renforcer le secteur pharmaceutique africain. Les entreprises pharmaceutiques mondiales lorgnent sur l'Afrique, et plusieurs initiatives visant à mettre en place des installations de production sont en cours.



Chaîne de valeur automobile : Cette chaîne de valeur présente un fort potentiel pour le commerce intrarégional. En raison d'un marché continental vaste et en pleine croissance, des liens potentiels avec d'autres chaînes de valeur telles que le cuir et les machines électriques, et d'une collaboration croissante avec des multinationales étrangères, cette filière présente de nombreuses incitations à l'investissement.



Chaîne de valeur des vêtements en coton : Le fort potentiel d'exportation intrarégional non exploité, la dépendance aux importations et l'énorme marge de manœuvre pour ajouter de la valeur aux étapes intermédiaires de la chaîne de valeur, comme la production de fils et de tissus, en font un secteur digne d'intérêt pour les investisseurs.



Chaîne de valeur des aliments pour nourrissons : La dépendance de l'Afrique à l'égard des importations, malgré l'abondance d'intrants disponibles localement, incite à l'approvisionnement et à la production au niveau régional. C'est aussi un secteur propice aux petites entreprises et à la création d'emplois pour les femmes.

Le sentiment des entreprises africaines

Les entreprises se déclarent optimistes, mais affirment aussi souhaiter un changement de paradigme.

- Dans les quatre chaînes de valeur pilotes, seuls 7 % des ventes totales, en moyenne, proviennent d'exportations intrarégionales.
- Les opérations commerciales internationales sont faibles, à hauteur de 28 %. Les entreprises sont insatisfaites de la vitesse de mise en œuvre des accords commerciaux. Leur connaissance de la ZLECAf est modeste.
- Moins de 10 % des entreprises interrogées ont participé à des consultations public-privé sur les accords commerciaux avant l'adoption de la ZLECAf.

Néanmoins, le monde des affaires africain appuie largement les efforts visant à développer des chaînes de valeur régionales durables.

Relever les défis communs du commerce

- ✓ **Manque de confiance dans la qualité des produits.** Cela réduit l'intérêt à s'approvisionner localement. C'est pourquoi un cadre de qualité continental solide est nécessaire. Les fournisseurs d'intrants et les producteurs d'extrants africains se connaissent rarement – plus souvent en raison d'un manque de confiance que de manque d'opportunités. Cela les empêche de se relier et de nouer des liens commerciaux. Pour leurs intrants, les producteurs africains s'approvisionnent plutôt sur des marchés lointains comme l'Europe ou la Chine.

Le renforcement des normes de qualité, l'assurance de leur respect par une application efficace et le renforcement des capacités, la mise en place d'une solide infrastructure d'évaluation de la conformité, et l'harmonisation des normes de qualité entre les pays sont autant d'éléments indispensables pour instaurer la confiance dans les produits fabriqués au niveau régional. Une plus grande transparence des conditions d'accès au marché et des procédures liées au commerce aidera les entreprises à identifier et à exploiter les opportunités de marché en Afrique.

- ✓ **Faible accès au financement et coûts de production élevés.** Ces difficultés découragent les investissements, limitent les économies d'échelle et rendent les produits africains peu compétitifs. La transformation des cadres du système financier peut créer de nouvelles opportunités.

Les coûts élevés des prêts constituent un obstacle majeur aux investissements indispensables dans la recherche et le développement, le développement de nouvelles technologies et le renforcement des compétences des travailleurs. Ces coûts élevés compliquent également la conformité aux normes de qualité et aux processus de production respectueux de l'environnement. Un financement abordable et accessible, en particulier pour les petites entreprises et celles dirigées par des femmes, stimulera les investissements dans les compétences et les technologies.

Le coût élevé des services publics, notamment de l'électricité, entrave également l'investissement en augmentant les coûts de production. Il en résulte une tarification non compétitive des produits fabriqués localement et une dépendance aux importations extrarégionales pour répondre aux besoins locaux.

- ✓ **Faible connectivité.** Des voies de transport parcellaires et des réseaux logistiques inefficients bloquent la circulation transfrontalière des marchandises. L'absence de lignes de crédit sûres pour les transactions internationales et un large éventail d'obstacles réglementaires non tarifaires limitent encore davantage le commerce régional.

Une meilleure connectivité requiert des investissements dans un réseau de transport solide, une meilleure mise en œuvre des accords commerciaux, la suppression des restrictions commerciales évitables, et le renforcement des processus de dédouanement aux frontières. L'investissement dans des systèmes de paiement sûrs et fiables dans tous les pays et la sensibilisation aux solutions existantes encourageront les entreprises à explorer davantage de possibilités d'approvisionnement au niveau régional.

- ✓ **Les modèles d'économie circulaire doivent être appuyés.** Des investissements dans les technologies et les processus appropriés sont essentiels à la résolution des problèmes environnementaux. Les entreprises africaines reconnaissent largement les risques posés par les conditions climatiques changeantes. Alors que la demande régionale de produits écologiques est faible, l'empreinte carbone élevée des processus de production, l'absence de systèmes et de réglementations appropriés pour traiter les déchets et le faible accès aux technologies vertes doivent être sérieusement pris en compte.

La durabilité devient une facette inéluctable de l'intégration régionale de l'Afrique. Pour permettre une transition verte vers des chaînes de valeur durables, des investissements sont nécessaires à plusieurs niveaux : pour développer des technologies et renforcer les compétences, pour concevoir et appliquer de manière efficace des normes environnementales, pour réformer les réglementations, et pour instaurer des systèmes fiables de gestion et de recyclage des déchets.

Le renforcement des capacités en matière de technologies de production respectueuses de l'environnement, les transferts de technologie, les incitations fiscales et un appui financier ciblant les micro, petites et moyennes entreprises – et en particulier les entreprises dirigées par des femmes – permettront d'accélérer la transition vers des opérations plus respectueuses de l'environnement. Des liens plus étroits entre l'industrie et le milieu universitaire aideront à stimuler des solutions innovantes.

Défis des chaînes de valeur pilotes



Produits pharmaceutiques : Le savoir-faire technique limité et les faibles capacités de transformation étouffent la production pharmaceutique en Afrique. La concurrence des producteurs à faible coût d'Asie et le marché des médicaments contrefaits affaiblissent également la position concurrentielle des fabricants africains. En outre, l'absence d'un cadre réglementaire à l'échelle du continent et la connaissance limitée des opportunités existantes en Afrique constituent également des obstacles devant être surmontés.

Le secteur a besoin d'une infrastructure régionale de qualité et d'un système d'enregistrement des produits pour permettre la vente de médicaments par le biais d'une agence centrale, capable de vérifier la qualité des produits. L'accès au financement, le transfert de connaissances, l'investissement dans des processus de production sophistiqués, l'adoption de modèles internationaux de propriété intellectuelle et une meilleure surveillance réglementaire des médicaments contrefaits stimuleront la croissance du secteur. La possibilité d'utiliser davantage de médicaments traditionnels et de plantes médicinales propres au continent devrait aussi être examinée.



Secteur automobile : L'absence d'une stratégie à l'échelle du continent a maintenu le secteur automobile africain très fragmenté. L'afflux de voitures d'occasion importées à bas prix et un environnement réglementaire trop faible pour contrôler le secteur ont maintenu les investissements à un niveau modeste. Les faibles capacités de transformation dues au manque de savoir-faire technique et d'accès aux technologies modernes ont compliqué la réalisation d'économies d'échelle.

Une stratégie à l'échelle du continent est une condition préalable au développement du secteur. Les normes sont en cours d'harmonisation entre les pays, mais le processus doit être accéléré. Les investissements dans la recherche et le développement et dans les compétences stimuleront la fabrication locale.



Vêtements en coton : L'Afrique est le premier producteur de coton au monde. Pourtant, le manque de savoir-faire technique, de machines de production modernes et de personnel qualifié a laissé le continent dépendant des importations de fils, de tissus et de vêtements d'occasion bon marché. Les réseaux africains potentiels de producteurs d'intrants et de fournisseurs de produits sont limités, en grande partie à cause de l'insuffisance des informations sur les marchés et des faibles capacités de marketing des entreprises.

Parmi les autres défis à relever figurent le manque de clarté et la divergence en matière de règles d'origine, de systèmes de gestion, de traitement et de recyclage des déchets, ainsi que de normes de durabilité. Des investissements dans les équipements et le transfert de connaissances sont nécessaires pour améliorer les compétences et le savoir-faire. Le renforcement des capacités en matière de durabilité et l'accès à des financements abordables sont tout aussi essentiels pour la croissance du secteur et sa transition verte.



Aliments pour nourrissons : La capacité de production limitée et la faible confiance des consommateurs dans les marques locales entravent la croissance de ce secteur. La qualité est un facteur clé dans la production et le conditionnement des aliments pour bébés, mais le manque de machines de production modernes et une infrastructure de faible qualité freinent la croissance.

Les stratégies régionales et nationales d'appui au secteur des aliments pour nourrissons doivent déterminer la voie vers la croissance, qui passera par à une meilleure information sur les marchés, et par l'harmonisation et la reconnaissance mutuelle des normes et des certifications d'évaluation de la conformité au niveau continental. Les associations d'appui aux entreprises ont un rôle clé à jouer pour aider le secteur à se développer.

Prochaines étapes des chaînes de valeur africaines

Un plan d'action holistique est nécessaire pour appuyer le développement de chaînes de valeur innovantes et durables à l'échelle du continent africain. L'écosystème nécessaire à une intégration plus poussée doit couvrir les trois axes suivants :

- ✓ **Définir une stratégie continentale** pour développer les chaînes de valeur prometteuses et la transposer dans les contextes régionaux et nationaux ;
- ✓ **Créer un environnement propice** à l'intégration des chaînes de valeur en s'attaquant aux défis communs ;
- ✓ **Fournir des données factuelles illustrant les défis sectoriels et les recommandations** pour sélectionner des chaînes de valeur supplémentaires parmi les 94 identifiées pour l'Afrique.



CHAPITRE 1

PRIORITÉS DES CHÂÎNES DE VALEUR

ZLECAf : Croissance et intégration de l'Afrique	2
Opportunités : 94 chaînes de valeur dans 23 secteurs	3
Chaînes de valeur pilotes : 4 sur 94	6

CHAPITRE 1

PRIORITÉS DES CHAÎNES DE VALEUR

La croissance par le biais du commerce intrarégional est un tremplin essentiel vers la vision 2063 de l'Union africaine de « L'Afrique que nous voulons ». Ce chapitre examine les priorités du développement de la chaîne de valeur africaine.

ZLECAf : Croissance et intégration de l'Afrique

La Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf) sert de cadre pour stimuler le commerce intra-africain et développer les chaînes de valeur intrarégionales. Le début des échanges commerciaux dans le cadre de la ZLECAf à partir du 1er janvier 2021 constitue une étape clé vers un marché unique dont le produit intérieur brut combiné avoisine les 2 500 milliards d'euros. La libéralisation des droits de douane à elle seule devrait accroître le potentiel du commerce intrarégional de plus de 17 milliards d'euros. La suppression d'autres frictions du marché pourrait aider à réaliser 19 milliards d'euros de potentiel commercial intrarégional pour le moment inexploité.

La création d'un marché unique doté d'un cadre réglementaire clair et solide dans les 54 pays signataires offre la possibilité de développer de nouvelles chaînes de valeur régionales et d'accroître le commerce à valeur ajoutée et l'emploi. Elle ouvre les portes à une base de consommateurs de 1,3 milliard de personnes, qui devrait atteindre 2,5 milliards d'ici 2050, tout en créant de fortes incitations à l'investissement.

L'Afrique représente 15 % de la population mondiale, mais seulement 2,3 % des exportations mondiales. Les matières premières et les ressources naturelles continuent de dominer les exportations vers le reste du monde. Concernant le marché africain, 14 % de ses exportations lui sont destinés, dont une part relativement élevée de produits semi-transformés ou transformés. Les exportations au sein de la région sont plus diversifiées et technologiquement plus avancées que les exportations vers l'étranger.

L'intégration des chaînes de valeur intra-africaines réduit la dépendance à l'égard des biens non transformés et des ressources naturelles en tant qu'exportations. L'intégration ouvre ainsi la voie à une plus grande valeur ajoutée et à un panier d'exportations plus diversifié. Des chaînes de valeur africaines compétitives augmentent la résilience aux chocs de la chaîne d'approvisionnement, ce que les crises récentes ont rendu encore plus nécessaire.

Priorité aux investissements et aux efforts

Les gouvernements et les partenaires du développement cherchent à aider le secteur privé à exploiter le potentiel des chaînes de valeur africaines en canalisant les interventions là où elles sont le plus nécessaires et en s'attaquant aux goulets d'étranglement dans les secteurs clés.

La Commission de l'Union africaine et la Direction générale des partenariats internationaux de la Commission européenne ont chargé le Centre du commerce international (ITC) d'identifier les secteurs à fort potentiel pour le développement durable des chaînes de valeur en Afrique, ainsi que les goulets d'étranglement qui freinent les entreprises.

L'ITC a élaboré une approche innovante pour établir un diagnostic des chaînes de valeur africaines, en combinant les informations commerciales, l'analyse des entrées-sorties, la production, l'accès aux marchés et d'autres indicateurs. L'objectif était d'identifier les chaînes de valeur réalisables et prometteuses. L'ITC a ensuite utilisé les avis de plus de 10 000 entreprises, d'experts du secteur et d'autres parties prenantes pour obtenir des informations de première main sur les besoins des entreprises et les contraintes institutionnelles, ainsi que sur les besoins d'investissement.

L'ITC a consulté plusieurs organisations internationales et s'est appuyé sur leur expertise, notamment l'Union africaine (UA), la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (CEA), l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUUDI), l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), ainsi que d'autres organisations nationales, régionales et internationales.

Opportunités : 94 chaînes de valeur dans 23 secteurs

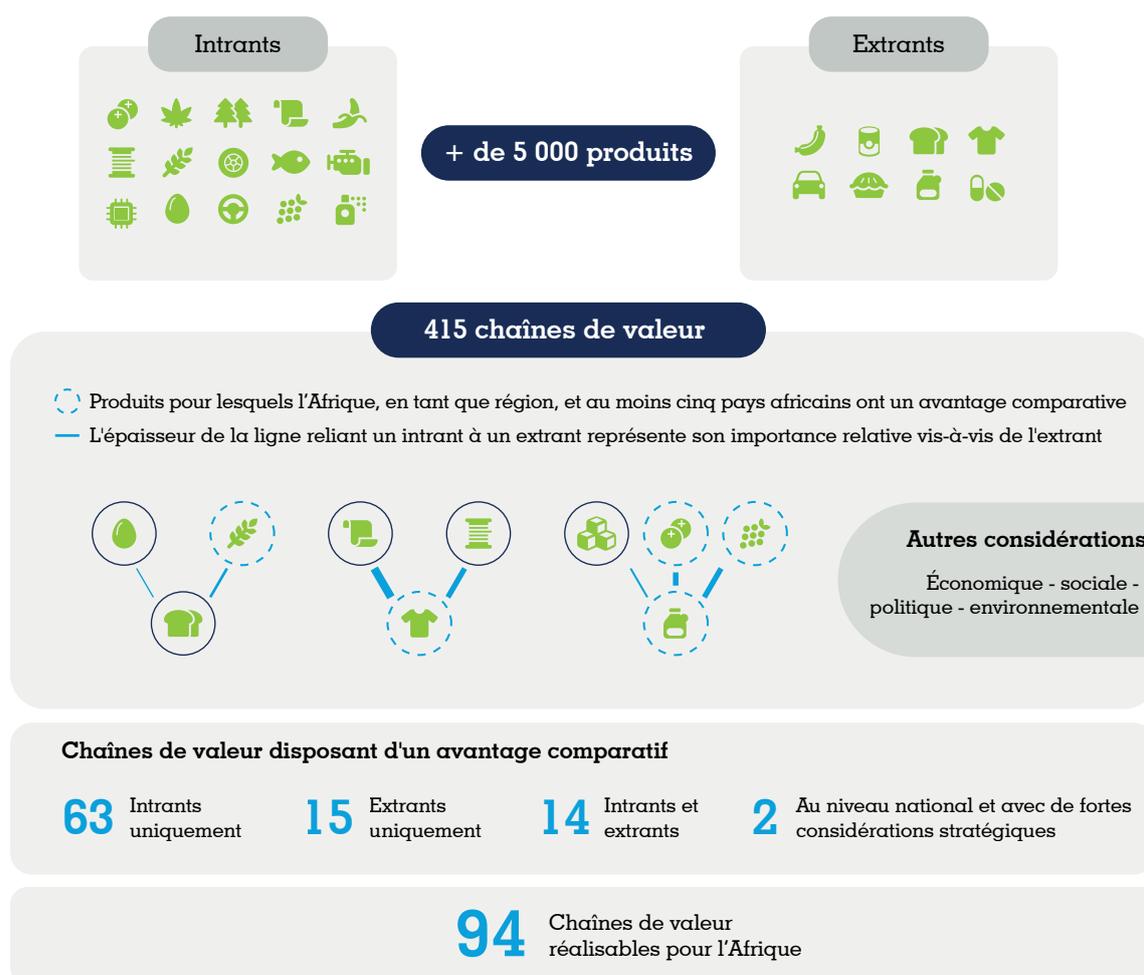
Le diagnostic de la chaîne de valeur de l'ITC a permis de classer plus de 5 300 produits, selon le code à 6 chiffres du Système harmonisé (SH), en intrants et extrants. Les produits sont considérés comme des extrants s'ils sont des biens transformés et non intermédiaires, et comme des intrants dans tous les autres cas.

Ensuite, des tableaux d'intrants-extrants au niveau sectoriel ont permis de définir l'importance relative de chaque intrant utilisé dans la production d'un extrant donné¹. Cette étape a permis de définir 415 chaînes de valeur dans tous les secteurs, qui sont ensuite évaluées en fonction de leur avantage comparatif révélé.

Lors d'une troisième étape, les chaînes de valeur ont été évaluées pour leur potentiel à engager au moins cinq pays africains d'au moins deux communautés économiques régionales différentes. Elles doivent également présenter un avantage comparatif révélé dans les principaux intrants, les extrants ou les deux à la fois. Les chaînes de valeur sans avantage comparatif révélé, ou avec un avantage comparatif révélé dans les intrants mineurs uniquement, ont été exclues de l'analyse².

Ce processus a réduit le nombre de chaînes de valeur réalisables à un peu plus de 90. Les consultations avec les experts sectoriels et régionaux ainsi qu'avec les parties prenantes de l'Union européenne (UE) et de la Commission de l'Union africaine (CUA) ont mis en évidence des chaînes de valeur supplémentaires qui sont importantes pour des raisons politiques et stratégiques, par exemple pour réduire la dépendance aux importations dans les secteurs pharmaceutique et agricole³.

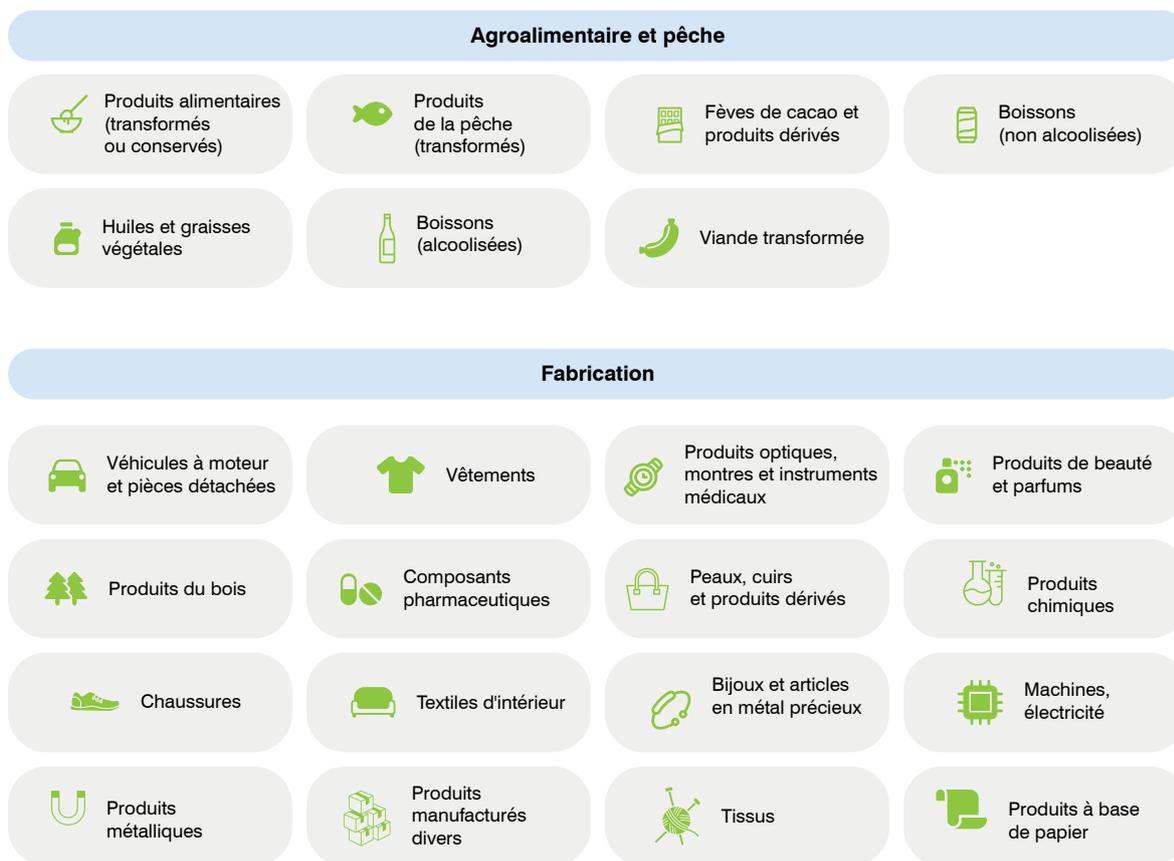
Figure 1 Se concentrer sur les chaînes de valeur prometteuses



Source : ITC.

Les **94 chaînes de valeur résultantes se répartissent en 23 secteurs**. La plupart des chaînes de valeur recensées se trouvent dans les secteurs des aliments transformés (28) et dans ceux des machines et de l'électricité (11). Les autres secteurs comprennent l'habillement, les textiles à usage domestique et les tissus, les produits métalliques et les boissons.

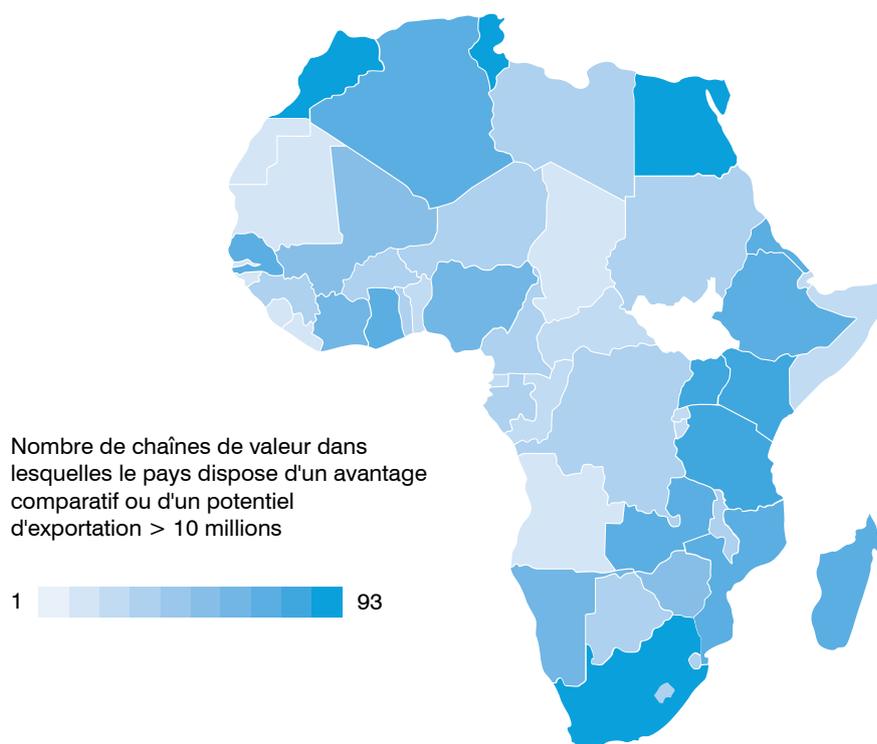
Figure 2 Secteurs aux chaînes de valeur les plus prometteuses



Source : ITC

Jusqu'à 33 pays africains peuvent se relier à ces chaînes de valeur par la fourniture d'intrants, la fabrication d'extrants, ou les deux. Alors que dans certains de ces secteurs (par exemple, le textile et l'automobile) la délocalisation des étapes intermédiaires perturbe la chaîne de valeur et entraîne des dépendances, dans d'autres, seul le produit final est fabriqué ailleurs.

Les importations annuelles par l'Afrique du produit final de ces 94 chaînes de valeur en provenance de l'extérieur du continent dépassent les 53 milliards d'euros. La demande d'importation dans ces chaînes de valeur devrait augmenter de 79 % à partir de 2026 – soit plus que la croissance moyenne de la demande de 68 % escomptée dans tous les secteurs. En reliant les intrants immédiats de plusieurs pays africains qui sont exportés en vue de leur transformation ultérieure dans d'autres régions du monde, un tiers de la demande africaine dans ces chaînes de valeur pourrait être satisfaite localement.

Figure 3 Chaînes de valeur prometteuses sur le continent

Source : Sur la base d'Export Potential Map de l'ITC (<https://exportpotential.intracen.org>)

Dans 73 des 94 chaînes de valeur, l'Afrique disposerait de suffisamment d'intrants immédiats pour répondre aux besoins des consommateurs régionaux et internationaux, ce qui apporterait une valeur ajoutée et créerait des emplois sur le continent. Ces chaînes de valeur présentent de nombreuses opportunités d'investissement qui permettraient d'optimiser leur potentiel, tout en renforçant les liens entre les fournisseurs africains d'intrants et d'extrants.

Chaînes de valeur pilotes : 4 sur 94

Les 94 chaînes de valeur ont fait l'objet d'une évaluation approfondie sur les aspects économiques, politiques, sociaux et environnementaux, ainsi que sur leur impact aux niveaux national, régional et continental. Cette évaluation à la fois quantitative et qualitative s'est fondée sur une analyse documentaire⁴, ainsi que des consultations supplémentaires avec les parties prenantes et les experts sectoriels. Les discussions avec les représentants de la CUA ont contribué à définir des indicateurs supplémentaires d'importance stratégique pour le développement économique africain, tels que la sécurité alimentaire et la résilience aux chocs. Ces indicateurs sont, entre autres, les suivants :

■ Schémas commerciaux actuels

- ✓ Exportations vers le reste du monde et parts dans le commerce mondial aux niveaux continental et national ;
- ✓ Parts des produits dans les exportations africaines ;
- ✓ Commerce existant en Afrique autour de chaque chaîne de valeur : nombre de relations commerciales entre les fournisseurs africains d'intrants et les fournisseurs africains d'extrants, part des intrants provenant d'Afrique par les fournisseurs africains d'extrants, part des intrants exportés vers l'Afrique par les fournisseurs africains d'intrants ; et
- ✓ Potentiel d'exportation de l'Afrique dans la région et dans le monde.

■ Offre

- ✓ Production de produits intrants et extrants ; et
- ✓ Couverture géographique : nombre de sous-régions, de pays et de pays les moins avancés (PMA) en Afrique sont des contributeurs potentiels à une chaîne de valeur (qui ont un avantage comparatif ou un potentiel d'exportation d'au moins 10 millions de dollars pour les extrants ou les intrants).

■ Demande

- ✓ Demande en Afrique et dans l'UE : demande d'importation relative prévue pour le produit extrant ;
- ✓ Taille de la chaîne de valeur : potentiel d'exportation mondial pour le produit extrant, jusqu'à l'année 2026 ;
- ✓ Demande d'importation : actuelle et projetée (d'ici à 2026) ; et
- ✓ Dépendance à l'égard des importations : mesure dans laquelle la demande africaine d'un produit est satisfaite par des importations

■ Accès au marché

- ✓ Droits de douane sur les intrants : moyenne simple des tarifs sur les principaux intrants entre les fournisseurs d'intrants et les fournisseurs d'extrants, existence d'un avantage tarifaire pour les fournisseurs d'intrants africains ;
- ✓ Facilité des échanges : mesure révélée de la facilité du commerce entre les fournisseurs potentiels d'intrants et d'extrants qui capture la force de la relation commerciale bilatérale existante ; et
- ✓ Incidence de la ZLECAf : changement dans la facilité du commerce entre les fournisseurs africains d'intrants et d'extrants attendu grâce aux réductions tarifaires induites par la ZLECAf.

■ Indicateurs de développement durable

- ✓ Présence de petites et moyennes entreprises (PME) ;
- ✓ Participation de la main-d'œuvre féminine ; et
- ✓ Technologies vertes

Encadré 1 Chaînes de valeur prometteuses dans la CEDEAO et la CAE

Le diagnostic des chaînes de valeur de l'ITC peut être adapté pour identifier les chaînes de valeur prometteuses au niveau du sous-continent. Un examen préliminaire a révélé que les pays de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) et de la Communauté d'Afrique de l'Est (CAE) pourraient se relier à au moins 20 des 94 chaînes de valeur au niveau continental, et ce dans 10 secteurs. De fait, plusieurs chaînes de valeur présentent des opportunités pour ces régions même si elles ne sont pas particulièrement prometteuses pour l'Afrique dans son ensemble.

Dans la CEDEAO, de nombreux pays pourraient fournir de manière compétitive des intrants dans les chaînes de valeur des aliments transformés ou de la pêche, notamment pour la préparation d'aliments pour nourrissons. Pour d'autres produits alimentaires transformés, tels que les produits du cacao ou le couscous et les pâtes, la région exporte déjà avec succès le produit final. D'autres chaînes de valeur continentales prometteuses auxquelles la région de la CEDEAO pourrait contribuer comprennent les fournitures automobiles (grâce à l'abondance de certains métaux) ainsi que l'habillement (grâce à l'abondance du coton). Au niveau régional, les instruments de musique, les articles ménagers et les produits en papier peuvent être envisagés.

Dans la CAE, les chaînes de valeur des aliments transformés et de la pêche semblent également prometteuses. En outre, les pays de la CAE sont traditionnellement compétitifs dans la production de cuirs et de peaux, ce qui leur permettrait de se relier à plusieurs chaînes de valeur liées au cuir pour alimenter, entre autres, la production de vêtements ou de fournitures automobiles au niveau continental. Des chaînes de valeur au niveau régional, liées à la céramique, au papier ou aux solutions alcoolisées, pourraient également être développées.

Source : ITC.

À l'annexe III, un tableau général présente les 94 chaînes de valeur et les indicateurs sélectionnés. Certains indicateurs sont pertinents pour toutes les chaînes de valeur, d'autres uniquement pour les chaînes de valeur de certains secteurs. En fonction de l'objectif politique, les parties prenantes peuvent évaluer différemment l'importance des facteurs. Par exemple, si la réduction de la dépendance à l'égard des importations est cruciale pour les denrées alimentaires ou les produits de santé essentiels, elle est moins pertinente dans la chaîne de valeur de l'automobile où la division internationale du travail génère des gains indispensables aux termes de l'échange.

L'annexe IV présente une cartographie de tous les pays africains pour ces chaînes de valeur, en détaillant les extrants et les intrants que chaque pays pourrait fournir en fonction de son avantage comparatif révélé et de son potentiel d'exportation.

L'évaluation supplémentaire a alimenté les discussions avec un large éventail de parties prenantes de l'UE et de la CUA. Le processus consultatif a permis de sélectionner les quatre premières chaînes pilotes : les produits pharmaceutiques, les automobiles, les préparations alimentaires pour nourrissons et les vêtements en coton. Ces secteurs ont ensuite fait l'objet d'une analyse des données et de discussions spécifiques avec des entreprises de tout le continent.



CHAPITRE 2

ENTENDRE LA VOIX DU SECTEUR PRIVÉ

L'enquête sur les MNT pour comprendre les défis commerciaux	10
Consultations avec les acteurs économiques des quatre chaînes de valeur pilotes	10
Profils des entreprises consultées	12

CHAPITRE 2

ENTENDRE LA VOIX DU SECTEUR PRIVÉ

Pour libérer le potentiel des chaînes de valeur et de l'intégration, il faut comprendre le point de vue des entreprises quant à leurs opérations et leurs tentatives de se relier les unes aux autres. Le diagnostic des chaînes de valeur de l'ITC s'appuie sur deux initiatives d'enquêtes qui ont fourni la vérification nécessaire de la réalité sur le terrain :

- ✓ Des enquêtes nationales à grande échelle auprès des entreprises sur les mesures non tarifaires (MNT) ; et
- ✓ Une initiative d'enquête spécifique et de consultation spécialement conçue pour les quatre chaînes de valeur pilotes.

Dans l'ensemble, les avis et expériences documentés de près de 11 000 entreprises et autres parties prenantes ont contribué à ce diagnostic.

L'enquête sur les MNT pour comprendre les défis commerciaux

Les enquêtes commerciales à grande échelle de l'ITC sur les mesures non tarifaires – mises en œuvre depuis 2011 dans 22 pays africains et couvrant, à ce jour, près de 10 000 exportateurs et importateurs – documentent les expériences des entreprises commerciales en matière d'obstacles commerciaux réglementaires et procéduraux au niveau des produits (système harmonisé à 6 chiffres) et des pays partenaires, y compris, mais sans s'y limiter, du commerce intrarégional. Dans chaque pays étudié, les résultats sont basés sur un échantillon représentatif d'entreprises tirées de la population des entreprises exportatrices dans 13 secteurs prédéfinis, couvrant tous les biens à l'exception des minéraux et des armes⁵.

Ces enquêtes fournissent des données probantes complètes et uniques sur les obstacles au commerce intra-africain, et alimentent le diagnostic des quatre chaînes de valeur prioritaires présentées dans ce rapport. Des informations détaillées sur les caractéristiques des entreprises interrogées dans chaque pays, ainsi que les résultats spécifiques à chaque pays sur les obstacles au commerce liés aux mesures non tarifaires, sont disponibles sur les pages dédiées aux pays et dans les rapports disponibles sur www.ntmsurvey.org.

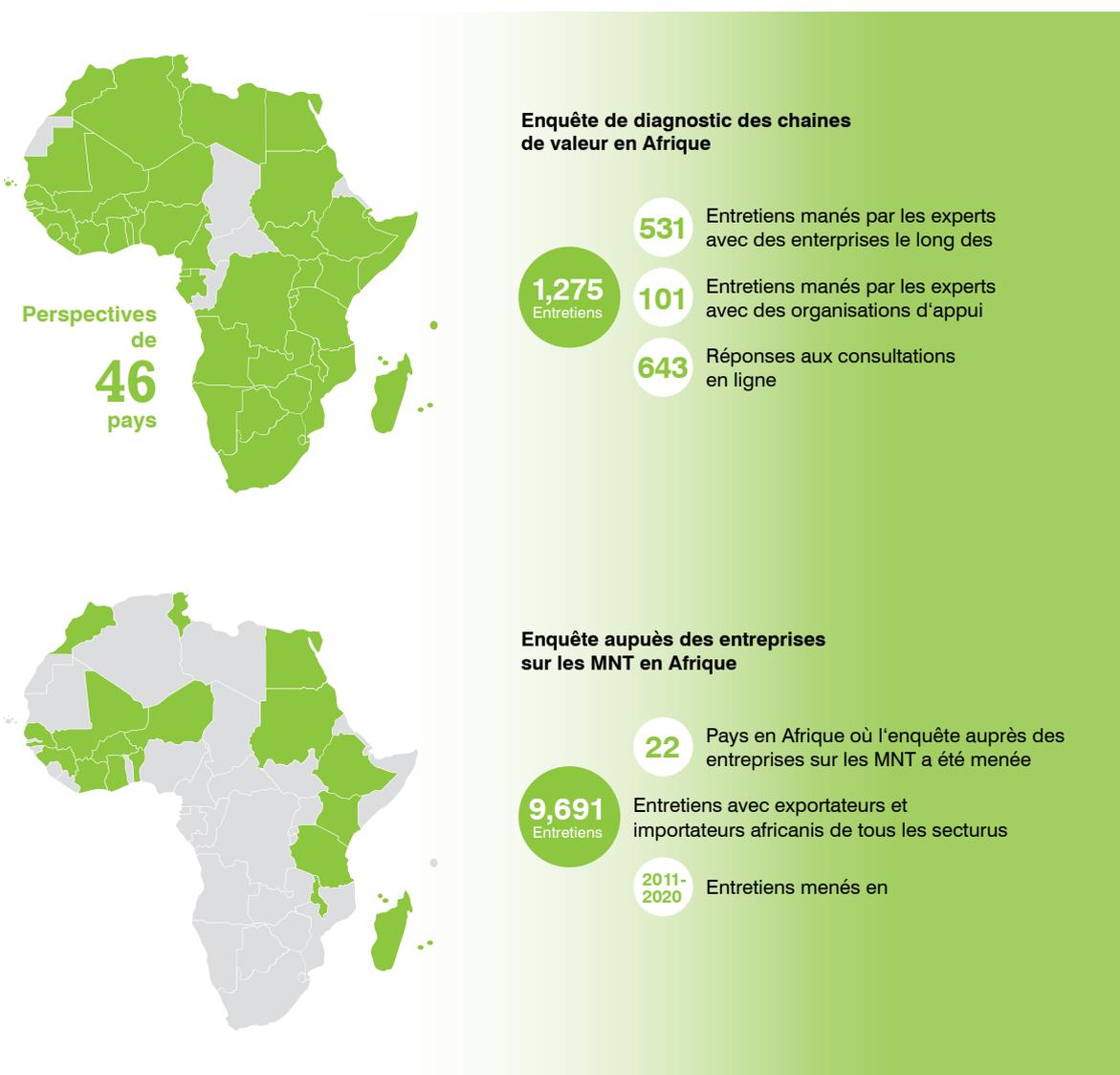
Consultations avec les acteurs économiques des quatre chaînes de valeur pilotes

Pour en apprendre davantage sur les défis à relever lors du développement des chaînes de valeur, au-delà des obstacles commerciaux, l'ITC, appuyé par plus de 25 experts sectoriels à travers le continent, a mené des entretiens spécifiques avec des participants le long des quatre chaînes de valeur pilotes sélectionnées.

Ces entretiens ont eu lieu entre décembre 2021 et février 2022 et ont porté sur un large éventail d'éléments : les caractéristiques détaillées des entreprises et les détails de la production (intrants, extrants, origine des sources d'approvisionnement et marchés de vente), la capacité et les contraintes de production, les contraintes d'approvisionnement, l'accès au financement, les besoins d'investissement, l'accès à la technologie, les préoccupations environnementales, l'intérêt et la facilité de faire des affaires avec d'autres pays africains, les attentes des entreprises par rapport à la ZLECAf, et les facteurs clés pour permettre le changement.

Des consultations avec 101 organisations d'appui aux entreprises (OAE), y compris des chambres de commerce et des associations sectorielles, ont permis de contextualiser et de compléter les réponses obtenues auprès des entreprises individuelles, et de recueillir davantage d'informations sur les projets existants, les stratégies et les enseignements tirés dans les secteurs concernés.

Figure 4 Consultations with African businesses and stakeholders



Source : ITC

Enfin, une consultation en ligne a permis de recueillir les points de vue de 643 autres parties prenantes, notamment des entreprises, des experts sectoriels, des universitaires, des représentants d'agences du secteur public ou des partenaires de développement. Cette consultation portait sur les opportunités et les défis du développement des chaînes de valeur en Afrique, en général, et pour les quatre chaînes de valeur pilotes en particulier.



Figure 5 Participants des consultations en ligne



Source : ITC

Profils des entreprises consultées

Parmi les 531 entreprises interrogées entre décembre 2021 et février 2022, 165 appartiennent au secteur de l'habillement, 134 au secteur automobile, 121 au secteur des aliments pour nourrissons, et 111 au secteur pharmaceutique. Il s'agit aussi bien d'exportateurs que de non-exportateurs.

Les enquêtes auprès des entreprises sur les MNT ont été conçues pour documenter les barrières au commerce. Elles se concentrent donc exclusivement sur les entreprises commerciales. Dans l'ensemble, 63 % des entreprises interrogées sont actives à l'export, 66 % à l'import, et 29 % à la fois à l'export et à l'import. Les enquêtes ont été menées sur une plus longue période et couvrent tous les secteurs d'exportation. Pour chaque pays et secteur, l'échantillon d'entreprises à interroger a été sélectionné de manière indépendante, selon la méthode d'échantillonnage aléatoire stratifié.

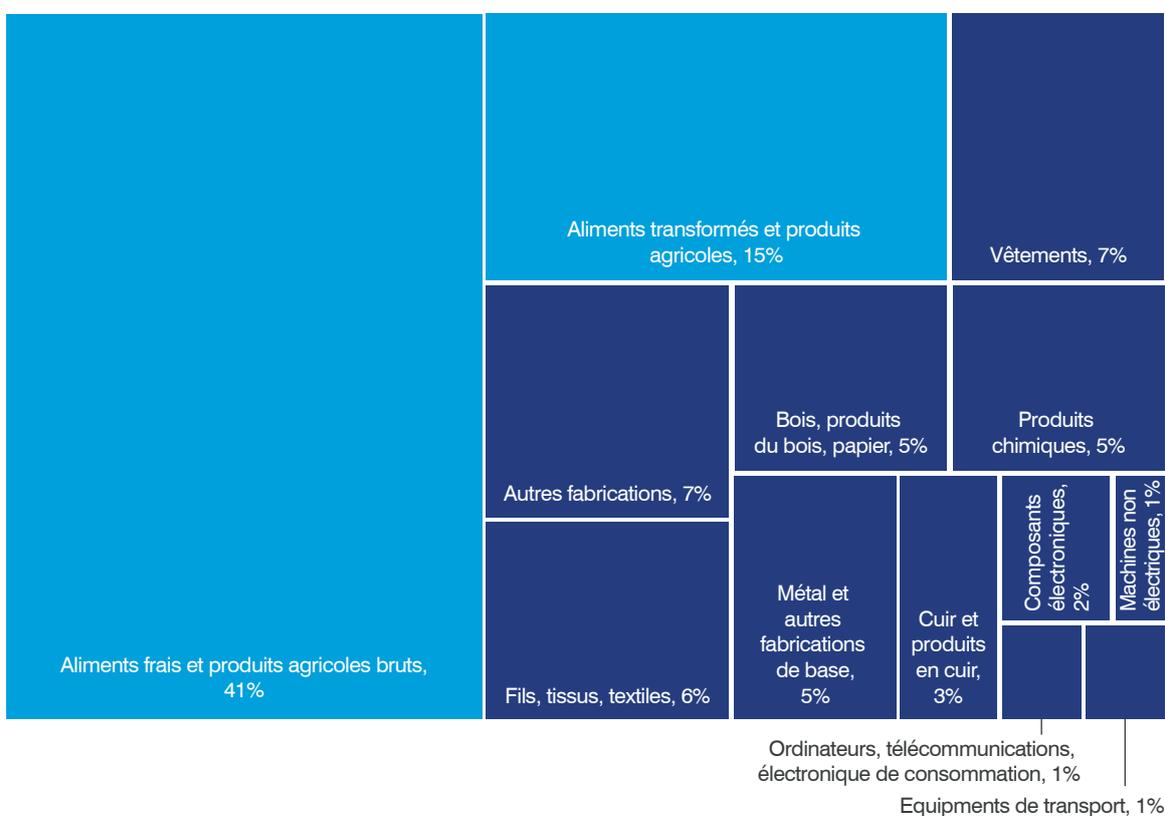
Parmi les 9 700 entreprises interrogées, plus de la moitié sont issues du secteur agricole – ce qui comprend les aliments frais et les produits agricoles bruts (41 %), ainsi que les aliments transformés et les produits agricoles (15 %). Les entreprises du secteur de l'habillement et du textile représentent 13 % des entreprises interrogées. Figurent également dans l'échantillon 7 % d'entreprises manufacturières diverses et 5 % du secteur chimique, qui comprend également les produits pharmaceutiques.

Figure 6 Entretiens menés par les experts le long des chaînes de valeur pilotes



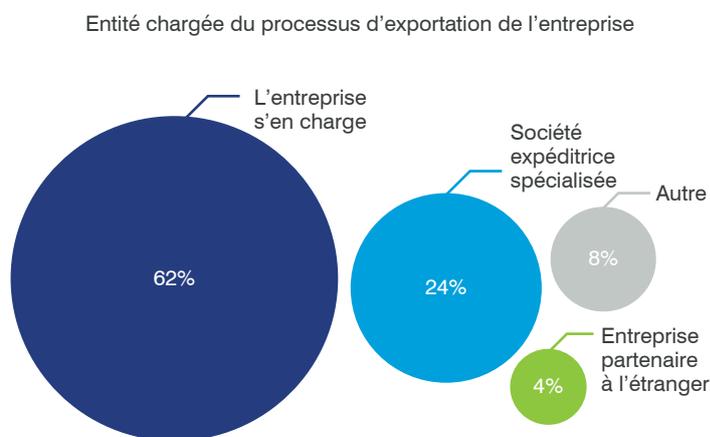
Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.
Source : ITC

Figure 7 Participants aux enquêtes auprès des entreprises sur les MNT



Source : Enquête auprès des entreprises sur les MNT de l'ITC menée en Afrique

Figure 8 La plupart des entreprises de commerce en Afrique effectuent elles-mêmes les procédures d'export



Source : Enquête auprès des entreprises sur les MNT de l'ITC menée en Afrique

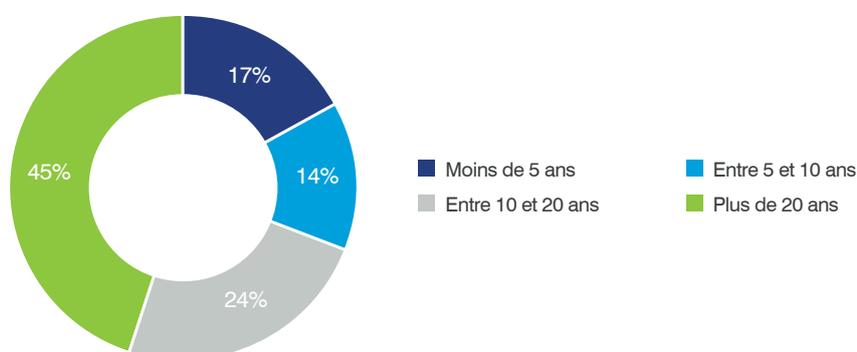
La majorité des entreprises interrogées (62 %) se chargent elles-mêmes des processus d'exportation, tandis qu'environ un quart d'entre elles font appel aux services de sociétés de transport spécialisées.

Nombre d'années d'activité

Les entreprises interrogées sont assez bien établies. Dans le diagnostic des chaînes de valeur, environ la moitié des entreprises sont opérationnelles depuis plus de 20 ans ; environ 30 % ont été créées au cours de la dernière décennie et le quart restant compte entre 10 et 20 ans d'activité.

Il existe cependant des différences significatives entre les secteurs. Les secteurs de l'automobile et des aliments pour nourrissons semblent compter une part importante d'entreprises nouvellement établies, 20 % des entreprises interrogées dans le secteur de l'automobile et 35 % dans celui des aliments pour bébés ayant été créées au cours des cinq dernières années.

Figure 9 Les entreprises des quatre chaînes de valeur sont bien implantées



Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

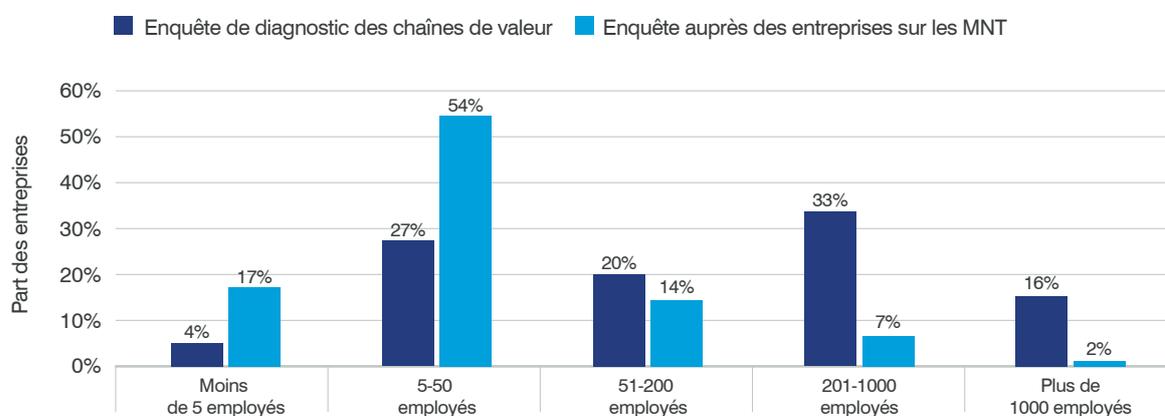
Source : ITC

Emploi

L'enquête de diagnostic des chaînes de valeur couvre un ensemble d'entreprises de toutes tailles, des micro, petites et moyennes entreprises (MPME) aux grandes multinationales. L'entreprise médiane emploie entre 100 et 200 personnes dans le pays d'activité. Les petites entreprises de moins de 50 salariés constituent 30 % des répondants, et 13 % des entreprises ont moins de 10 salariés. À l'autre extrémité du spectre, 16 % des entreprises interrogées emploient plus de 1 000 salariés. Les entreprises du secteur automobile, en particulier, sont de gros employeurs, puisque 53 % des entreprises interrogées dans ce secteur comptent plus de 250 salariés.

La structure de l'emploi dans les entreprises couvertes par l'enquête sur les MNT diffère de celle relevée par l'enquête de diagnostic des chaînes de valeur. Cela s'explique par la couverture sectorielle différente entre les deux enquêtes ainsi que par la méthode d'échantillonnage. Seuls 2 % des participants à l'enquête sur les MNT sont de très grands employeurs comptant plus de 1 000 travailleurs. La plupart sont des petites entreprises (moins de 50 salariés, 71 %), dont certaines des microentreprises (moins de 5 salariés, 17 %).

Figure 10 La plupart des entreprises participantes sont de taille moyenne



Note : Pour 6 % des entreprises dans les enquêtes sur les MNT, le nombre d'employés n'est pas précisé.

Source : ITC

Localisation

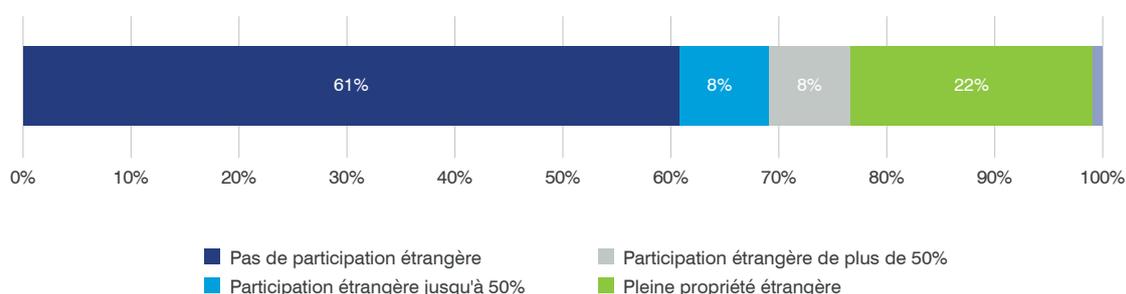
Une grande partie des entreprises interrogées dans le cadre du diagnostic des chaînes de valeur est située dans des zones spéciales offrant des avantages spécifiques – par exemple, près de 48 % d'entre elles sont dans des zones industrielles ou économiques, et 11 % dans des zones franches d'exportation.

En particulier, de nombreuses compagnies des secteurs de l'habillement et de l'automobile sont établies dans des zones franches d'exportation (environ 18 % pour chacun des secteurs), ce qui souligne l'orientation à l'export de ces secteurs. En revanche, très peu d'entreprises du secteur des aliments pour nourrissons sont situées dans de telles zones.

Propriété étrangère

La plupart des entreprises interrogées dans les quatre chaînes de valeur pilotes (61 %) sont entièrement détenues par des locaux. C'est particulièrement le cas pour les entreprises du secteur de l'habillement et des aliments transformés, où la part des entreprises sans participation étrangère s'élève respectivement à 68 % et 73 %. Les combinaisons de propriété nationale et étrangère sont assez limitées, avec 16 % d'entreprises concernées. Plus d'un cinquième (22 %) des entreprises sont entièrement sous contrôle étranger, avec des différences significatives entre les chaînes de valeur : dans le secteur automobile, par exemple, 39 % des entreprises interrogées sont entièrement sous contrôle étranger.

Figure 11 La plupart des firmes interrogées dans les chaînes de valeur pilotes sont détenues localement



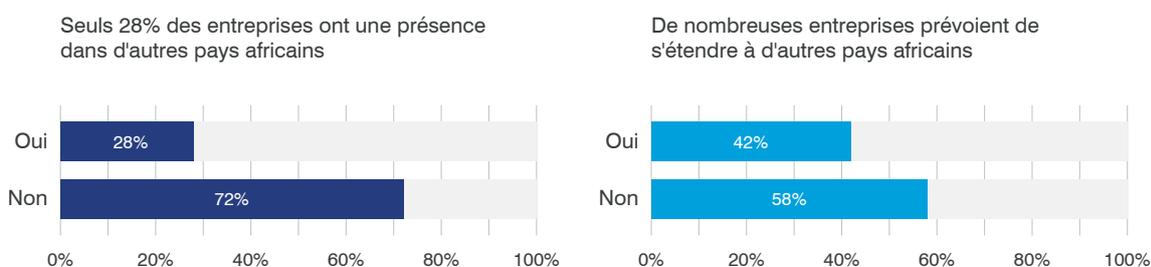
Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source : ITC

Faire des affaires en Afrique

Peu d'entreprises ont des usines de production ou des filiales dans d'autres pays africains (28 %). Le secteur automobile est celui qui compte le plus d'entreprises ayant des usines de production ou des filiales dans d'autres pays africains (46 %), suivi du secteur pharmaceutique (36 %). Dans les secteurs de l'habillement et de l'alimentation pour nourrissons, cette part est respectivement de 15 % et 17 %. Ces entreprises sont dans une large mesure celles qui rapportent une participation étrangère partielle. Parmi les entreprises entièrement détenues localement, très peu ont des usines ou des filiales dans d'autres pays. Toutefois, 42 % prévoient de s'étendre en Afrique.

Figure 12 Peu d'entreprises africaines sont implantées à l'étranger



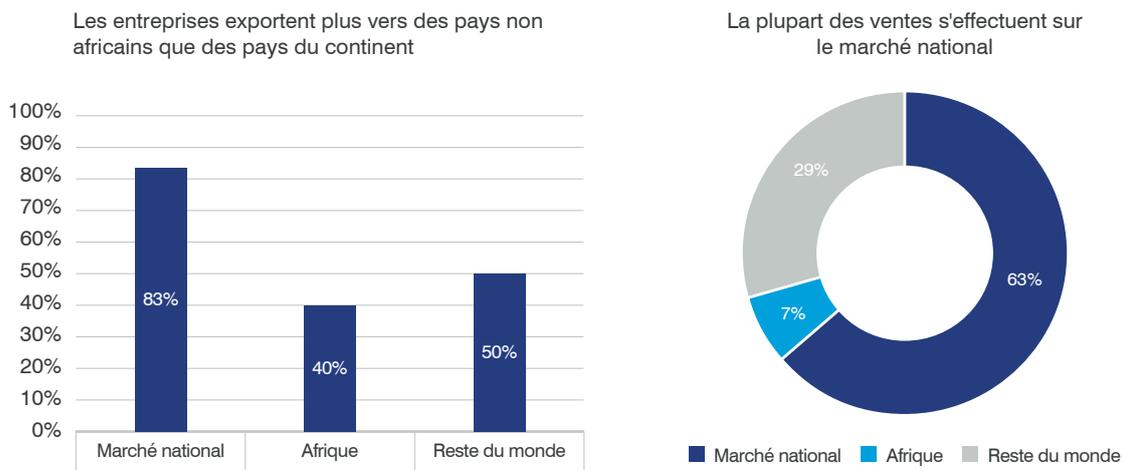
Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source : ITC

Les entreprises interrogées le long des quatre chaînes de valeur pilotes ne réalisent que 7 % de leurs ventes grâce au commerce intra-africain. La plupart d'entre elles ciblent le marché intérieur, 83 % vendant leurs produits localement, 40 % dans d'autres pays africains et 50 % dans des pays non africains. Environ une entreprise sur trois s'adresse exclusivement au marché local, sans aucune activité d'exportation.

En ce qui concerne les ventes, une entreprise moyenne réalise 63 % de ses ventes sur le marché national. Une entreprise génère davantage de revenus de ses exportations vers les pays non africains (29 % des ventes) que de ses exportations au sein de l'Afrique (7 %).

Figure 13 Les ventes et les revenus des entreprises sont surtout réalisés localement



Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source : ITC



CHAPITRE 3

DÉFIS TRANSSECTORIELS DU SECTEUR PRIVÉ

D'où vient le manque de liens entre les fournisseurs et les producteurs ?	20
Que faut-il changer ?	22

CHAPITRE 3

DÉFIS TRANSSECTORIELS DU SECTEUR PRIVÉ

Ce chapitre examine les principaux obstacles au développement des chaînes de valeur et à l'expansion de l'intégration africaine, selon la perspective des entreprises des quatre chaînes de valeur pilotes. Chaque section propose des recommandations basées sur les points de vue des entreprises, des OAE et des experts sectoriels, et met en évidence certaines initiatives actuelles ou prévues pour s'attaquer à ces obstacles.

Ces recommandations ne sont qu'un point de départ, destiné à faciliter les discussions politiques et à éclairer l'élaboration de stratégies et de projets aux niveaux continental, sous-régional et national.

Pour devenir réalisables, elles devront être développées davantage et, dans le cadre d'un processus consultatif impliquant les secteurs public et privé, traduites en une feuille de route concise de mise en œuvre pour chaque chaîne de valeur. Cette feuille de route devra inclure une liste détaillée d'actions, en attribuant des priorités et des délais, en identifiant le ou les acteurs responsables aux niveaux continental, sous-régional ou national, et en estimant les coûts pour chacune d'entre elles.

D'où vient le manque de liens entre les fournisseurs et les producteurs ?

Les entreprises citent de nombreuses raisons pour expliquer le manque de commerce intra-africain, la difficulté de commercer entre africains, et les freins qui empêchent les entreprises de tirer parti du développement des chaînes de valeur. Pourquoi ?

1. **Souvent, fournisseurs et producteurs ne se connaissent pas** – comme le montrent les témoignages du terrain.

Même quand ils se connaissent, fournisseurs et producteurs ne se contactent pas, pour les raisons suivantes :

2. **Un manque de confiance dans la qualité des biens africains** en grande partie à cause du manque de confiance dans les systèmes d'évaluation de la conformité.
3. **Des systèmes de paiement faibles** et le manque de lignes de crédit sûres pour les transactions internationales.

« Je ne connais aucune entreprise africaine qui fournit les intrants dont nous aurions besoin. »

« Aucune fiabilité en matière d'engagement, de communication et de respect des délais. Des procédures peu claires. Des réglementations complexes. »

« Actuellement, il n'y a pas d'approvisionnement en intrants provenant de pays africains. Cependant, il y aura une réflexion si le prix, la qualité et le volume des intrants deviennent compétitifs. »

« En fait, nous n'avons jamais essayé. Et nous ne disposons d'aucune information indiquant que de telles matières premières soient disponibles dans un pays africain. »

« Nous n'avons pas encore osé importer d'Afrique car tout le monde importe de Chine et de Turquie – c'est la réputation qui nous fait choisir ces pays. Nous n'avons aucune idée de la qualité ou de la disponibilité des intrants en provenance d'Afrique. »

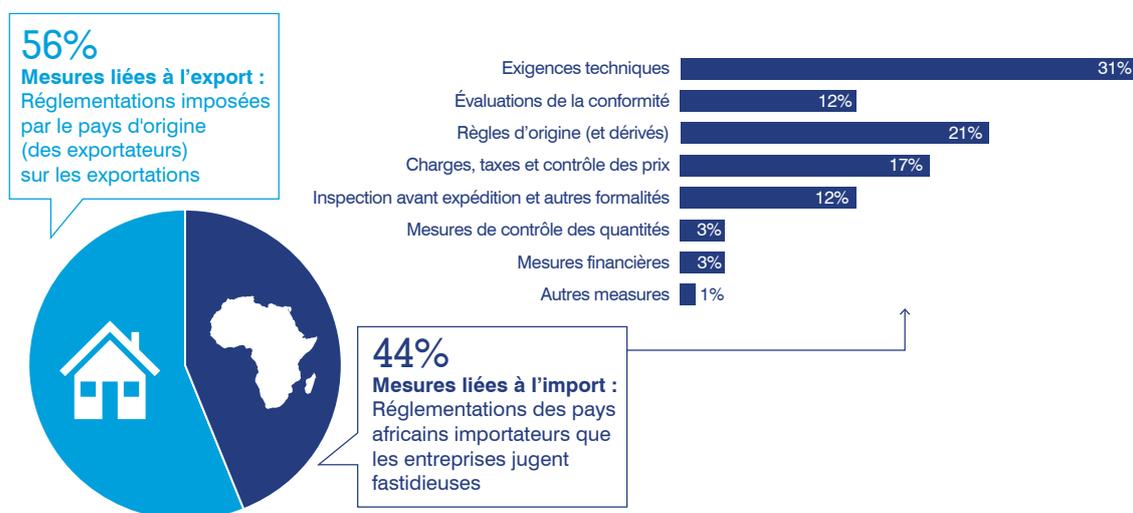
- Des entreprises des chaînes de valeur expliquent pourquoi elles ne s'approvisionnent pas (plus) en intrants depuis l'Afrique

4. **De nombreux obstacles induits par les mesures non tarifaires.** Il s'agit non seulement de mesures imposées par les pays importateurs – telles que les mesures sanitaires et phytosanitaires ou les barrières techniques au commerce, les exigences en matière de certification d'origine ou les inspections douanières qui y sont liées – mais aussi de mesures imposées par les propres pays des exportateurs, qui créent un nombre disproportionné d'obstacles au commerce – telles que les licences, les inspections ou les taxes. Les obstacles au commerce liés aux MNT touchent 63 % des exportateurs en Afrique, contre 56 % en moyenne pour les pays en développement.

« Les règles de mon pays d'origine créent des problèmes plus importants que celles des pays exportateurs. »

- Entreprise du secteur automobile

Figure 14 Les mesures relatives à l'exportation, les mesures SPS et OTC ainsi que les règles d'origine entravent le commerce intra-africain



Note : Les règlements techniques et de mise en conformité composent ensemble les mesures SPS et OTC.

Source : Enquête de l'ITC sur les mesures non tarifaires en Afrique (9 691 personnes interrogées dans 22 pays), www.ntmsurvey.org.

5. **Le coût du transport et de la logistique et l'insuffisance des voies de transport.** Les chaînes de valeur qui opèrent au-delà des frontières requièrent des chaînes logistiques fiables et efficaces, avec des délais et des coûts prévisibles. L'absence de connectivité entre de nombreux pays africains et la médiocrité des infrastructures routières représentent un défi de taille et entravent les efforts visant à accroître le commerce intra-africain et le développement des chaînes de valeur continentales.

« L'expédition d'intrants depuis l'Afrique coûte aussi cher que celle d'intrants depuis la Chine. En revanche, le prix des intrants est plus bas en Asie. »

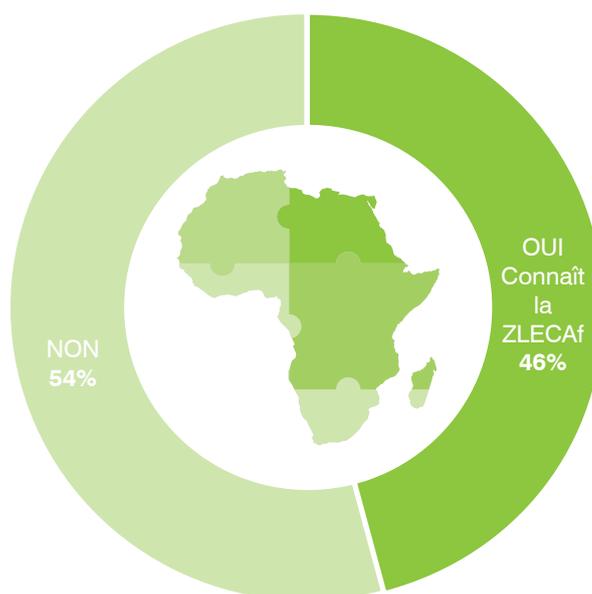
- Fabricant de vêtements

6. **Des prix non compétitifs** liés aux facteurs susmentionnés ainsi que les facteurs suivants :

- **Le coût élevé des prêts** empêche les entreprises d'investir dans la recherche et le développement (R&D), les technologies de production modernes, le respect des normes de qualité et les processus de production respectueux de l'environnement. L'accès au financement est particulièrement difficile pour les entreprises dirigées par des femmes (voir chapitre 8).
- **Les faibles volumes de production** ne permettent pas de réaliser des économies d'échelle.
- **Le coût élevé des services publics** et le manque de fiabilité du réseau électrique dans de nombreux pays.

7. **La mise en œuvre insuffisante des accords commerciaux**, notamment en raison de la rotation élevée du personnel et de la formation inadéquate des agents frontaliers, du manque de sensibilisation des MPME aux accords commerciaux et à leurs implications en matière de traitement préférentiel éventuel, du manque de reconnaissance mutuelle de la certification et des autres avantages concrets ou de la manière d'en bénéficier concrètement. Dans l'ensemble, les entreprises déplorent la mauvaise gouvernance et la mauvaise application de la législation.

Figure 15 La moitié des entreprises n'a pas connaissance de la ZLECAf



Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source : ITC

8. **L'inefficacité des processus de dédouanement aux frontières.** Les processus sont d'une longueur imprévisible même lorsque tous les documents requis sont présentés. En outre, ils sont souvent basés sur des documents qu'il faut imprimer. Les entreprises rapportent également les cas suivants : des marchandises endommagées en raison d'un traitement inutile ou non professionnel lors des inspections, ou d'une infrastructure de stockage insuffisante (comme le manque de structures réfrigérantes) ; des frais élevés liés au dédouanement ainsi qu'au stockage des marchandises en attente de dédouanement ; et des pressions pour effectuer des paiements informels, qui rendent le coût du commerce imprévisible.

En outre, les entreprises de tous les secteurs font état de difficultés à construire des chaînes de valeur durables.

9. **Des systèmes de gestion et de recyclage des déchets inadaptés,** notamment pour les eaux usées provenant de la production industrielle. En particulier dans les zones franches d'exportation, le traitement des déchets (y compris les eaux usées) est difficile et souvent organisé par les entreprises individuellement. Les entreprises sont également préoccupées par l'absence ou le manque de clarté des réglementations sur la manière de traiter les déchets, en particulier les déchets contaminés et dangereux, afin qu'ils ne nuisent pas à l'environnement ou à la santé humaine.

10. **L'accès limité aux technologies, aux compétences et à l'appui financier pour écologiser la production.** Les entreprises font également état d'un manque de technologies et de compétences pour minimiser et recycler les déchets de production ; de fonds limités pour investir dans des sources d'énergie alternatives (comme des panneaux solaires) et d'autres mesures visant à réduire l'empreinte carbone de la production ; et d'un manque de sensibilisation ou d'accès à des solutions d'emballage innovantes et écologiques.

Que faut-il changer ?

1. **Pour instaurer la confiance dans la vision « Fabriqué en Afrique », il sera essentiel de mener les actions suivantes :**

Investir dans un cadre de la qualité et une infrastructure d'évaluation de la conformité à l'échelle du continent, fiables et accessibles, notamment aux MPME. Il faudra aussi faciliter l'accès aux capacités de test au-delà des frontières nationales, en particulier pour les entreprises des PMA et pour les essais et certifications hautement spécialisés, dont la fourniture pourrait ne pas être rentable pour tous les pays.

« Il faudrait changer les esprits pour commencer à croire en nos produits. »

- Entreprise pharmaceutique

À court terme, les normes et les certifications devront être mutuellement reconnues, lorsque possible. À long terme, l'objectif est de parvenir à la convergence réglementaire. Il s'agira de renforcer l'Organisation régionale africaine de normalisation et de l'appuyer dans ses efforts pour établir des normes africaines et atteindre son objectif déclaré : « une norme – un test – un certificat – accepté partout ».

« Le potentiel est là, mais il faut aussi une volonté. »

- Exploitant agricole

Une solide infrastructure d'évaluation de la conformité sera également essentielle pour permettre la transformation de qualité des matières premières (telles que le cuivre pour l'automobile, les intrants dans la production de principes actifs pharmaceutiques [PAP] pour les produits pharmaceutiques, ou le coton pour l'habillement). Cela contribuera également à faire la preuve du respect de normes environnementales de plus en plus strictes

Assurer une transparence maximale des réglementations applicables et des procédures de certification. La comparaison des normes et réglementations entre les pays devra être facilitée, ainsi que par rapport aux normes internationales, par exemple au moyen d'outils d'auto-évaluation destinés aux entreprises

Renforcer la capacité des entreprises à se conformer à des normes de qualité élevées et à obtenir les certifications correspondantes. L'attention doit se porter sur les MPME ainsi que sur les entreprises dirigées par des femmes et des jeunes. Les certifications par rapport à des normes internationalement reconnues telles que les Bonnes pratiques de fabrication et les normes de l'Organisation internationale de normalisation devront être privilégiées.

Il faudra veiller à ce que la certification puisse être obtenue dans un délai raisonnable et prévisible, et à un coût raisonnable, par exemple en mettant en place des programmes d'appui financier pour couvrir une partie du coût de la certification pour les petites entreprises. Les entreprises devront être sensibilisées et formées aux cadres et aux meilleures pratiques en matière de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (critères ESG), aux cadres de diligence raisonnable et les meilleures pratiques associées, ainsi qu'aux techniques de gestion des déchets. La conformité à ces cadres devra être encouragée et appuyée à mesure qu'ils deviendront obligatoires.

Contrôler et appliquer efficacement les normes de qualité existantes, tant pour les produits importés que pour les produits fabriqués dans le pays. Les consommateurs devront être sensibilisés à la nécessité de disposer de produits de qualité pour des raisons de santé, de sécurité et d'environnement. Une application stricte des normes existantes sera une première étape indispensable pour améliorer la réputation et l'intérêt des produits fabriqués sur le continent. À plus long terme, l'alignement des exigences nationales en matière de qualité sur les normes et les meilleures pratiques internationales devrait être envisagé pour faciliter l'intégration des entreprises dans les chaînes de valeur régionales et mondiales.

2. **Améliorer la transparence des conditions d'accès au marché, des procédures liées au commerce, des opportunités commerciales et des processus de négociation des accords commerciaux.** Des campagnes d'information destinées aux entreprises devront être régulièrement menées pour les informer sur les accords commerciaux et les processus de négociation. De même, des outils d'information commerciale devraient être créés, à l'image de l'Observatoire africain du commerce, et être largement diffusés. La disponibilité des guides sur la manière d'exporter devra être améliorée, à la fois pour les produits et marchés clés.

« Nous avons besoin d'un meilleur accès aux informations sur le marché pour les pays africains. Et des sessions de formation et de sensibilisation à la ZLECAf. »

- Entreprise pharmaceutique

Il faudra renforcer la capacité des entreprises à recenser les opportunités de marché en Afrique, les accords commerciaux qui régissent le commerce intra-africain, et à utiliser les outils d'information disponibles pour prendre des décisions sur la base de données factuelles lorsqu'il s'agit d'exploiter des opportunités commerciales. Les autorités douanières et les associations professionnelles devront être impliquées dans les processus de négociation et d'élaboration des politiques commerciales. Les principales parties prenantes devront être sollicitées pour sensibiliser aux dispositions en cours de discussion et chercher un retour d'information sur les implications potentielles.

3. **Encourager et appuyer la participation des entreprises aux foires commerciales nationales, régionales et continentales.** Les petites entreprises devront acquérir les compétences essentielles, notamment à la préparation et au suivi efficaces de la participation aux foires commerciales, aux techniques de négociation et de marketing, ainsi qu'aux contrats commerciaux internationaux. Un programme d'appui financier devrait être mis en place pour permettre aux MPME de participer à des foires commerciales à l'étranger.
4. **Accroître les investissements dans les corridors commerciaux et dans de meilleures infrastructures logistiques** afin de relier les pays du continent et de créer des chaînes logistiques fiables, capables de livrer en temps opportun les intrants pour les chaînes de valeur opérant à travers les pays. Les données factuelles du potentiel de développement du commerce et des chaînes de valeur pourront aider à sélectionner les investissements et les corridors commerciaux prioritaires.

Encadré 2 Des outils pour réduire les délais et les coûts des autorisations de produit

Chaque année, entre 20 % et 40 % de la production agricole mondiale est perdue à cause des nuisibles. La croissance rapide et l'évolution constante de ces nuisibles obligent les fabricants de pesticides à proposer des produits plus efficaces tout en respectant des exigences de plus en plus strictes en matière de protection de la santé et de l'environnement.

Cependant, pour autoriser ces produits, les données et les examens scientifiques requis sont spécifiques à chaque pesticide, chaque pays et chaque culture/ravageur. En théorie, il faudrait délivrer plus de 120 millions d'autorisations si chaque produit devait être autorisé dans chaque pays. Ce nombre est encore plus élevé si d'autres produits sont inclus, tels que les produits pharmaceutiques, qui nécessitent des processus d'autorisation tout aussi complexes.

Même les organismes de réglementation les mieux équipés sont dépassés par cette situation, tout comme la plupart des entreprises. Seules les plus grandes compagnies ont généralement les ressources nécessaires pour s'orienter dans le labyrinthe réglementaire pour les produits et les marchés les plus lucratifs. Les PME qui produisent, par exemple, des biopesticides innovants ne sont pas en mesure de s'adresser à la myriade d'autorités réglementaires à travers le monde.

En conséquence, les pesticides plus récents, plus sûrs et plus productifs ne sont souvent pas évalués, et demeurent donc indisponibles, tandis que les produits périmés qui se sont progressivement répandus au fil des décennies sont toujours utilisés – parfois au détriment de la santé humaine et de l'environnement. Les producteurs peinent à se conformer aux réglementations de plus en plus strictes des pays producteurs et importateurs, aux différents niveaux de résidus maximum autorisés, et aux restrictions sur les types de pesticides autorisés. Le commerce des produits agricoles en ressort fortement entravé.

Clairement, l'harmonisation des réglementations est urgente. Les outils suivants peuvent y contribuer – à la fois pour les pesticides et pour d'autres produits nécessitant des examens scientifiques et des autorisations complexes :

- Harmoniser les exigences en matière de données des régulateurs, ce qui permettrait aux entreprises de demander une autorisation dans plusieurs pays à partir d'un même dossier. Le Comité ouest-africain pour l'homologation des pesticides, par exemple, travaille à cet objectif.
- Les examens conjoints de pesticides permettent à deux ou plusieurs pays « d'évaluer conjointement un dossier de pesticide. Les autorités réglementaires participantes examinent le travail des principaux examinateurs pour chaque discipline scientifique, et le résultat est utilisé par tous les pays participants (et d'autres) comme base des décisions réglementaires ». Les directives de l'OCDE pour la planification et la mise en œuvre d'examens conjoints des pesticides constituent une référence importante¹.
- La reconnaissance mutuelle des examens scientifiques entre les pays permettrait de réduire considérablement la charge de travail liée aux différentes soumissions : une fois qu'un ensemble de données relatives à un pesticide est soumis par une entreprise et validé par un pays, le produit pourrait être autorisé dans toute la région.
- Des agences spécialisées telles que la Minor Use Foundation, qui vise à harmoniser les tolérances de résidus au niveau mondial en établissant et en coordonnant les priorités de la recherche, aident à concilier les besoins des cultivateurs, des fabricants de pesticides, des agences de réglementation et des autres parties prenantes.
- La formation et le renforcement des capacités en matière d'harmonisation des réglementations relatives aux pesticides, ainsi que des services de mentorat pour les agriculteurs, les transformateurs et les négociants sur l'utilisation des pesticides, leur fournissent des outils et des directives utiles

Source : Imme Gerke and Jacques Drolet, International Development of Regulatory Globalisation (<https://www.idrg.eu/>).

¹ <https://www.oecd.org/chemicalsafety/pesticides-biocides/46754279.pdf>

5. **Mettre en œuvre et suivre efficacement la mise en œuvre des accords commerciaux existants, y compris, mais sans s'y limiter, la ZLECAf**, notamment en ce qui concerne les dispositions relatives à la facilitation des échanges, aux mesures non tarifaires et aux procédures connexes, ainsi qu'à la reconnaissance mutuelle. Les mécanismes de notification par lesquels les entreprises peuvent alerter les autorités sur les problèmes pratiques rencontrés, au niveau national ou dans les pays partenaires, devront être améliorés afin de faciliter le suivi et les actions ciblées. Plus précisément, le mécanisme de notification des barrières non tarifaires à l'échelle du continent devra être étayé par des systèmes nationaux solides qui permettent de saisir et de traiter les obstacles au commerce rencontrés au niveau national, par exemple en ce qui concerne les mesures liées à l'exportation ou les obstacles procéduraux rencontrés dans le pays exportateur. Le réseau d'alerte et de résolution des obstacles au commerce dans les États membres de la CEDEAO peut servir d'exemple. Les capacités des fonctionnaires des douanes, y compris ceux qui travaillent dans des postes frontaliers éloignés, devront être renforcés en ce qui concerne les accords commerciaux et leur implication dans les processus de dédouanement aux frontières.

6. **Procéder à un examen critique des règles d'origine** dans le cadre des accords existants et nouveaux, afin d'évaluer les incitations qu'elles offrent en matière d'intégration régionale des chaînes de valeur ainsi que de production durable et verte. L'accès au marché pourrait être facilité (par exemple, exclusion des listes négatives, assouplissement de la teneur en valeur locale/régionale, accès facilité aux programmes d'opérateurs économiques agréés) pour les produits ou les intrants de production fournis par des entreprises respectant les critères ESG.

Décentraliser et, si possible, numériser le processus de certification de l'origine afin d'en augmenter la transparence, tout en réduisant ses délais et son coût. L'interconnexion entre les différentes autorités devra être améliorée, par exemple par la transmission automatique de la certification d'origine entre les organismes émetteurs et les organismes frontaliers. En particulier pour les produits manufacturés qui dépendent de plusieurs intrants, les capacités des entreprises devront être renforcées pour leur permettre de se conformer aux exigences en matière de documentation et de formalités administratives liées à la preuve de l'origine.

7. **Au niveau national, revoir les réglementations imposées aux exportations**, telles que les licences d'exportation, les permis, les certifications, les exigences d'enregistrement et les taxes à l'exportation, ainsi que les processus administratifs associés. Cet examen devra inclure l'évaluation des coûts et des avantages, et considérer les alternatives potentielles moins restrictives pour le commerce. Les informations sur les mesures liées aux exportations et les procédures connexes devront être disponibles de manière transparente, et les processus administratifs être prévisibles en matière de délais et de coûts.
8. **Améliorer l'accès à des financements abordables, surtout pour les MPME**, y compris pour les investissements dans les compétences, la technologie et l'innovation. Les systèmes de garantie devront être établis ou étendus pour les prêts à court terme avant expédition et les avances sur commande, les prêts pour fonds de roulement contre des indicateurs mesurables d'amélioration des produits respectant les critères ESG spécifiés et convenus, et les prêts de financement d'actifs faisant le pont entre les dépôts de commande pour l'acquisition d'équipements respectant les critères ESG jusqu'à ce que l'actif soit mis en service et devienne productif.

Ces instruments financiers devront être accessibles à la fois aux femmes et aux hommes, en tenant compte des différences de genre potentielles (comme les droits de propriété des actifs) dès le stade de la conception. Des investissements sont indispensables dans des systèmes de paiement sûrs et fiables dans tous les pays, et les solutions existantes, telles que le système panafricain de paiement et de règlement (PAPSS), devront être diffusées.

9. **Continuer à investir dans l'efficacité des processus de dédouanement**. La mise en œuvre de guichets uniques nationaux devra être appuyée, et la communication et la collaboration interagences, y compris entre les pays, améliorée. Les procédures redondantes pour le commerce intracontinental devront être éliminées. Des systèmes de gestion des risques devront être établis ou améliorés. Les infrastructures aux postes frontières (comme les installations de stockage et de réfrigération, les scanners, etc.) devront être améliorés, et des investissements sont requis pour automatiser et numériser les processus, afin de limiter les opportunités de recherche de rente et de corruption.

Les régimes d'opérateurs économiques agréés devront être établis ou étendus, et accessibles aux petites entreprises. Le dispositif de recours aux décisions anticipées devra également être établi ou étendu dans la mesure du possible. Enfin, les mécanismes de plainte par lesquels les entreprises peuvent contester les décisions et demander des explications et des justifications supplémentaires devront être améliorés.

10. **Améliorer les infrastructures auxiliaires plus larges nécessaires à une production plus écologique**, notamment les systèmes de recyclage et les infrastructures de traitement de l'eau et d'élimination des déchets dangereux. Les réglementations environnementales liées à la production industrielle devront être établies ou clarifiées, et surtout appliquées. Des incitations pourront être proposées, par exemple au moyen d'avantages fiscaux et d'un accès à des financements abordables, afin d'encourager les investissements suivants : l'amélioration des technologies ; le renforcement des compétences ; et le transfert de technologies qui permettent de réduire l'utilisation de l'eau et des produits chimiques dans les processus de production agricole et industrielle.

Des instruments financiers spécifiques devront être élaborés pour aider les entreprises, et en particulier les MPME, à obtenir une certification en matière de durabilité. La production de solutions d'emballage respectueuses de l'environnement devra être favorisée grâce à des investissements dans la R&D.

11. **Accroître les partenariats entre le milieu universitaire et l'industrie pour stimuler la recherche** (par exemple, des innovations en termes de produits et de techniques de production) et diffuser les résultats dans les secteurs spécifiques concernés. À cette fin, des fonds dédiés à la recherche et à l'innovation devront être créés.

Les chaînons manquants : les biens intermédiaires

Un examen approfondi des flux commerciaux africains révèle deux faiblesses dans les chaînes de valeur continentales : des chaînons manquants et le peu d'usage des intrants fabriqués sur le continent. Bien que l'Afrique soit riche en ressources naturelles, de nombreuses étapes intermédiaires ou finales de la production se déroulent encore ailleurs, ce qui limite la valeur ajoutée locale.

De nombreux biens intermédiaires nécessaires aux chaînes de valeur doivent être importés d'autres continents

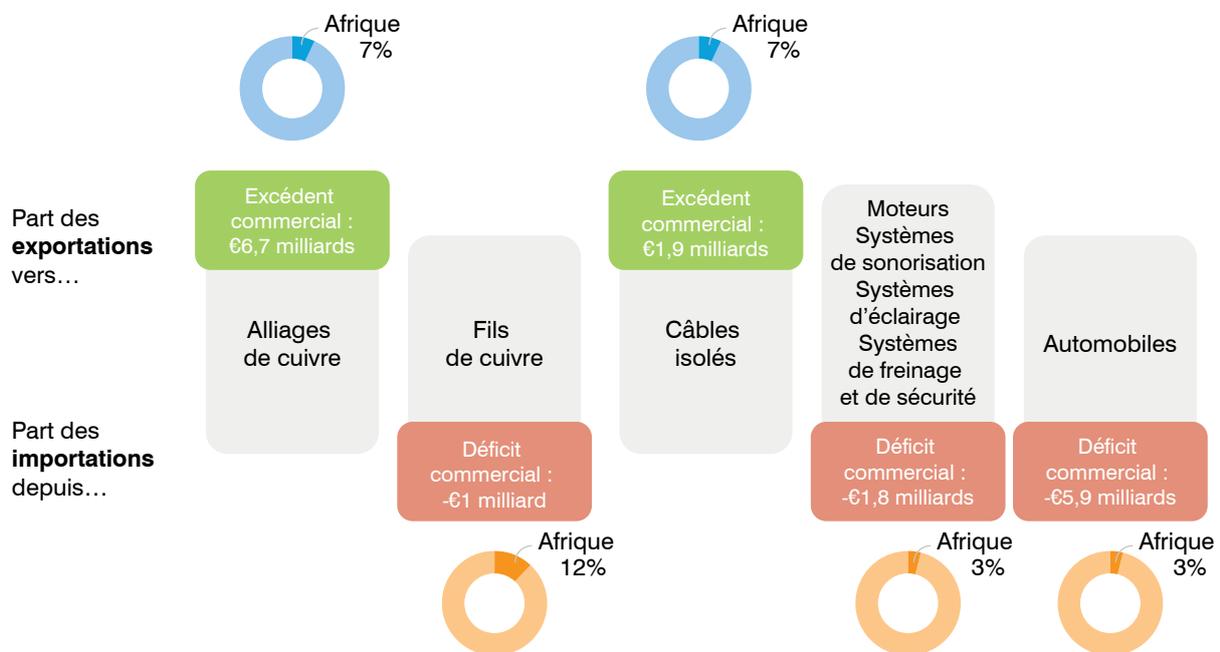
Dans certaines chaînes de valeur, les pays africains sont les principaux producteurs des intrants initiaux, mais leur participation, pleine ou partielle, aux étapes intermédiaires nécessaires à la fabrication du produit final demeure faible. Ces « chaînons manquants » obligent les producteurs africains à importer des intrants intermédiaires essentiels d'autres continents. Ce phénomène peut être observé dans plusieurs chaînes de valeur, telles que l'automobile (fil de cuivre) et les vêtements en coton (fil et tissu).

Dans la chaîne de valeur automobile, un exemple de chaînon manquant réside dans la production et l'utilisation de câbles électriques. L'Afrique présente pourtant un excédent commercial dans les alliages de cuivre, la première étape de cette chaîne de valeur. Les exportations nettes, principalement de la République démocratique du Congo, du Congo et de la Zambie, s'élèvent à 6,7 milliards d'euros. Cependant, 93 % de ces alliages de cuivre sont

exportés vers d'autres continents, principalement l'Asie et l'Europe, où se déroule la deuxième étape de production, la transformation des alliages de cuivre en fils de cuivre.

Concernant le fil de cuivre, l'Afrique doit donc l'importer à 88 % d'autres continents, entraînant un déficit commercial de 1 milliard d'euros. Lors de la troisième étape de production, les producteurs africains, principalement le Maroc, la Tunisie et l'Égypte, transforment le fil de cuivre importé d'Asie et d'Europe en câble électrique isolé, avant de le réexporter, principalement vers l'Europe, avec un excédent commercial de 1,9 milliards d'euros. Le câble électrique est alors utilisé pour produire différents composants automobiles, notamment les moteurs électriques, les systèmes de sonorisation, les systèmes d'éclairage, les freins et les systèmes de sécurité. Pour ces produits aussi l'Afrique accuse un déficit commercial, avec des importations nettes de 1,8 milliards d'euros, tandis que pour le produit fini, le véhicule, son déficit s'élève à 5,9 milliards d'euros.

Les chaînons manquants dans la production de câbles pour automobiles



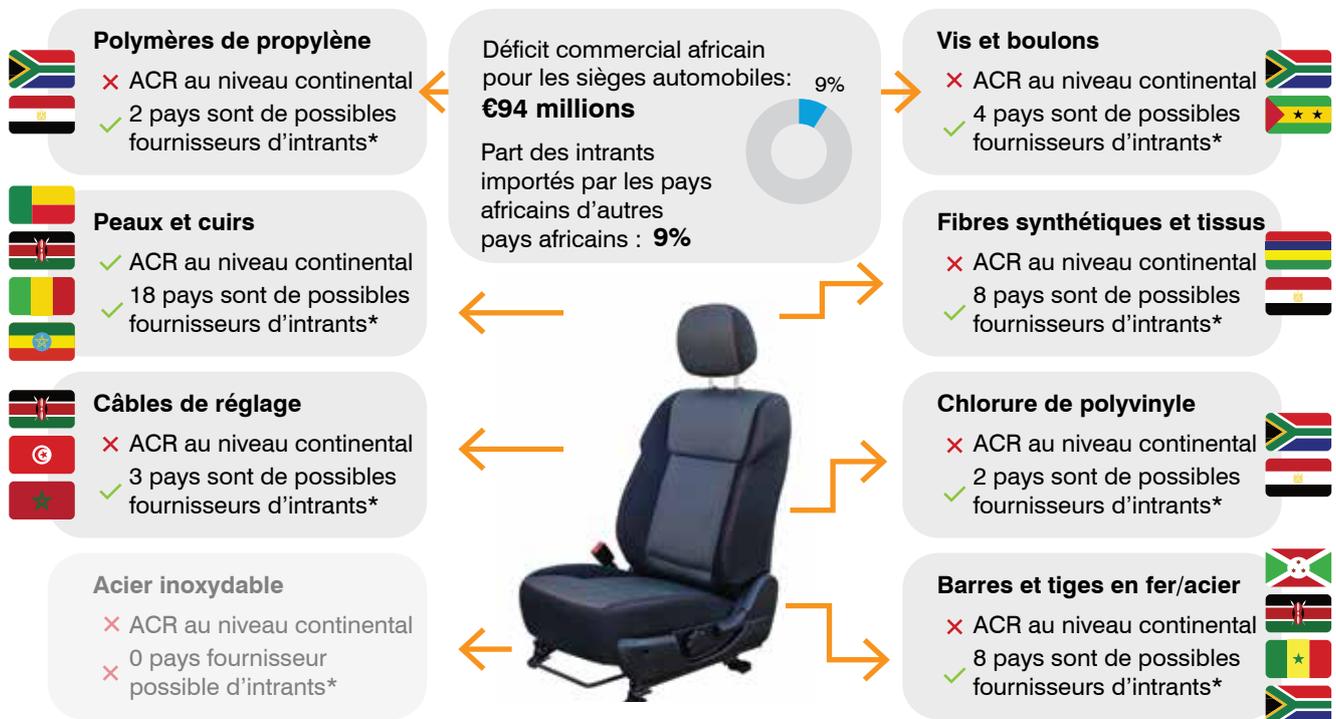
Dans plusieurs chaînes de valeur, les producteurs africains de biens finaux et intermédiaires s'approvisionnent pour la plupart des intrants via des importations d'autres continents. À l'instar de la chaîne de valeur automobile, le phénomène des « chaînons manquants » se produit dans d'autres chaînes, comme celle des aliments pour nourrissons.

Approvisionnement limité au sein du continent

Concernant la chaîne de valeur des aliments pour nourrissons, bien que 39 pays africains disposent d'un important potentiel d'exportation pour de nombreux intrants – denrées alimentaires (fruits et légumes, céréales, produits laitiers, etc.) et articles de conditionnement (bocaux, couvercles et cartons) – les producteurs africains ne s'approvisionnent que pour 16 % des intrants sur le continent. La transformation des intrants d'origine locale permettrait non seulement d'ajouter de la valeur en Afrique, mais aussi d'augmenter la production d'aliments pour nourrissons, de réduire la dépendance du continent à l'égard des importations, et de répondre à la forte augmentation de la demande attendue dans les années à venir.

Un tableau similaire peut être dressé pour la chaîne de valeur automobile, en particulier pour la production de sièges automobiles. Les pays africains peuvent fournir presque tous les principaux intrants nécessaires à la production de ces sièges – depuis le cuir et les textiles synthétiques jusqu'aux polymères de propylène et de chlorure de polyvinyle, en passant par les câbles, les boulons et les vis. Néanmoins, la part de ces intrants importés d'Afrique par les producteurs africains n'est que de 9 %. L'utilisation accrue d'intrants africains permettrait de renforcer les chaînes de valeur régionales, de créer des emplois et de stimuler le potentiel d'exportation de l'Afrique.

L'Afrique dispose des principaux intrants nécessaires à la production de sièges automobiles



* Fournisseurs d'intrants potentiels : ACR ou potentiel d'exportation > \$10 millions

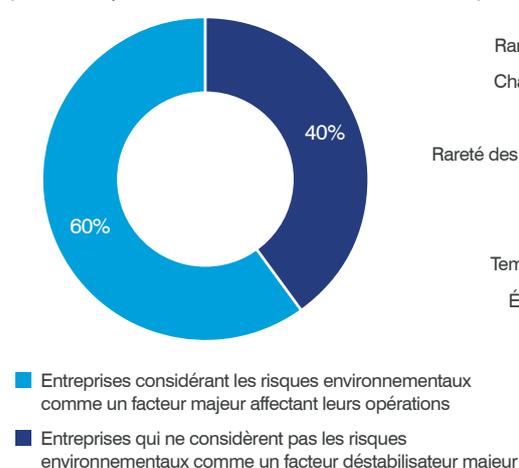
Passer au vert : Chaînes de valeur africaines

Plus de 60 % des entreprises des quatre chaînes de valeur pilotes citent le changement climatique et les risques environnementaux induits comme un des défis majeurs. La hausse des températures, les inondations et les épisodes de sécheresse figurent parmi les risques environnementaux les plus courants auxquels les entreprises africaines sont confrontées. De fait, l'Afrique fait partie

des régions les plus touchées par le dérèglement climatique alors qu'elle y contribue le moins¹. Les températures extrêmes et les changements de température inattendus sont particulièrement problématiques dans les villes². Ces impacts environnementaux peuvent entraver les efforts de développement des chaînes de valeur à l'échelle continentale.

Risques environnementaux : une préoccupation en hausse des entreprises

Entreprises affectées par les risques environnementaux



Risques environnementaux les plus communs pour les entreprises africaines



Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source : ITC

Les inondations et la hausse des températures sont les préoccupations les plus graves dans le secteur de l'habillement. Des changements inattendus dans le régime des pluies et des inondations ont affecté la qualité du coton. En outre, la production vestimentaire réclame beaucoup d'eau et décline depuis plusieurs années par suite de saisons sèches sévères.

Des préoccupations similaires sont exprimées par les transformateurs alimentaires qui dépendent des intrants agricoles et sont donc fortement touchés par les risques environnementaux affectant la production agricole, tels que l'érosion des sols et les sécheresses.

Pour les entreprises du secteur pharmaceutique, qui doivent gérer des médicaments très sensibles aux variations d'humidité et de température, le maintien du taux d'humidité représente un défi majeur. La pénurie d'eau constitue une autre préoccupation prédominante, car les interruptions de l'approvisionnement en eau pendant les saisons sèches perturbent le processus de production.

« Les changements entre la saison des pluies et la saison sèche sont de plus en plus marqués. Entre avril et mai, le manque d'eau pendant la saison sèche affecte la production. D'autre part, les fortes pluies du reste de l'année empêchent le processus de séchage de l'indigo. »

- Fabricant de vêtements

« Comme la plupart de nos intrants proviennent du secteur agricole, tout risque environnemental touchant l'agriculture affecte indirectement notre entreprise. Ces risques environnementaux sont la sécheresse, la pénurie et l'irrégularité des pluies, et la hausse des températures. »

- Producteur d'aliments pour nourrissons

1. <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2021/09/21.09.15-Greening-the-AfCFTA.pdf>

2. <https://www.weforum.org/agenda/2018/12/africa-s-fastest-growing-cities-are-the-most-vulnerable-to-climate-change-globally>

Faire les bons choix

L'augmentation de la production et l'intégration des chaînes de valeur impliquent des risques environnementaux dont l'atténuation nécessite des choix stratégiques et d'investissement bien réfléchis.

Si les entreprises africaines sont vulnérables aux risques environnementaux, leurs processus de production actuels présentent également un risque pour l'environnement. L'empreinte carbone élevée de la production automobile est bien documentée, et les entreprises de cette chaîne de valeur sont conscientes de la pollution atmosphérique découlant des véhicules qu'elles produisent ou aident à produire. De nombreuses entreprises et d'autres parties prenantes consultées soulignent donc la nécessité

de faire les bons choix lors du développement de cette filière en Afrique.

Concrètement, il s'agit de privilégier le développement de véhicules à faible émission, d'améliorer la réglementation et le contrôle des normes environnementales pour les véhicules à moteur sur le continent, en les appliquant aussi aux véhicules d'occasion importés. De même, il s'agit d'investir dans l'infrastructure de recyclage des batteries lithium-ion et d'intégrer la stratégie de développement de la chaîne de valeur automobile dans une vision plus large de l'avenir de la mobilité sur le continent, notamment sur la manière de gérer l'augmentation du trafic dans les villes déjà encombrées.

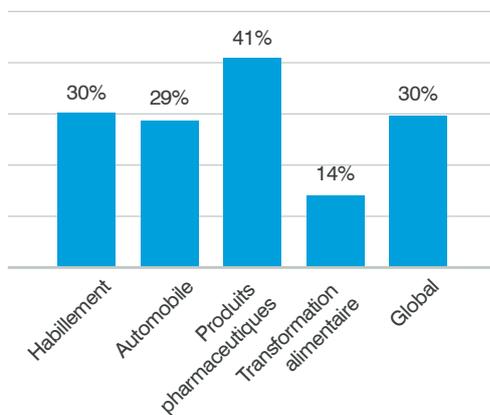
Améliorer le cadre réglementaire pour une transition verte

Si de nombreuses entreprises perçoivent la nécessité d'adopter des pratiques plus écologiques, et y sont disposées, il existe peu de pressions pour qu'elles s'y plient. Du côté du secteur public, les réglementations environnementales sont plutôt faibles. En outre, elles ne sont pas appliquées efficacement, ce qui désavantage

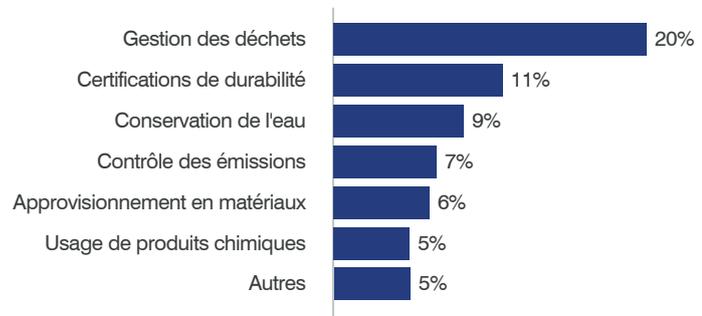
les entreprises qui les respectent (en matière de coûts) par rapport à leurs concurrents moins soucieux. La transparence des réglementations pose également problème, de nombreuses entreprises affirmant ne pas savoir quelles réglementations elles devraient suivre au niveau national.

Les réglementations en matière de gestion des déchets sont essentielles aux entreprises

Entreprises confrontées à des contraintes en raison des réglementations environnementales (ou leur manque)



Part des entreprises rapportant des difficultés avec les réglementations (ou leur manque), par type



Note: Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source: ITC

La production, actuelle ou planifiée, de 30 % des entreprises actives le long des quatre chaînes de valeur est perturbée en raison des réglementations ou de leur absence. L'insuffisance des systèmes d'élimination et de recyclage des déchets est l'un des défis les plus cités par les entreprises, y compris celles des zones franches d'exportation.

Par exemple, les entreprises pharmaceutiques indiquent qu'elles manquent de directives et de systèmes pour éliminer correctement les médicaments périmés et les déchets dangereux. Dans le secteur de l'habillement, les entreprises déplorent le manque d'infrastructures et de systèmes pour éliminer ou recycler les eaux usées. La gestion des déchets s'effectue donc souvent au niveau de l'entreprise, et non aux niveaux de la filière ou du pays, ou dans le cadre d'un effort concerté entre les pays.

Les biens écologiques ne sont pas une priorité pour les acheteurs africains

La demande de produits respectueux de l'environnement n'est pas encore très prononcée sur les marchés locaux, selon les entreprises et les parties prenantes interrogées. À l'exception notable des aliments pour nourrissons, les entreprises clientes et les consommateurs finaux ne sont pas disposés à payer un prix plus élevé pour des produits plus durables, ou pas en mesure. Ce constat est particulièrement évident sur le marché automobile, où les véhicules bon marché et de qualité inférieure font l'objet d'une forte demande en raison du faible pouvoir d'achat de nombreux clients.

En revanche, les entreprises orientées vers l'exportation, notamment celles qui se concentrent sur les marchés hors du continent, subissent davantage de pression de la part de leurs clients pour fournir des produits écologiques ou prouver l'existence de processus de production durables. Les entreprises du secteur de l'habillement qui visent les consommateurs européens se conforment généralement à plusieurs certifications de production et de durabilité, tandis que les transformateurs alimentaires expliquent devoir recourir à des emballages biodégradables pour placer leurs produits sur certains marchés. À court terme, la plupart des entreprises de l'industrie automobile envisagent une transition vers des véhicules plus écologiques, mais uniquement pour le marché extérieur, conformément aux normes et réglementations en vigueur sur ces marchés.

Considérant l'avenir, la plupart des entreprises interrogées s'attendent à une pression croissante de la part des clients, y compris sur les marchés nationaux, en faveur d'une plus grande durabilité environnementale. À cet égard, ils estiment que le secteur privé doit s'y préparer, et que les gouvernements devront les appuyer pour répondre à cette demande.

Production plus verte : technologies et compétences

De nombreuses entreprises interrogées ont exprimé le désir de s'orienter vers une production plus verte afin de réduire les coûts liés à l'énergie et l'eau, d'anticiper la pression gouvernementale croissante ou la demande des clients, ou de se conformer aux normes d'exportation vers des marchés hors du continent. Cependant, les petites entreprises en particulier manquent souvent du savoir-faire, de la technologie et des capacités financières nécessaires pour s'orienter vers une production plus respectueuse de l'environnement.

La quasi-totalité des MPME interrogées affirment que les gouvernements devraient appuyer la transition verte, à travers, entre autres, des incitations fiscales, un appui financier, l'accès à des prêts à faible taux d'intérêt, ou des programmes de renforcement des capacités. Bon nombre de ces entreprises déclarent également craindre pour leur activité si les exigences du marché et les réglementations nationales devenaient plus strictes.

Malgré les défis et le manque d'incitations, 77 % des entreprises interrogées – des entreprises de toutes tailles dans tous les pays et dans les quatre chaînes de valeur pilotes – ont déjà commencé à mettre en œuvre des initiatives et des solutions internes pour rendre leur production plus durable, dans les limites de leurs capacités financières et techniques.

Certaines entreprises appliquent des techniques de recyclage et de purification de l'eau tout au long de leurs processus de production, ou ont mis en place des systèmes internes de gestion et de recyclage des déchets. D'autres installent des appareils économes en énergie, tel que l'éclairage LED, ou recourent à des sources d'énergie alternatives. Quelques entreprises se sont même engagées à utiliser l'énergie solaire et la biomasse comme principale source d'énergie à long terme. Les considérations environnementales ne sont pas le seul moteur de ces investissements au niveau des entreprises.

« Les clients demandent de plus en plus souvent des audits environnementaux. Si les clients renforcent leurs normes environnementales, nous pourrions nous adapter. »

- Fabricant de vêtements

« Les marchés de détail s'en moquent, tout comme les consommateurs finaux ici. Mais nos grands marchés d'exportation en Europe et nos équipementiers ici en Égypte se soucient de l'impact environnemental de nos processus de production. »

- Constructeur automobile



Entreprises africaines des quatre chaînes de valeur pilotes ayant pris des initiatives pour rendre leurs processus de production plus respectueux de l'environnement.

Bon nombre d'entre elles citent le désir de devenir plus indépendantes vis-à-vis d'un approvisionnement public en électricité peu fiable ou coûteux comme la principale raison d'investir dans des sources d'énergie alternatives.

Le conditionnement est un autre domaine d'intérêt pour de nombreuses entreprises, en particulier dans le secteur pharmaceutique et l'industrie alimentaire. Elles ont ainsi opté pour des solutions créatives, allant des emballages biodégradables, des emballages en matériaux recyclés et des solutions « sans plastique » à l'introduction de systèmes de remboursement pour les clients retournant les emballages recyclables (comme les bouteilles).

Pour certaines entreprises, l'ensemble du modèle économique tourne autour du recyclage et d'une production ou des produits écologiques. Par exemple, certaines entreprises se sont spécialisées dans la production de vêtements de haute qualité à partir de déchets de tissus et de vêtements de seconde main inutilisables. Cela contribue à relever les défis environnementaux parfois graves que posent la mode éphémère et le commerce de vêtements usagés, souvent de très mauvaise qualité, sur le continent africain.

Il existe également des marques locales de véhicules électriques et solaires et de véhicules utilisant des carburants verts à base d'hydrogène dans divers pays africains, dont l'Afrique du Sud, le Ghana, le Kenya, le Nigéria, l'Ouganda et la Tunisie. Ces entreprises desservent avec succès des marchés de niche, et sont la preuve que des voitures électriques « conçues et fabriquées en Afrique » ne sont pas seulement une utopie pour l'avenir

Des incitations et un appui ciblé pour passer au vert

Les enquêtes montrent qu'il est non seulement nécessaire, mais aussi possible de mettre l'accent sur la durabilité environnementale dans le développement des chaînes de valeur panafricaines, puisque les entreprises sont largement conscientes des défis environnementaux. Les entreprises semblent bien comprendre leur propre empreinte et sont prêtes à contribuer à la réduire. Lors de la formulation des stratégies continentales, régionales et nationales de développement des chaînes de valeur, il convient donc de tenir dûment compte des préoccupations et des risques environnementaux. Des indicateurs de suivi spécifiques devront être élaborés, par exemple pour les taux de recyclage des déchets, et l'utilisation efficiente de l'eau et de l'énergie.

Selon les entreprises, les organisations d'appui aux entreprises, les experts sectoriels et les autres parties prenantes, les actions suivantes permettraient d'appuyer la transition verte :

- ✓ Élaborer et appliquer des normes environnementales et la réglementation correspondante pour les produits et des processus de production, idéalement dans le cadre d'un effort concerté entre les pays, afin d'optimiser l'alignement et l'harmonisation ;
- ✓ Partager les exemples de réussite et les meilleures pratiques entre les pays, y compris les PMA, en ce qui concerne les réglementations environnementales et leur mise en œuvre effective, afin qu'ils constituent une source d'inspiration ;
- ✓ Investir massivement dans les systèmes de gestion et de recyclage des déchets à travers le continent africain ;
- ✓ Organiser des programmes de renforcement des capacités spécifiques à chaque filière, en particulier pour les MPME, sur les technologies et techniques de production respectueuses de l'environnement ;
- ✓ Appuyer le transfert de technologie, les incitations fiscales et l'appui financier ciblé aux MPME, en particulier aux entreprises dirigées par des femmes, afin de faciliter les mises à niveau technologiques et d'autres investissements (par exemple, la transition vers des sources d'énergie alternatives) ; et
- ✓ Encourager une coopération plus étroite entre le milieu universitaire et le secteur privé afin de développer des solutions innovantes, par exemple pour des emballages durables ou pour la réduction de l'utilisation de produits chimiques ou de plastiques.

« Nous réduisons au minimum les déchets qui sortent de nos équipements et de nos usines. Nous avons investi dans des technologies de recyclage et de régénération pour rendre nos productions plus respectueuses de l'environnement. Nous avons commencé à utiliser l'énergie solaire pour réduire notre dépendance vis-à-vis du réseau principal. »

- Producteur d'aliments pour nourrissons

« Nous appliquons un système de recyclage de l'eau pour le rinçage et le lavage, appelé la technique en cascade. L'eau utilisée lors du lavage principal est filtrée, traitée et réutilisée à plusieurs étapes du cycle de lavage. Cela permet de réduire la consommation d'eau de 50 %. La quantité d'eaux usées ainsi réduite permet d'alléger la charge des stations d'épuration municipales et in fine les rivières et la nappe phréatique. »

- Fabricant de vêtements



CHAPITRE 4

PRODUITS PHARMACEUTIQUES : PRÉPARATION & PROTECTION

Opportunités de commerce et d'investissement	34
Défis spécifiques au secteur	35
Recommandations	36





CHAPITRE 4

PRODUITS PHARMACEUTIQUES : PRÉPARATION & PROTECTION



Note : La carte montre les fournisseurs potentiels d'intrants et d'extrants disposant d'un avantage comparatif ou d'un potentiel d'exportation de plus de \$10 millions. Les « médicaments » font partie du « secteur pharmaceutique »

Opportunités de commerce et d'investissement

L'Afrique dispose d'un potentiel d'exportation de plus d'un milliard d'euros en médicaments, dont 65 % ne sont pas exploités.

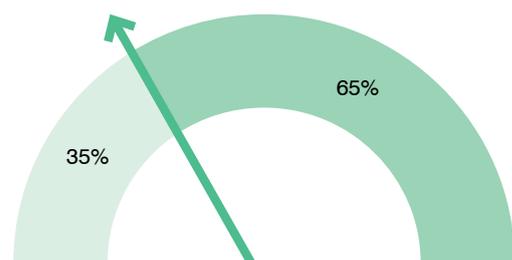
En revanche, la dépendance aux importations est élevée : les importations actuelles s'élèvent à hauteur de 13 milliards d'euros, entraînant un déficit commercial de 12,6 milliards d'euros, et devraient encore augmenter de 79 % d'ici 2026.

Le développement de cette chaîne de valeur est donc primordial pour renforcer la résilience aux chocs de la chaîne d'approvisionnement, tels que ceux causés par la pandémie de COVID-19. Toutefois, la forte hausse de la demande attendue sur la même période ouvre des possibilités d'investissement intéressantes.

Peu d'entreprises participent au commerce de médicaments ou d'intrants pour leur production. Les chaînes de valeur intrarégionales doivent donc être considérablement renforcées et développées.

Sept pays, dont un PMA (Ouganda), pourraient exporter des médicaments de manière compétitive. Deux d'entre eux, le Maroc et l'Afrique du Sud, pourraient également exporter des intrants de manière compétitive pour la chaîne de valeur des produits pharmaceutiques.

Figure 16 La majeure partie du potentiel d'exportation des produits pharmaceutiques est inexploité



Le secteur n'a réalisé que 35 % de son potentiel d'exportation de plus d'1 milliard d'euros susceptible d'augmenter avec le soutien au développement de chaînes de valeur en Afrique.

Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source : ITC

Figure 17 Que disent les entreprises à propos des accords commerciaux ?



Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.

Source : ITC

Faible connaissance des accords commerciaux, mais un optimisme élevé vis-à-vis d'un accord continental

Environ 75 % des entreprises interrogées le long de cette chaîne de valeur en Afrique n'ont pas connaissance ou d'expérience des incidences des accords commerciaux. Néanmoins, presque la même proportion (69 %) pensent qu'un accord continental stimulerait le commerce régional dans le secteur pharmaceutique.

Or, plus de 40 % des répondants de ce secteur n'ont pas connaissance de la ZLECAf, et plus de 90 % n'ont jamais participé à une consultation sur des accords commerciaux.

Une chance sans précédent de dynamiser le secteur au niveau régional

Les entreprises considèrent qu'il existe des opportunités considérables, en particulier pour le développement de la phytothérapie et des médecines traditionnelles sur le continent, ainsi que pour la production locale de PAP. Toutefois, les principaux défis et les besoins en investissement devront être abordés.

Les entreprises estiment qu'**une fenêtre d'opportunité sans précédent vient de s'ouvrir pour développer le secteur à l'échelle continentale**, car les perturbations massives des chaînes d'approvisionnement générées par la pandémie de COVID 19 ont grandement renforcé la volonté politique de coopérer à l'international et de résoudre les défis.

DÉFIS SPÉCIFIQUES AU SECTEUR

- 1. Concilier le coût de production avec le pouvoir d'achat.** Les principaux facteurs de coût mentionnés par les entreprises sont la pénurie de main-d'œuvre qualifiée spécialisée dans les disciplines pertinentes pour le secteur pharmaceutique (telles que la pharmacologie, la chimie et la biologie), d'où des coûts de formation élevés pour la main-d'œuvre et l'entreprise. Une autre raison invoquée est la production fragmentée entre les pays, l'accent étant mis sur les marchés nationaux qui n'ont pas l'échelle nécessaire pour une production plus rentable.

« Le principal défi en Afrique est l'infiltration de produits contrefaits et de qualité inférieure. Si ce problème n'est pas abordé et harmonisé à l'échelle du continent, il sera difficile d'atteindre l'autosuffisance pour la production de matières premières. »
- 2. Concurrence des fournisseurs d'intrants asiatiques et des marchés des médicaments contrefaits et périmés.** Les fournisseurs africains trouvent qu'il est difficile de rivaliser avec les producteurs de masse bien établis dans des pays comme l'Inde et la Chine, en raison de leur production à petite échelle axée principalement sur le marché national. Les producteurs de produits pharmaceutiques subissent également la pression du marché des médicaments contrefaits et périmés, qui sont vendus à un prix bien inférieur à celui des produits certifiés fabriqués localement. Cette concurrence rend les investissements considérables dans la technologie, les compétences et les innovations non viables. L'investissement dans la R&D est en outre entravé par une protection inadéquate de la propriété intellectuelle.
- 3. Absence de production locale de PAP et de transformation de qualité des produits bruts.** Le manque d'investissement dans les compétences et les technologies nécessaires en sont un des facteurs. Un autre est l'absence d'une vision globale pour le continent qui permettrait de faire des choix judicieux donnant la priorité au développement de certains types de PAP, et d'organiser la production entre les pays de manière à créer une échelle suffisante pour être économiquement intéressant.
- 4. Systèmes de gestion des déchets inadéquats, y compris pour les eaux usées.** Les défis environnementaux, notamment la pollution de l'air et de l'eau, mettent en péril la qualité de la production locale. Le principal problème mis en évidence par les entreprises des différents pays est toutefois lié aux systèmes de gestion des déchets. Les entreprises sont préoccupées par le manque de clarté de la réglementation sur la manière de traiter les déchets contaminés et dangereux, mais aussi par les systèmes souvent inadéquats pour traiter ces déchets afin qu'ils ne nuisent ni à l'environnement ni à la santé humaine. En outre, les entreprises sont unanimes à signaler l'absence d'appui gouvernemental, l'insuffisance de la demande nationale, et le peu de pression exercée en faveur de l'écologisation des processus de production.
- 5. Obstacles réglementaires et procéduraux, notamment les barrières commerciales.** Dans le secteur pharmaceutique, 80 % des sociétés commerciales rencontrent des obstacles pour exporter vers les marchés africains, et 60 % pour s'approvisionner en intrants sur le continent. Ces taux dépassent ceux des autres chaînes de valeur pilotes⁶. Les préoccupations soulevées par les entreprises pharmaceutiques concernent le temps, le coût et la bureaucratie associés à l'enregistrement des produits, qui doit être effectué séparément dans chaque pays, avec des exigences différentes, et la reconnaissance limitée des certifications de la qualité entre les pays.
- 6. Les appels d'offres publics et les processus connexes sont opaques.** Ce manque entraîne une méconnaissance des opportunités commerciales dans d'autres pays africains, et donc un potentiel de développement commercial et d'affaires non exploité.

RECOMMANDATIONS

L'investissement est essentiel pour permettre la croissance et l'intégration à l'échelle du continent. Mais tout investissement nécessite une bonne stratégie. Les entreprises et les autres parties prenantes interrogées recommandent donc les actions suivantes :

Au niveau panafricain :

1. **Sur la base des initiatives existantes, reformuler une vision et une stratégie.** L'impact de la pandémie de COVID 19 et l'instauration de la ZLECAf ouvrent une fenêtre d'opportunité pour faire le point sur les progrès réalisés et les enseignements tirés de la mise en œuvre du Plan de fabrication de produits pharmaceutiques pour l'Afrique. Ce plan devrait être mis à jour pour refléter les développements récents et les opportunités créées, entre autres, par la ZLECAf et l'Agence africaine des médicaments (AMA).
 - ✓ **Instaurer un système continental d'infrastructure de la qualité** pour les produits pharmaceutiques, notamment un réseau de laboratoires accrédités accessibles au-delà des frontières nationales. De même, un système continental d'enregistrement des produits doit être mis en place progressivement, afin de permettre la vente des médicaments dans tous les pays, une fois enregistrés et approuvés – par l'intermédiaire d'une agence centrale ou d'une agence nationale de réglementation des médicaments.
 - ✓ **Développer une stratégie spécifique pour les investissements prioritaires en vue d'appuyer la production locale de PAP et de médicaments essentiels.** Celle-ci doit se fonder sur une évaluation critique et détaillée des types de PAP et de médicaments essentiels qui peuvent être produits de manière compétitive sur le continent, à moyen et long terme. Elle doit également refléter des choix stratégiques sur la manière de cibler les investissements géographiquement afin d'assurer la complémentarité à travers l'Afrique (par exemple, à travers des regroupements régionaux se concentrant sur différents produits), ainsi que sur la taille du marché nécessaire pour que la production des PAP et des produits finaux soit économiquement viable.
 - ✓ **Élaborer une stratégie pour de nouveaux traitements basés sur les médecines traditionnelles et les plantes médicinales uniques du continent.** Un mécanisme continental devrait être établi pour documenter les connaissances autochtones sur les plantes et les remèdes naturels, ainsi que sur les pratiques médicales traditionnelles, et d'investir dans la R&D (tout en assurant la protection de la propriété intellectuelle) pour traduire ce savoir en nouveaux traitements commercialisés, en particulier pour les maladies typiques de l'Afrique quelque peu délaissées par les multinationales jusqu'ici.

« *L'Afrique fait partie des continents dont la biodiversité est la plus riche. Plus tôt nous unissons nos forces pour exploiter notre propre patrimoine et notre biodiversité afin de répondre à nos besoins médicaux, mieux ce sera pour nous.* »
2. **Intensifier les investissements dans la recherche sur les médecines traditionnelles.** La forte prévalence du recours à la médecine traditionnelle en Afrique a des implications cliniques importantes, notamment lorsqu'elle est utilisée en parallèle avec des traitements conventionnels. De plus amples études devraient être menées dans ce domaine afin d'améliorer les connaissances sur la médecine traditionnelle. La recherche en santé publique doit tenir compte des contextes sociaux, culturels, politiques et économiques afin d'optimiser la contribution de la médecine traditionnelle aux systèmes de soins de santé.
3. **Investir dans les compétences et des formations mieux adaptées.** Il s'agit de créer des centres d'excellence régionaux ou continentaux et des écoles spécialisées sur les compétences techniques, ce qui réduirait la charge de formation au niveau des entreprises. Pour que les femmes puissent également en bénéficier, ces écoles devront s'efforcer de garantir la parité hommes-femmes, par exemple en déterminant un quota des places à réserver aux étudiantes.
4. **Améliorer la transparence des appels d'offres publics.** Ceci s'applique aussi aux processus connexes ainsi qu'aux critères de sélection pour les achats de médicaments, principalement fondés sur le prix. L'inclusion d'autres critères, tels que la sécurité et la diversification de l'approvisionnement, pourrait permettre aux fournisseurs régionaux de gagner en compétitivité.
5. **Créer des instruments financiers pour l'accès à des capitaux à faible taux d'intérêt** pour les entreprises du secteur pharmaceutique qui appuient les start-up ainsi que les jeunes et les femmes entrepreneurs, et pour stimuler les investissements dans la technologie, la qualité (notamment la certification de bonne pratique de fabrication), les compétences et l'innovation.
6. **Améliorer les dispositions relatives à la protection de la propriété intellectuelle** au niveau continental. Les gouvernements devraient travailler de manière plus coordonnée et avec des organismes mondiaux tels que l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle afin d'adopter des modèles, des méthodologies et des meilleures pratiques internationales pour la valorisation de la propriété intellectuelle. Il est vital d'intensifier les

partenariats public-privé par lesquels les gouvernements peuvent appuyer les entreprises dans le développement de technologies naissantes ou nouvelles. Les gouvernements africains devraient collaborer avec les banques pour qu'elles accordent des prêts aux entrepreneurs qui peuvent user de la propriété intellectuelle comme garantie.

7. **Veiller à ce que l'Agence africaine du médicament dispose d'un mandat et d'un rôle forts** pour favoriser la convergence réglementaire et renforcer les ressources financières, techniques et humaines dont disposent les agences nationales de réglementation des médicaments, en particulier dans les PMA..

Encadré 3 Initiative pharmaceutique pour l'Afrique

La Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (CEA), en collaboration avec la Commission de l'Union africaine, l'Agence de développement de l'Union africaine, l'Organisation mondiale de la santé (OMS), le Programme commun des Nations Unies sur le VIH/sida (ONUSIDA), le Fonds des Nations Unies pour la population (FNUAP), le Bureau de coordination du développement et l'Autorité intergouvernementale pour le développement (IGAD), a lancé une initiative pharmaceutique ancrée dans la ZLECAf qui sera pilotée aux Comores, à Djibouti, en Érythrée, en Éthiopie, au Kenya, à Madagascar, à Maurice, au Rwanda, aux Seychelles et au Soudan.

L'initiative vise à appuyer les efforts déployés par les États parties pour exploiter les opportunités commerciales du secteur pharmaceutique dans le cadre de la ZLECAf, et adopte à cette fin une approche en trois volets, comprenant une production localisée, des achats groupés et des cadres réglementaires et de qualité harmonisés. Les améliorations attendues comprennent un accès amélioré à des médicaments et des équipements efficaces, sûrs et abordables ; une augmentation du commerce intra-africain de produits pharmaceutiques ; et une baisse significative du coût des médicaments, ce qui libérera une plus grande marge de manœuvre budgétaire pour les gouvernements africains à une époque où la dette augmente.

La création d'une agence continentale chargée de contribuer à l'amélioration des réglementations en matière de médicaments, de produits médicaux et de technologies est essentielle pour garantir un commerce intra-africain de produits pharmaceutiques sûr et non contrefait dans le cadre de la ZLECAf. En ce sens, l'initiative de la CEA vise également à appuyer la ratification et la mise en œuvre de la nouvelle Agence africaine du médicament (AMA), l'agence spécialisée de l'Union africaine. Elle sera dotée de ses propres règles, ses propres membres et ses propres ressources. Son objectif sera de renforcer la capacité des États parties et des communautés économiques régionales à réglementer les produits médicaux afin d'améliorer l'accès à des produits médicaux de qualité, sûrs et efficaces sur le continent.

Source : UNECA (2021). *Building competitive and resilient pharmaceutical value chains through the African Continental Free Trade Area.*

Au niveau national :

1. **Renforcer la surveillance réglementaire des médicaments contrefaits et périmés**, en encourageant une plus grande coopération et le partage des meilleures pratiques entre les pays. Il faudra également investir dans de meilleurs systèmes d'authentification des produits, par exemple en faisant appel à l'intelligence artificielle et à la technologie des chaînes de blocs. Les consommateurs devront être sensibilisés aux dangers des médicaments contrefaits et périmés, et des sanctions plus strictes devront être introduites pour réprimer la vente de médicaments non enregistrés ou périmés, ainsi que l'étiquetage trompeur des ingrédients.
2. **Améliorer les systèmes de gestion des déchets, y compris pour les eaux usées**. Il s'agira d'introduire, de clarifier et d'appliquer des réglementations environnementales sur les produits pharmaceutiques et leur processus de production, par exemple pour s'assurer du recourt aux méthodes appropriées d'élimination des médicaments périmés ou de l'eau contaminée. À cette fin, il faudra investir dans des solutions d'emballage plus durables et dans les systèmes de recyclage correspondants, et faciliter les transferts de technologie vers des processus et des systèmes plus écologiques.
3. **Accroître la transparence et la prévisibilité**. Les délais et les coûts des processus administratifs peuvent être simplifiés, en particulier l'enregistrement des produits au niveau national, la certification de la qualité et de l'origine, et les licences d'exportation.
4. **Réviser les systèmes fiscaux** et les avantages associés, notamment pour les coûts et bénéfices de la taxe à valeur ajoutée (TVA) prélevée sur les intrants de la production pharmaceutique. La possibilité d'introduire ou d'étendre les régimes de remboursement de la taxe prélevée sur les intrants utilisés dans la production de produits pharmaceutiques, en particulier des médicaments essentiels, devra être considérée.

« Pour les médicaments fabriqués localement, la TVA est appliquée sur les matériaux inactifs et de conditionnement, mais pas sur les PAP. Pour les médicaments importés, la TVA n'est pas appliquée, ce qui constitue une concurrence déloyale. »



Innover pour être compétitif dans le secteur pharmaceutique tunisien

Pour rester compétitif, ce producteur pharmaceutique investit dans la recherche et le développement.

Les laboratoires Pharmaderm visent l'innovation depuis leur naissance en 1986, lorsque la fondatrice et pharmacienne formée en France, Zeineb Tlili El Ghali, est passée de la délivrance de médicaments au développement de produits cosmétiques et pharmaceutiques. La société basée à Tunis n'a jamais regardé en arrière, déclare Sélima El Ghali Krichen, Directrice générale.

Sélima El Ghali Krichen

Directrice générale
des laboratoires
Pharmaderm

Tunisie

« Pharmaderm a toujours concentré son savoir-faire sur le développement de produits. Dès le premier jour, nous avons fait le choix de développer nos propres produits, » explique Mme Krichen. « L'engouement pour les produits que [Mme El Ghali] offrait à ses amis et à sa famille l'a incitée à se lancer dans la production de produits dermo-cosmétiques, dans un premier temps. D'autres types de produits pharmaceutiques ont été inclus par la suite. »

Le secteur pharmaceutique tunisien s'est considérablement développé au cours des dernières décennies, et Pharmaderm aussi. Tous les produits vendus par l'entreprise sont développés en son sein, et pour rester compétitive, elle doit poursuivre ses investissements dans l'innovation et les nouvelles technologies.

Un appel pour des produits pharmaceutiques plus sûrs et durables

La stratégie de Pharmaderm s'inscrit dans les tendances de consommation internationales, telles que la demande croissante pour des produits plus durables et plus sûrs, avance Mme Krichen.

Bien qu'elle considère le secteur pharmaceutique africain comme disposant d'un excellent potentiel de croissance, celui-ci est aussi criblé de défis, tels que des prix élevés, un manque de réglementation harmonisée des médicaments, et des chaînes d'approvisionnement et d'achat médiocres. Certains de ces problèmes contrarient les espoirs de Pharmaderm de stimuler les exportations vers d'autres pays africains.

« Les échanges avec les autres pays du continent demeurent complexes à plusieurs niveaux. Nous sommes confrontés à la lenteur administrative et à une documentation lourde et rébarbative. Nous sommes confrontés à la complexité du transport, à son coût et à l'absence d'une ligne directe de fret maritime et aérien vers plusieurs destinations, entre autres. »

La zone de libre-échange continentale africaine pourrait à terme aider à surmonter certains de ces obstacles, selon Mme Krichen. « La mise en œuvre de l'accord commercial pourrait faciliter les échanges entre nos pays sur le continent africain et constituerait une opportunité certaine pour le développement du secteur pharmaceutique en Afrique. »





Intégrer les chaînes de valeur pharmaceutiques en Afrique

De nombreux fabricants africains de médicaments luttent pour diversifier leurs fournisseurs et s'approvisionner localement en intrants.

L'avenir des médicaments fabriqués en Afrique est « exceptionnellement brillant », car le continent a une population jeune et croissante qui recherche des solutions de soins de santé efficaces, déclare Darren Peters, Directeur d'usine chez Abacus Parenteral Drugs Ltd (APDL).

Darren Peters

Directeur d'usine,
Abacus Parenteral
Drugs

Ouganda

C'est l'une des raisons pour lesquelles la société basée à Kampala, spécialisée dans les médicaments parentéraux – administrés par injection intraveineuse ou intramusculaire – a investi dans des processus de fabrication automatisés.

APDL fournit plus de 95 % du marché ougandais des médicaments parentéraux, et 50 % des besoins de l'Afrique de l'Est. L'entreprise produit également des produits de perfusion tels que des fluides intraveineux et des gouttes oculaires, auriculaires et nasales.

Des liens africains plus forts permettraient de relever le défi de l'approvisionnement

Comme d'autres entreprises pharmaceutiques africaines, APDL rencontre des difficultés pour diversifier ses fournisseurs et s'approvisionner localement en intrants.

« En tant que fabricant local de produits pharmaceutiques desservant les marchés de l'Afrique de l'Est et de l'Afrique subsaharienne, 60 % de tous les intrants sont achetés à l'international », explique M. Peters. « Cela comporte un risque vu la nature erratique des chaînes d'approvisionnement mondiales ces deux dernières années. Il a incombé aux fabricants de développer des plans innovants pour limiter tout impact sur l'utilisateur final. »

C'est pourquoi l'entreprise ougandaise considère que le renforcement des liens commerciaux avec les partenaires africains est essentiel. « Nous voyons l'Afrique comme notre marché préférentiel dans la chaîne d'approvisionnement verticale. Un scénario idéal serait de s'approvisionner localement pour la plupart de nos matériaux, mais l'échelle et les exigences spécifiques du secteur entravent la poursuite de la croissance dans ce domaine. »

M. Peters espère que la zone de libre-échange continentale africaine changera finalement la donne en aidant à forger une chaîne de valeur pharmaceutique intégrée en Afrique. « L'approche pour libérer ce potentiel sera de la plus haute importance. Cependant, les fabricants africains doivent avoir un siège à la table des discussions pour développer ces solutions. »



Médicaments illicites : non équitables, non sûrs

Les produits pharmaceutiques sont parmi les plus contrefaits au monde. Le commerce de produits pharmaceutiques illicites est un problème majeur car il peut nuire aux consommateurs et entraver le développement de l'industrie pharmaceutique en Afrique. Les produits pharmaceutiques illicites peuvent comprendre des médicaments contrefaits, falsifiés ou périmés.

Les médicaments contrefaits sont des produits fabriqués par un fournisseur autre que le véritable fabricant, qui copie ou imite le produit original sans autorisation ni droits. Les médicaments contrefaits enfreignent le droit des marques¹. Ils ne compromettent pas nécessairement la sécurité et la qualité des médicaments.

Sur la seule année 2016, le commerce international de produits pharmaceutiques contrefaits était estimé à 4,4 milliards de dollars². Les antibiotiques, les médicaments de confort et les analgésiques figurent parmi les médicaments contrefaits les plus couramment commercialisés. Ces produits parviennent aux acheteurs par le biais de services postaux et de colis. Récemment, la vente s'est déplacée des marchés physiques vers les marchés en ligne, et ces produits font à présent l'objet de publicités sur les réseaux sociaux.

Les médicaments falsifiés, pour leur part, sont de faux médicaments que certains font passer pour des médicaments authentiques et autorisés. La fraude peut concerner plusieurs aspects : la composition, avec des ingrédients de mauvaise qualité ou en proportion incorrecte, voire de mauvais ingrédients ou des niveaux trop faibles de principes actifs ; et l'emballage qui peut être délibérément mal étiqueté en ce qui concerne l'identité du fabricant ou la source des ingrédients, lorsque ce n'est pas tout l'emballage qui est falsifié³. Les médicaments falsifiés ne présentent aucun avantage et peuvent même être dangereux pour le patient.

Les médicaments contrefaits et faux mettent le consommateur en danger

Environ deux tiers des entreprises de la chaîne de valeur pharmaceutique considèrent le commerce des médicaments contrefaits comme un problème majeur dans leur pays. Elles expliquent qu'il nuit aux revenus et à l'image des fabricants d'origine, ainsi qu'à la compétitivité et l'attractivité du secteur pour les investissements. En outre, il représente un risque élevé pour les consommateurs. Un des principaux facteurs qui poussent les consommateurs à acheter des produits pharmaceutiques illicites, malgré les risques encourus, réside dans leur prix plus abordable.

Les répondants à l'enquête indiquent que les consommateurs sont souvent insuffisamment informés des dangers potentiels des médicaments contrefaits, faux ou périmés, et qu'ils ont du mal à les distinguer des produits pharmaceutiques authentiques. Ce constat est partagé par les organisations d'appui aux entreprises et les autres parties prenantes consultées.

Selon les entreprises concernées, les cadres législatifs nationaux, les systèmes de surveillance et la capacité des autorités nationales à contrôler les ventes et le commerce de produits pharmaceutiques sont quelques-uns des facteurs clés qui déterminent le degré de nuisance des médicaments contrefaits et falsifiés pour leurs activités.

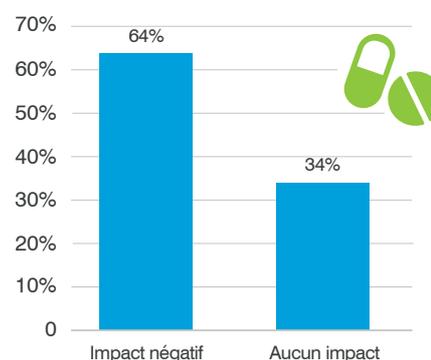
« Les contrefaçons et les produits périmés sont vendus à bas prix et ressemblent parfois aux produits authentiques, si bien que les consommateurs ne sont pas toujours en mesure de les différencier. »

- Entreprise de distribution de médicaments

« Cela affecte fortement l'activité. Les clients ont tendance à préférer les médicaments périmés car ils sont moins chers, même s'ils sont dangereux. Le gouvernement doit être vigilant pour contenir le marché des médicaments périmés. »

- Entreprise pharmaceutique

La plupart des entreprises ressentent l'impact négatif des médicaments illicites



1. Pour de plus amples informations, voir le site de l'Agence européenne du médicament (page en anglais) : <https://www.ema.europa.eu/en/glossary/counterfeit-medicine>
2. Pour de plus amples informations, voir la page de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) : <https://euiipo.europa.eu/ohimportal/fr/web/observatory/trends-in-trade-in-counterfeit-and-pirated-goods>
3. Pour de plus amples informations, voir le site de l'Agence européenne du médicament (page en anglais) : <https://www.ema.europa.eu/en/human-regulatory/overview/public-health-threats/falsified-medicines-overview>

Les différences entre les pays sont considérables. Dans certains pays d'Afrique de l'Est, les répondants rapportent unanimement des problèmes majeurs en raison du commerce de médicaments contrefaits. En revanche, les entreprises du Maroc, de Tunisie et de Maurice sont plus confiantes dans la capacité de leurs systèmes nationaux de réglementation et de contrôle à les protéger contre ces médicaments. La plupart des entreprises pharmaceutiques africaines (64 %) affirment que les médicaments contrefaits nuisent à leur activité, tandis que 34 % déclarent qu'il n'y a aucun impact, le reste des répondants ne se prononce pas.

Les lacunes du cadre réglementaire limitent le contrôle des médicaments contrefaits

Même si certaines grandes économies disposent d'organismes matures et rigoureux pour mettre en œuvre les législations relatives aux produits pharmaceutiques, les lacunes réglementaires compliquent le contrôle des médicaments contrefaits importés par de nombreux pays africains.

Par exemple, une législation claire sur les médicaments contrefaits fait souvent défaut. Les contrôles se concentrent souvent sur l'autorisation préalable à la mise sur le marché plutôt que sur la surveillance après la mise sur le marché. En outre, le commerce des médicaments contrefaits se fait de plus en plus via des plateformes en ligne, ce qui affaiblit l'application de la réglementation. De nombreux pays ont pris des mesures concrètes pour contrôler la publicité et l'étiquetage, mais les activités des pharmacies en ligne échappent à ces contrôles. Plusieurs opérateurs déplorent également l'insuffisance et l'inefficacité des sanctions.

« Les médicaments contrefaits portent atteinte à la réputation du secteur, pas seulement à la marque visée. Lorsqu'une marque est contrefaite et que le médicament est faux, le signal envoyé est que les médicaments fabriqués dans le pays producteur sont de mauvaise qualité et ne sont pas dignes de confiance. Ainsi, la demande générale pour les produits pharmaceutiques fabriqués dans ce pays commence à diminuer, affectant tous les acteurs du marché concerné. »

- Organisation africaine d'appui aux entreprises

Comment lutter contre le commerce de médicaments illicites ?

Les pays ont mis en œuvre diverses initiatives pour lutter contre les produits pharmaceutiques illicites. Les exemples de bonnes pratiques mentionnés par les entreprises et les autres parties prenantes sont les suivants :

- ✓ Le recours à une entité centrale ayant la seule autorité sur l'importation de médicaments (comme la Pharmacie centrale de Tunisie) ;
- ✓ Les partenariats public-privé pour la mise en place de cellules de surveillance ;
- ✓ Des initiatives visant à sensibiliser les consommateurs aux risques des produits pharmaceutiques illicites ;
- ✓ Des systèmes de traçabilité pour les médicaments autorisés ;
- ✓ Des investissements dans des laboratoires d'essais pharmaceutiques (accrédités) pour un contrôle de la qualité plus efficace et la détection des faux médicaments ; et
- ✓ L'adhésion à la Convention du Conseil de l'Europe sur la contrefaçon des produits médicaux et les infractions similaires menaçant la santé publique, aussi appelée MEDICRIME, une convention internationale de droit pénal qui criminalise la falsification des médicaments et encourage l'échange d'informations et des bonnes pratiques entre les États.

« Le commerce de produits pharmaceutiques illicites est très bien contrôlé à Maurice. Nous avons des règlements stricts, et des inspections sont effectuées régulièrement. Pour les médicaments importés, tous les documents sont examinés. Le feu vert du conseil pharmaceutique est requis pour l'enregistrement de nouveaux médicaments. Il existe également un plan d'échantillonnage et de tests aléatoires dans les pharmacies. Le gouvernement et le secteur privé sont tous deux engagés dans cette voie et le marché de la contrefaçon est donc très limité dans le pays. »

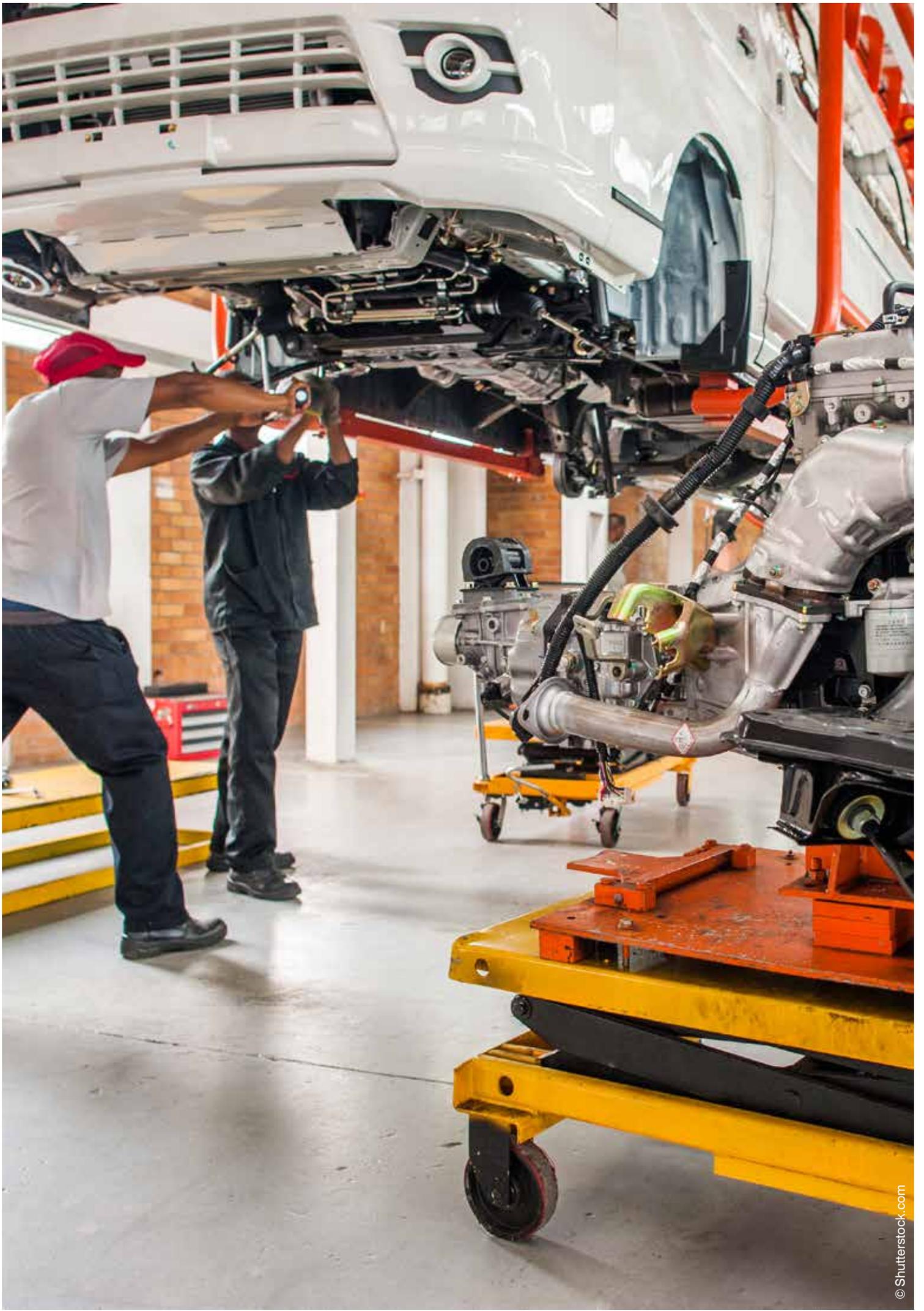
- Organisation africaine d'appui aux entreprises

Pour aller de l'avant

Les entreprises du secteur pharmaceutique souhaitent une plus grande coopération régionale pour lutter contre les produits pharmaceutiques illicites. Elles citent en exemple l'échange accru d'informations, l'alignement de la législation entre les pays et sur les normes internationales, l'amélioration de la traçabilité des produits pharmaceutiques, y compris au-delà des frontières, l'échange de bonnes pratiques, et la coopération technique pour la mise en œuvre de systèmes de surveillance efficaces, le tout avec un appui particulier aux PMA.

« Le marché de la contrefaçon a un impact majeur sur les entreprises légitimes, affectant leur rentabilité ainsi que la qualité des produits sur le marché. Les autorités nationales doivent renforcer la surveillance et sensibiliser les consommateurs. Nous devrions également tirer parti des dernières technologies pour développer des emballages qui peuvent être vérifiés par les consommateurs, par exemple au moyen de codes QR. »

- Entreprise de fabrication de médicaments



CHAPITRE 5

SECTEUR AUTOMOBILE : VERS UNE MOBILITÉ VERTE

Fort potentiel pour le commerce intra-africain	44
Défis spécifiques au secteur	46
Recommandations	47





CHAPITRE 5

SECTEUR AUTOMOBILE : VERS UNE MOBILITÉ VERTE



Note : La carte montre les fournisseurs potentiels d'intrants et d'extrants disposant d'un avantage comparatif ou d'un potentiel d'exportation de plus de \$10 millions. Les « automobiles (inclus les batteries et le cuir) » font partie du « secteur automobile et pièces détachées »

Fort potentiel pour le commerce intra-africain

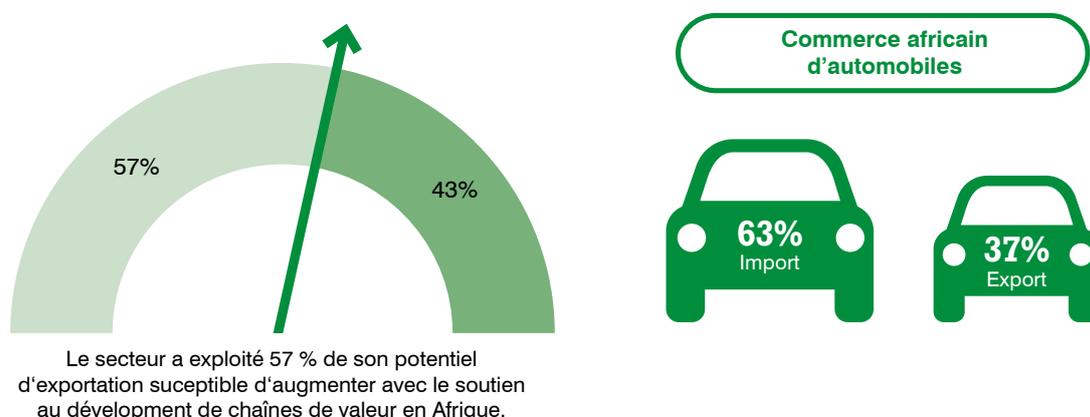
Le potentiel d'exportation du secteur automobile africain est estimé à 9 milliards d'euros d'ici à 2026, dont près de 10 % au sein du continent. Les véhicules sont le quatrième produit d'exportation le plus important de l'Afrique, représentant 2,1 % des exportations totales. Ce secteur est l'un de ceux ayant le plus fort potentiel de croissance pour le commerce intra-africain, dans les conditions tarifaires actuelles. Sous les auspices de la ZLECAf et donc d'une libéralisation tarifaire totale, le potentiel d'exportation intra-africain dans ce secteur pourrait augmenter de 3,7 milliards d'euros⁷. L'intégration de chaîne de valeur promet de donner un nouvel élan au potentiel d'exportation du secteur automobile en Afrique.

La fabrication de véhicules en Afrique est très limitée et concentrée sur quelques pays. En outre, le secteur n'achète actuellement que 3 % de ses intrants en Afrique. La mise en relation des pays susceptibles de produire des intrants pour la chaîne de valeur avec ceux qui pourraient produire les extrants pourrait stimuler davantage le potentiel du secteur et créer des emplois manufacturiers décents sur tout le continent.

Créer des liens avec d'autres chaînes de valeur

Les importations africaines de véhicules sont importantes, à hauteur de 14,3 milliards d'euros, et devraient augmenter de plus de 60 % d'ici à 2026. Le déficit commercial du continent pour les automobiles s'élève à 5,8 milliards d'euros, les importations étant supérieures de 70 % aux exportations. Cette balance commerciale négative et la hausse attendue de la demande d'importation incitent à exploiter le potentiel de la construction automobile nationale et à renforcer les chaînes de valeur régionales.

À ces arguments en faveur du développement des chaînes de valeur de l'industrie automobile s'ajoutent les liens avec d'autres sous-secteurs et chaînes de valeur prometteurs tels que le cuir et les produits en cuir, ainsi que les équipements électriques (batteries). Pour ces deux chaînes de valeur, l'ITC estime que respectivement 22 et 16 pays pourraient fournir des intrants et des extrants.

Figure 18 Près de la moitié du potentiel du secteur n'est pas exploité

Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.
Source : ITC

Par ailleurs, 23 pays africains, dont 8 PMA, pourraient exporter des intrants de manière compétitive pour la chaîne de valeur de l'automobile. Quatre d'entre eux – Égypte, Kenya, Maroc et Afrique du Sud – pourraient exporter le produit final de manière compétitive.

Faible connaissance des accords commerciaux existants

Alors que le marché africain est vaste et prometteur, 87 % des entreprises interrogées n'ont pas connaissance ou d'expérience des avantages offerts par les accords commerciaux conclus avec d'autres pays africains. Par rapport aux autres secteurs pilotes, les entreprises de la filière automobile sont également relativement moins optimistes quant à l'effet d'un accord continental : seuls 60 % d'entre elles pensent qu'un tel accord stimulerait le commerce régional pour ce secteur.

Près de la moitié des personnes interrogées n'ont aucune connaissance de la ZLECAf, tandis que celles qui en ont une ne sont pas certaines de ses enjeux et des implications pour leurs activités commerciales.

Peu de femmes détiennent ou dirigent des entreprises automobiles, ou y travaillent

Moins de 10 % des entreprises interrogées sont détenues ou gérées par une femme – soit une part nettement plus faible par rapport aux autres secteurs. Dans une entreprise sur trois, les femmes représentent moins de 10 % de la main-d'œuvre – certaines n'en comptant aucune. En moyenne, seuls 28 % des salariés sont des femmes. Seule une entreprise sur cinq emploie plus de femmes que d'hommes.

DÉFIS SPÉCIFIQUES AU SECTEUR

1. **Les visions et les stratégies de développement du secteur ont surtout été formulées dans une optique nationale, et seulement pour quelques pays.** La vision au niveau continental d'un secteur solide à l'échelle du continent n'a émergé que récemment, grâce au secteur privé qui en a été le moteur principal. L'instauration de la ZLECAf crée un élan opportun majeur pour intensifier davantage les efforts en ce sens.
2. En raison de l'accent mis sur le plan national, **la production de produits finis est fragmentée et l'échelle nécessaire pour rendre la production économiquement viable fait défaut, en particulier pour les composants techniques de haute qualité.** Dans ce contexte, les entreprises n'ont pas d'autre choix que de s'approvisionner en intrants principalement sur d'autres continents.
3. **Le continent manque de capacités de raffinage.** La majeure partie de la transformation qualitative des matières premières se fait en dehors du continent, principalement en Europe, aux États-Unis et en Asie.
4. **Capacité limitée à se conformer aux critères complexes de qualité et d'origine, et aux exigences de documentation y afférentes.** Des niveaux élevés d'investissement et de savoir-faire technique sont nécessaires pour fabriquer les intrants de haute qualité indispensables à la production de voitures modernes et sûres. Les entreprises déplorent la rareté de la main-d'œuvre spécialisée et hautement qualifiée (comme les ingénieurs), qui s'ajoute aux des coûts de production et à l'accès limité aux technologies modernes. Il en résulte un faible niveau des investissements dans la R&D, pourtant indispensables pour garantir et améliorer les processus de production – tant pour les intrants que pour les produits finis.

Le savoir-faire dans le secteur semble être essentiellement détenu par les grandes marques internationales. En raison des exigences détaillées en matière de documentation pour démontrer la conformité aux critères d'origine, seules quelques entreprises peuvent bénéficier des régimes préférentiels existants, le plus souvent dans le cadre de chaînes de valeur dirigées et contrôlées par les grands équipementiers.

5. **Insuffisance de l'infrastructure pour certifier le respect des critères complexes d'origine et de qualité.** Cela affecte par exemple la mesure des émissions des moteurs ou l'efficacité des ceintures de sécurité. Les processus de production sophistiqués exigent une capacité institutionnelle correspondante – dans les administrations douanières, les organismes de normalisation et les laboratoires, entre autres – afin de certifier le respect des critères de qualité et d'origine et les contrôler. De plus, les divergences de normes entre les pays compliquent encore l'intégration continentale de la chaîne de valeur.
6. **Une demande en voitures neuves limitée.** Elle s'explique par le coût élevé de production des voitures neuves et le faible prix des véhicules d'occasion importés. Ce faible prix est dû aux structures tarifaires et fiscales, aux règles d'origine défavorables au continent, et au contrôle insuffisant des normes de qualité et environnementales.
7. **Défis liés à l'élimination des déchets.** L'élimination appropriée des déchets dangereux issus de la production représente un défi pour la plupart des entreprises interrogées tout au long de la chaîne de valeur. Le manque d'informations sur les exigences en matière de gestion responsable des déchets, l'inadéquation des systèmes de traitement, et l'absence de réglementations environnementales efficaces sont autant de facteurs déterminants. En outre, les coûts élevés associés au traitement et à l'élimination des déchets sont élevés, ce qui incite à exporter les déchets vers d'autres pays où les infrastructures nationales font défaut.
8. **Les lacunes en matière de stratégies, de politiques, d'incitations, d'investissements, d'infrastructures et de technologies empêchent la production de véhicules plus respectueux de l'environnement.** Les voitures électriques et les véhicules utilisant des carburants verts à l'hydrogène font l'unanimité lorsque les entreprises et les autres parties prenantes se représentent l'avenir du marché automobile africain. Les (rares) entreprises actuellement impliquées dans la production de véhicules électriques et solaires déclarent rencontrer des difficultés à obtenir des financements pour démarrer, maintenir, améliorer ou développer la production, en raison du risque élevé associé à ces investissements.

« Les consommateurs préfèrent acheter des voitures importées entièrement construites, moins chères, plutôt que des voitures partiellement construites puis assemblées qui sont plus chères en raison des taxes gouvernementales. »

« La demande est trop faible. Nous avons précédemment essayé de faire affaire avec certains équipementiers en Afrique, mais les quantités demandées étaient très faibles et ne permettaient pas de remplir un conteneur complet. Étant donné la nature de notre produit (dangereux), nous ne pouvons faire moins d'un conteneur de groupage (CG). »

« Oui, nous produisons des véhicules électriques. Mais les gens préfèrent encore largement les voitures à essence. C'est en partie parce que le gouvernement n'a pas mis en place les infrastructures nécessaires pour garantir aux utilisateurs la possibilité de recharger leurs véhicules. Pour les véhicules que nous vendons, nous construisons nos propres stations de recharge. »

RECOMMANDATIONS

La ZLECAf représente une étape cruciale dans la création d'un environnement propice au développement du secteur automobile. L'accord va permettre de s'attaquer directement à certains des défis susmentionnés, notamment ceux liés à la taille du marché et à la facilité des échanges. En tant que telle, la ZLECAf a le potentiel de contribuer de manière significative à l'offre de voitures de qualité – non seulement pour les véhicules neufs mais aussi pour les voitures d'occasion respectueuses des normes de qualité et des normes environnementales, plus abordables pour les clients du continent.

Pour réaliser le plein potentiel de développement et d'intégration de la chaîne de valeur automobile en Afrique, des efforts supplémentaires seront toutefois nécessaires. Les principales recommandations sont les suivantes :

1. **Accélérer la formulation et l'adoption d'un plan de développement du secteur automobile africain.** Ce plan doit clairement articuler la vision du secteur, en indiquant le type de voitures que l'Afrique voudrait privilégier compte tenu de l'augmentation de la pollution atmosphérique, du changement climatique et de la congestion croissante des villes. Il doit également énoncer une stratégie de mise en œuvre pour le développement du secteur. Ce plan de développement du secteur devra être incorporé dans une vision plus large de l'avenir de la mobilité en Afrique. Il devra donc contenir les éléments suivants :
 - ✓ **Déterminer si les objectifs de développement du secteur doivent être atteints uniquement en attirant les investissements des équipementiers et des fournisseurs de niveau 1.** Si ces investisseurs peuvent stimuler la production locale de composants et l'assemblage du produit fini, il s'agit aussi de réfléchir à la possibilité de développer des marques propres, en s'appuyant sur certains succès existants de marques africaines desservant des segments de marché de niche, et en les transposant à l'échelle continentale.
 - ✓ **Prendre dûment en considération le développement d'infrastructures et de services d'appui.** Il s'agit des services d'après-vente et de réparation, des systèmes de recyclage et de gestion des déchets, y compris pour les batteries, et de la production de carburants verts à l'hydrogène.
 - ✓ **Définir une stratégie visant à accroître l'emploi des femmes ainsi que la présence d'entreprises dirigées par des femmes** dans la chaîne de valeur.

Au niveau national, le cas échéant, les stratégies nationales pour le développement de l'industrie automobile devront être mises à jour afin de les aligner sur la vision continentale.
2. **Investir dans les efforts actuels menés par l'Organisation africaine de normalisation et soutenus entre autres par Afreximbank, afin de les intensifier et d'harmoniser les normes du secteur automobile en Afrique.** Au niveau national, les normes devront être adoptées et mises en œuvre dès qu'elles seront disponibles.
3. **Stimuler la transition verte :**
 - ✓ **Élaborer une stratégie pour appuyer la transition progressive vers la fabrication de véhicules à faibles émissions.** Cet objectif peut être atteint par la sensibilisation, le développement des compétences, des investissements dans les infrastructures et les avancées technologiques, ainsi que par des cadres politiques et réglementaires propices.
 - ✓ **Renforcer et appliquer efficacement la législation en matière d'importation de voitures d'occasion, et œuvrer à son harmonisation, en particulier les exigences en matière de sécurité et d'environnement.** Il s'agit d'introduire et de faire respecter des normes d'émission des véhicules, y compris pour les véhicules d'occasion importés, et d'envisager des incitations fiscales pour les véhicules à faibles émissions ou sans émissions, qu'ils soient neufs ou d'occasion.

« Pour avoir un échange significatif entre les pays d'Afrique, il y a deux possibilités : 1) le développement du marché des pièces et composants automobiles par l'implantation d'équipementiers ou de fournisseurs de niveau 1 en Afrique ; 2) le développement de nos propres marques. Dans les deux cas, nous devons investir dans la modernisation, la capacité de production et les infrastructures industrielles. »

« Nous devons pousser les équipementiers à diriger les chaînes de production de certains modèles vers l'Afrique, ce qui entraînera logiquement les fabricants de composants automobiles dans leur sillage. Les équipementiers devraient également étendre leurs listes d'approvisionnement en matières premières. »

- ✓ **Faciliter les investissements dans les infrastructures de recharge et de ravitaillement en hydrogène** pour les véhicules concernés. Cela peut passer, par exemple, par des incitations fiscales ou des terrains à louer gratuitement pour les stations de recharge.
- ✓ **Investir dans des installations de recyclage respectueuses de l'environnement**, y compris pour les batteries usagées au plomb et au lithium-ion. Ces structures devront avoir de solides mécanismes de contrôle de la pollution et de surveillance appropriée, afin de réduire au maximum les pratiques de recyclage illégales actuellement très répandues qui sont préjudiciables à la santé humaine et à l'environnement.
- ✓ **Développer une stratégie de recyclage des véhicules hors d'usage (VHU)**. Celle-ci doit mettre l'accent sur la sensibilisation à la gestion écologique des VHU. Un cadre réglementaire doit être instauré, qui encourage la gestion appropriée des déchets et le recyclage des résidus de broyage des automobiles, et qui doit s'accompagner de dispositifs assurant l'annulation de l'immatriculation des véhicules.

À plus long terme, il faut prévoir d'optimiser les processus de fabrication des voitures de manière à réduire la part des résidus de broyage des automobiles dans les VHU. Avec un appui technique et des technologies de recyclage adéquats, cela contribuera à prévenir les déversements d'hydrocarbures et la lixiviation d'autres substances dangereuses dans l'environnement à partir des VHU.
- ✓ **Améliorer la qualité du carburant fourni**. En particulier, il faudra veiller à ce que la teneur en soufre soit réduite à des niveaux compatibles avec les moteurs Euro IV et Euro V.
- ✓ **Négocier avec les pays exportant les voitures d'occasion** pour envisager des mesures limitant les exportations de véhicules qui ne répondent pas aux mesures de sécurité ou d'environnement.

4. **Permettre la transformation et le raffinage au niveau local des matières premières**. Des matières telles que le cuivre, le cuir, le fer, l'acier, l'aluminium, le cobalt et le caoutchouc doivent être transformé de manière à ajouter de la valeur, avant d'être utilisées dans la fabrication de composants et de voitures finies – sur le continent et au-delà.
5. **Définir des règles d'origine de manière à encourager les investissements dans la fabrication locale, malgré leur complexité (par exemple, par des exigences élevées en matière de contenu local), tout en permettant le commerce préférentiel**. Ce dernier point dépend de la clarté des règles, y compris des exigences relatives aux processus de transformation nécessaires pour octroyer le certificat d'origine à des intrants non d'origines, ainsi que des documents en matière de cumul et d'origine nécessaires à la validation de la conformité. Ces règles doivent laisser peu de place à l'interprétation, tant pour les entreprises que pour les organismes de certification et de contrôle.

La capacité des entreprises à se conformer aux exigences de documentation relatives à la certification de l'origine doit être renforcée. Les parties prenantes de la chaîne de valeur doivent être sensibilisés sur le statut des règles au niveau continental par rapport à celles qui ont été convenues dans le cadre des accords régionaux, ainsi qu'à celles définies dans les accords commerciaux existants avec des pays tiers en dehors du continent.

6. **Améliorer et renforcer les systèmes d'information sur les marchés au niveau régional**. Il s'agit de répertorier les coordonnées des fournisseurs régionaux potentiels d'intrants sur une plateforme unique, et d'organiser au niveau régional des événements et des foires commerciales spécifiques à chaque secteur afin de réunir les entreprises de toute l'Afrique.
7. **Établir des structures et des réseaux de R&D à l'échelle du secteur, notamment en coopérant avec le milieu universitaire**. L'adoption de nouvelles technologies doit être encouragée, ainsi que le contrôle de la qualité, la production allégée et la conception assistée par ordinateur. Des centres de formation et d'incubation spécialisés doivent être créés, ainsi que des institutions de développement des compétences pour la formation aux disciplines pertinentes, notamment l'ingénierie, la conception, la fabrication et le contrôle de la qualité. Le transfert de connaissances doit être facilité au moyen de collaborations avec des institutions étrangères et internationales, ainsi qu'avec les équipementiers. Des formations professionnelles en alternance avec l'industrie pourront également être organisées, afin de constituer un vivier de personnel qualifié et spécialisé.
8. **Revoir les structures fiscales et tarifaires sur les intrants et les produits finaux**. Dans la mesure du possible, la mise en œuvre des réductions tarifaires prévues par la ZLECAf doit être accélérée.
9. **Introduire des systèmes de financement de véhicules et des prêts automobiles adaptés**, afin de rendre les voitures de haute qualité plus abordables.





Bientôt la vie en rose pour le marché africain de la peinture automobile

Le marché africain de la peinture automobile est prêt à se développer, une fois les perturbations de la chaîne d'approvisionnement passées.

El-Gammal Company, l'une des plus grandes entreprises de peinture automobile en Égypte, est prête à se développer sur les marchés voisins. Cette déclaration de Said

Ragab, Responsable de la qualité, fait référence aux plans d'expansion en suspens en raison des incertitudes géopolitiques actuelles.

Said Ragab

Responsable de la qualité, El-Gammal Company

Égypte

« La guerre en Ukraine est un défi considérable pour notre entreprise », explique M. Ragab. « Elle a engendré de nombreuses difficultés pour importer des matières premières, et affecté l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement mondiale. »

S'étendre au-delà des frontières

Néanmoins, la demande croissante en Égypte et dans d'autres économies laisse présager à long terme des perspectives positives pour le marché africain de la peinture automobile. Les dirigeants d'El-Gammal, qui s'est déjà développée dans les régions du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord, ainsi que dans d'autres pays africains, ont bien l'intention de passer à l'action dès que les circonstances s'amélioreront.

« Nous avons l'intention de doubler nos exportations d'ici 2027. À l'heure actuelle, 10 % de notre production est exportée, principalement vers le Nigéria et la Libye », précise M. Ragab.

Fondée en 1985, l'entreprise El-Gammal fabrique des équipements originaux de revêtements automobiles, et couvre environ 90 % des besoins de l'industrie automobile égyptienne. M. Ragab explique que l'entreprise investit pour le moment dans la formation de son personnel afin de préparer ses ingénieurs et ses autres employés à son expansion future.

M. Ragab se déclare « prudemment optimiste » quant au fait que la zone de libre-échange continentale africaine permette d'atteindre l'objectif de développement inclusif et durable de l'Afrique. Il estime que les entreprises africaines travaillent déjà dur pour faire de l'intégration continentale une réalité.





Une mobilité plus verte pour le Ghana

La popularité croissante des véhicules électriques sous-tend la mobilité verte et suggère que l'avenir de l'Afrique est électrique.

Rêvant de trouver une solution durable aux défis du transport en Afrique, Jorge Appiah a fondé Solar Taxi en 2018, en construisant un prototype de véhicule à énergie solaire uniquement à partir des pièces détachées disponibles. À peine quatre ans plus tard, la start-up est établie sur quatre sites au Ghana et cherche à s'étendre au-delà des frontières.

Jorge Appiah

Fondateur et
directeur général,
Solar Taxi

Ghana

L'entreprise axée sur la mobilité électrique conçoit, vend et loue des motos électriques. Elle utilise des composants provenant de Chine et d'Inde, et assemble tous les véhicules au Ghana, précise M. Appiah. En moyenne, Solar Taxi produit 20 motos électriques et 8 tricycles par jour.

L'entreprise distribue également des voitures électriques importées, fabriquées selon ses propres conceptions originales. Elle prévoit de commencer l'assemblage au niveau local d'ici la fin de l'année. M. Appiah pense que la popularité croissante du modèle commercial des véhicules à énergie solaire stimulera les synergies avec d'autres entreprises du continent. Il espère à terme diversifier la chaîne d'approvisionnement en faveur de partenaires africains.

« Malheureusement, il est encore trop tôt pour disposer d'un système d'approvisionnement local », précise-t-il. « Mais notre objectif est de faire en sorte que 70 % des fournitures pour l'assemblage des véhicules électriques proviennent d'Afrique d'ici à la fin de 2030. C'est un objectif ambitieux, mais c'est possible. »

Des femmes ont conçu un grand nombre de ces véhicules. En 2019, Solar Taxi a mis en place une académie de formation pour les femmes dans le but de briser les barrières de genre dans l'industrie automobile ghanéenne. Aujourd'hui, la plupart des ingénieurs de l'entreprise sont des femmes. L'académie forme également les femmes à la conduite et appuie l'obtention du permis de conduire, afin qu'elles puissent travailler comme chauffeurs pour l'entreprise.

« Dans le secteur de la mobilité, les femmes sont systématiquement exclues de la chaîne de valeur », explique M. Appiah. « Nous sommes l'une des rares entreprises au monde à avoir plus de 60 % de personnel d'ingénierie féminin. »

Embarquer les femmes ingénieurs et conductrices

Solar Taxi a également créé une application pour smartphone qui permet aux clients de héler une course en taxi électrique à Accra. L'utilisation de l'application est en pleine croissance, avec environ 100 trajets commandés chaque jour. En outre, des entreprises de commerce électronique, dont Jumia et Bolt, utilisent également les véhicules de Solar Taxi pour livrer leurs produits à Accra, ce qui leur permet d'économiser sur les frais de transport dans un contexte de hausse constante des prix du carburant.

Malgré sa croissance, le financement reste un problème pour l'entreprise. M. Appiah explique : « Nous sommes confrontés à de nombreux défis pour lever des capitaux afin d'augmenter la production. Quand les gens voient nos voitures sur le marché, ils sont intéressés et veulent les acheter. Mais nous ne pouvons pas répondre à leur demande. » L'entreprise a un carnet de commandes d'environ 150 voitures et 3 000 vélos, avec des demandes provenant du Ghana, mais aussi du Nigéria, de la Côte d'Ivoire, du Cameroun et d'autres régions d'Afrique de l'Ouest.

En juillet, Solar Taxi a déclaré avoir reçu un investissement pour développer ses activités commerciales, ce qui pourrait inclure l'extension de son modèle commercial à d'autres pays africains.

« L'Afrique est au centre de notre activité », conclut M. Appiah. « Nous avons les capacités techniques pour concevoir, produire, assembler, construire et entretenir nos produits – notre expertise est solide et locale. Nous avons l'intention d'étendre notre production à tout le continent, en profitant de la zone de libre-échange africaine. »



Importations de véhicules d'occasion : gérer le pour et le contre

L'Afrique est un grand importateur de véhicules d'occasion. Les trois principaux exportateurs de véhicules d'occasion – États-Unis, Union européenne et Japon – ont exporté ensemble un peu moins de 14 millions d'unités de véhicules d'occasion entre 2015 et 2018. La plus grande partie de ces véhicules (40 %) a été acquise par des clients de pays africains. En moyenne, les véhicules d'occasion importés représentent plus de 60 % des véhicules immatriculés sur le continent chaque année¹.

Au Kenya, 96 % des véhicules importés entre 2010 et 2014 étaient des véhicules d'occasion. En Éthiopie, ils représentaient 80 % des ventes en 2016. Au Nigéria, le rapport entre les ventes de véhicules neufs et de véhicules d'occasion est de 1:130².

Quelques pays interdisent l'importation de véhicules d'occasion

Il n'existe pas d'approche harmonisée de la réglementation des importations de véhicules d'occasion en Afrique. De nombreux pays – pour la plupart en Afrique de l'Est et de l'Ouest – n'imposent aucune restriction à l'importation de véhicules d'occasion. D'autres interdisent l'importation de véhicules d'occasion au-delà d'un certain âge. Quelques pays comme l'Afrique du Sud, l'Égypte, les Seychelles et le Soudan ont interdit toute importation de véhicules d'occasion³.

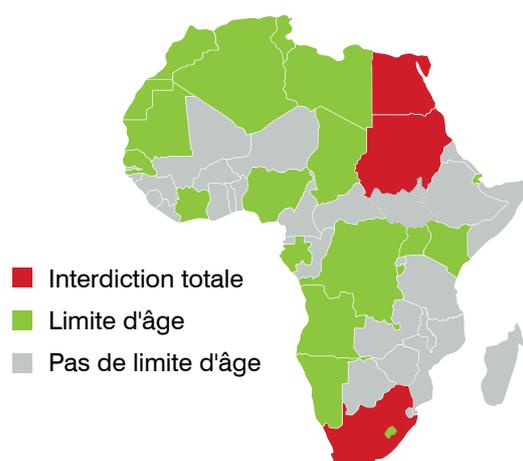
À l'inverse, seuls quelques pays encouragent l'importation de véhicules plus propres. Par exemple, le Nigéria impose des taxes plus élevées sur les importations de véhicules diesel que sur celles de véhicules à essence, en raison de la pollution atmosphérique plus élevée des moteurs diesel. En Ouganda, les véhicules importés âgés de moins de cinq ans sont exempts de taxe environnementale, tandis que les autres sont soumis à des taxes entre 35 % et 50 % de la valeur en douane⁴.

Forte demande de véhicules d'occasion

La demande de véhicules d'occasion importées en Afrique est élevée, en grande partie parce qu'elles sont abordables. Elle devrait rester forte étant donné le faible taux de motorisation en Afrique et une population croissante dont les niveaux de revenus n'augmentent que modérément. Une étude des préférences des consommateurs en Afrique de l'Est indique que le prix est le critère le plus important pour les propriétaires ougandais, tandis qu'il vient en deuxième position après le rendement énergétique pour les consommateurs tanzaniens⁵.

Les contraintes budgétaires et les programmes limités de financement des véhicules rendent l'achat de nouveaux véhicules inabordable pour de nombreux ménages africains. De nombreuses entreprises et autres parties prenantes considèrent donc que les véhicules neufs et d'occasion sont des marchés complémentaires desservant différents segments de clientèle, faisant valoir que la demande de voitures neuves n'augmenterait pas nécessairement si les importations de véhicules d'occasion étaient interdites, et que de nombreuses personnes préféreraient acheter des voitures neuves si elles en avaient les moyens.

Importations de véhicules d'occasion : restrictions actuelles



« Les consommateurs africains achètent davantage de voitures d'occasion car elles sont de 30 % à 50 % moins chères qu'une voiture neuve. Étant donné le faible pouvoir d'achat des personnes en Afrique, le prix d'achat de voitures neuves est hors de portée. C'est pourquoi les véhicules neufs et d'occasion devraient coexister sur le même marché pour servir tous les consommateurs. »

- Entreprise du secteur automobile

Source : PNUE (données recueillies en 2020)

1. Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) (2020). *Used vehicles and the environment: a global overview of used light-duty vehicles*.
2. Fédération internationale de l'automobile (2020). *Promoting safer and cleaner used vehicles for Africa*.
3. PNUE (2020). *Op. cit.*
4. Forum économique mondial (2021). *Connecting Countries and Cities for Regional Value Chain Integration Operationalizing the AfCFTA*.
5. Deloitte (2018). *Africa Automotive Insights, an East African consumer perspective*.

Acteurs de la chaîne de valeur : les véhicules d'occasion sont une opportunité

Les consultations menées auprès des entreprises africaines de la chaîne de valeur automobile révèlent une vision étonnamment positive du marché des véhicules d'occasion. Environ 40 % des personnes interrogées estiment que le marché permet de répondre aux besoins de l'Afrique et le considèrent donc comme une source d'opportunités commerciales, tandis que 35 % y voient à la fois des opportunités et des défis.

De nombreuses petites entreprises impliquées dans la chaîne de valeur automobile fournissent des pièces et des composants, ou proposent des services d'entretien et de réparation. Ces entreprises ne considèrent pas les importations de véhicules d'occasion comme une menace pour leurs activités.

Certaines personnes interrogées soulignent également les opportunités commerciales liées à la spécialisation dans la mise à niveau (conformité aux normes de sécurité et environnementales) ou le recyclage des véhicules d'occasion ou de leurs pièces et composants individuels. C'est notamment le cas des batteries, étant donné le passage aux véhicules électriques et le besoin croissant de traiter les batteries en fin de vie.

Les véhicules de mauvaise qualité et peu sûrs soulèvent des préoccupations

Environ un quart des entreprises interrogées voient l'importation de véhicules d'occasion de manière exclusivement négative. Si certaines considèrent les véhicules d'occasion comme une menace pour l'industrie automobile nationale, la plupart citent plutôt des préoccupations environnementales et des problèmes de qualité et de sécurité. En effet, bien que l'Afrique ait le taux de motorisation le plus faible au monde et compte moins de 3 % des véhicules de la planète, elle déplore 20 % du taux global de mortalité routière⁶.

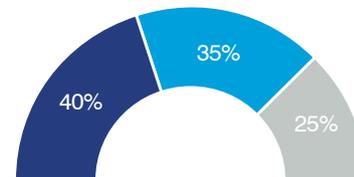
Pour aller de l'avant

Si l'importation de véhicules d'occasion présente des difficultés, elle peut coexister avec l'industrie automobile africaine. Plusieurs initiatives sont toutefois nécessaires pour minimiser l'incidence négative du marché des véhicules d'occasion.

La priorité est d'établir un cadre réglementaire pour limiter l'importation de véhicules dangereux et hautement polluants. Les pays devraient imposer des règles strictes en matière d'émissions des véhicules et de rendement énergétique. Le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) recommande des normes d'émissions minimales, par exemple les normes EURO 4, ainsi que des restrictions d'âge (ces dernières étant moins techniques et donc plus faciles à contrôler et à mettre en œuvre).

Les pays de la CEDEAO ont adopté certaines de ces mesures en 2021 pour réduire la pollution atmosphérique et les émissions de gaz. En outre, les gouvernements pourraient encourager l'utilisation de véhicules à émission faible ou nulle, qu'il s'agisse de véhicules neufs ou d'occasion, par exemple au moyen de la fiscalité.

Les entreprises africaines perçoivent le marché de véhicules d'occasion à la fois une opportunité et une menace



■ Opportunités
■ Opportunités et menaces
■ Menaces

Cependant, l'opinion selon laquelle l'interdiction des importations est la bonne approche pour relever ces défis n'est pas partagée par tout le monde. Certaines entreprises soulignent que ce n'est pas l'importation en soi qui est à blâmer pour les problèmes de sécurité, la pollution de l'air et l'encombrement des villes. Il s'agit plutôt de l'absence de normes en matière de sécurité et d'environnement, et de leur application – tant pour les véhicules importés que pour ceux produits dans le pays – combinées à des stratégies de mobilité urbaine insuffisantes et à des réseaux de transport public sous-développés.

L'adoption et la mise en œuvre effective des Directives relatives à la sécurité des flottes et à la politique d'achat de voitures plus sûres du Programme mondial d'évaluation des nouveaux véhicules (NCAP), ainsi que celles des réglementations pertinentes des Nations Unies (par exemple sur les ancrages des ceintures de sécurité, les systèmes de sécurité et de retenue, et les systèmes avancés de freinage d'urgence) peuvent améliorer la sécurité des véhicules. Les exigences relatives aux inspections techniques périodiques des véhicules pour confirmer leur aptitude technique à prendre la route et leur conformité aux normes environnementales peuvent également contribuer à relever les défis actuels.

Comme pour toute législation, une mise en œuvre et un suivi appropriés seront essentiels pour obtenir les résultats escomptés.

Il est également possible d'agir du côté des exportateurs. Les principaux exportateurs de véhicules d'occasion d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie devraient envisager de limiter les exportations de ce qui est essentiellement considéré comme des déchets sur leurs propres marchés – c'est-à-dire des véhicules ne répondant pas aux normes de sécurité ou environnementales et ne seraient donc pas ou plus autorisés à circuler sur leurs routes.

6. OMS (2018). *Global status report on road safety*.



CHAPITRE 6

VÊTEMENTS EN COTON : L'EXCELLENCE DES FEMMES

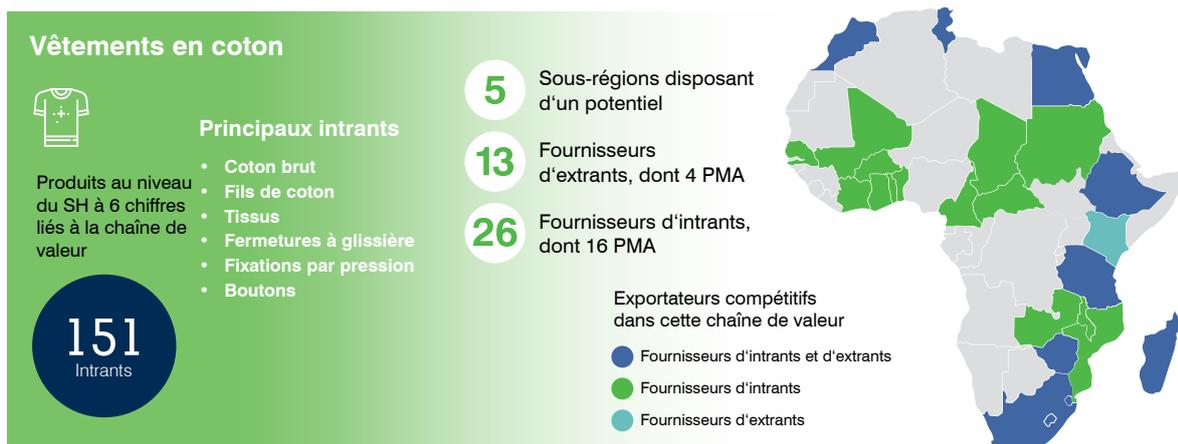
Un potentiel considérable d'exportation intrarégionale à exploiter	56
Défis spécifiques au secteur	58
Recommandations	59





CHAPITRE 6

VÊTEMENTS EN COTON : L'EXCELLENCE DES FEMMES



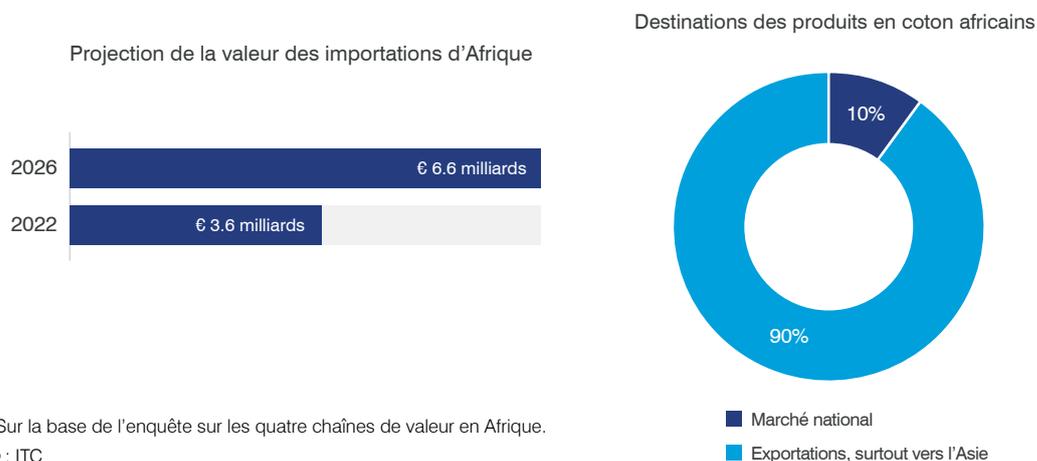
Note : La carte montre les fournisseurs potentiels d'intrants et d'extrants disposant d'un avantage comparatif ou d'un potentiel d'exportation de plus de \$10 millions. Les « vêtements en coton » font partie du « secteur de l'habillement ».

Un potentiel considérable d'exportation intrarégionale à exploiter

D'ici 2026, le potentiel d'exportation pour les vêtements en coton d'Afrique s'élève à 5,8 milliards d'euros, dont près de 15 % au sein du continent.

Les deux tiers du potentiel d'exportation intrarégional de ce secteur doivent encore être libérés. Malgré de fortes exportations et un fort potentiel d'exportation, la demande d'importation est également élevée. En témoigne la valeur d'importation de 3,6 milliards d'euros qui devrait augmenter de 84 % à partir de 2026 pour atteindre 6,6 milliards d'euros.

Figure 19 La valeur des importations de vêtements en coton va croître de 84 % d'ici 2026



L'Afrique reste au bas de l'échelle de cette chaîne de valeur

Le continent est un gros producteur et exportateur de coton brut, et participe à l'assemblage final de certains textiles. Cependant, 90 % de son coton brut est exporté vers l'Asie, tandis qu'il est un importateur net de fils et de tissus. Les fabricants africains de vêtements en coton n'importent que 7 % des fils de coton et 6 % des tissus en coton du continent.

Le potentiel d'exportation des vêtements en coton pourrait augmenter considérablement si les étapes intermédiaires de la chaîne de valeur – telles que la transformation du coton en fils et en tissus – étaient également réalisées sur le continent. Cela offre des opportunités d'investissement stratégique en visant la diversification des lieux de production, et d'en rapprocher certains des marchés de l'UE dans une optique de sous-traitance de proximité afin de réduire le risque de perturbation de la chaîne d'approvisionnement.

Concernant la production des intrants pour la chaîne de valeur des vêtements en coton, 26 pays africains, dont 16 PMA pourraient être impliqués. Onze de ces pays, dont 4 PMA, pourraient également exporter à la fois des intrants et des extrants d'une manière compétitive de la chaîne de valeur. Deux autres pays – le Cabo Verde et le Kenya – sont en position de d'exporter uniquement des extrants d'une manière compétitive.

Un besoin d'améliorer la connaissance des entreprises des accords commerciaux existants et de leur incidence

Plus de 80 % des entreprises interrogées n'ont ni connaissance ni expérience des accords commerciaux existants et de leur incidence. D'un autre côté, environ deux tiers d'entre elles se déclarent optimistes quant au fait qu'un accord commercial continental pourrait stimuler le commerce régional dans le secteur des vêtements en coton. Toutefois, environ 60 % des mêmes personnes interrogées n'ont pas connaissance de la ZLECAf, et plus de 90 % affirment n'avoir jamais participé à une consultation portant sur des accords commerciaux.

La dynamique changeante des chaînes de valeur mondiales au sein de l'industrie de l'habillement et l'intérêt croissant pour la sous-traitance de proximité placent l'Afrique dans une position stratégique, amplifiant ainsi les possibilités de développer cette chaîne de valeur sur le continent.

La chaîne de valeur des vêtements en coton présente un fort potentiel de création d'emplois

Une étude en cours de l'ITC et de l'Organisation internationale du travail, menée dans la filière africaine des vêtements en coton, estime que la pleine réalisation du potentiel d'exportation des vêtements en coton pourrait générer plus de 200 000 emplois en Égypte et plus de 50 000 en Tunisie. Les femmes en particulier pourraient en tirer profit, puisqu'elles représentent une grande partie de la main-d'œuvre du secteur : 73 % des participants interrogés emploient plus de femmes que d'hommes, et une entreprise sur quatre est menée par une femme.

SECTOR-SPECIFIC CHALLENGES

1. **Le « chaînon manquant » : il n'existe que quelques filatures et une production limitée de fils et de tissus, ce qui entraîne un manque d'intégration verticale de la chaîne de valeur.** Le coton est peu filé en Afrique. Le coton brut est principalement exporté vers d'autres continents pour y être valorisé, puis réimporté sous forme de fils et de tissus. Les répondants à l'enquête citent le manque de savoir-faire technique, de machines de production modernes et d'investissements connexes comme les principales contraintes à l'ajout de valeur.
2. **Pression concurrentielle des producteurs à bas prix d'Asie ainsi que des marchés informels et des marchés d'importation de l'occasion.** La fragmentation des marchés et donc le manque d'échelle de production, le manque d'investissement dans les technologies de production et les machines modernes, et la pénurie de personnel qualifié (comme les techniciens pour le tricotage et l'impression des tissus), sont autant de facteurs qui limitent la compétitivité du secteur.
3. **Manque d'informations sur les opportunités commerciales et la mise en relation des acheteurs et des vendeurs.** Les producteurs de vêtements ont tendance à se concentrer sur les marchés nationaux ou à se lancer dans la production sous licence pour des marques situées en dehors du continent. Bon nombre d'entre eux ne parviennent pas à saisir les opportunités existantes en matière de commerce intrarégional en raison d'une connaissance et d'une participation limitées aux activités existantes de mise en relation avec les marchés, telles que les foires commerciales.
4. **Faible connaissance des accords commerciaux.** Cela concerne l'ensemble des accords commerciaux (y compris la ZLECAf) et de leurs avantages. Environ 60 % des personnes interrogées le long de la chaîne de valeur ne connaissent pas la ZLECAf, et près de 80 % n'ont ni connaissance ni expérience de l'incidence des autres accords commerciaux existants. Pour ceux qui commercent (ou tentent de commercer) dans le cadre de régimes préférentiels, les règles et la certification relatives à l'origine sont une préoccupation majeure, y compris les règles en matière de cumul – en raison de leur manque de clarté, de leurs divergences selon les accords, tant en Afrique qu'avec les pays tiers, des difficultés à tracer et à documenter l'origine des intrants, des coûts élevés, et parfois du manque de reconnaissance du certificat d'origine.
5. **Des défis environnementaux considérables liés à l'inadéquation des systèmes de gestion, de traitement et de recyclage des déchets.** Ce constat concerne les déchets dangereux et les eaux usées, mais aussi l'utilisation intensive de l'eau dans certaines étapes du processus de production, notamment la finition des textiles et le lavage des vêtements. La gestion des déchets semble être particulièrement difficile pour les entreprises situées dans les zones économiques spéciales. Les infrastructures de recyclage sont largement absentes, y compris pour le traitement des déchets liés aux vêtements d'occasion importés et de qualité inférieure.
6. **Capacité limitée pour l'obtention d'une certification relative aux normes de durabilité.** Dans le cas du coton brut, le problème est lié au coût élevé de la démonstration de la conformité et de l'obtention de la certification, plutôt que la mise en conformité elle-même (par exemple, pour le coton bio). En aval de la chaîne de valeur, les entreprises n'ont souvent pas la capacité de se conformer aux normes de durabilité et, de plus en plus, aux exigences en matière de traçabilité et de documentation relative aux critères ESG.
7. **Visibilité limitée des marques africaines, tant au niveau continental que mondial.** Elle s'explique par le manque de compétences en marketing, communication et outils numériques, ainsi qu'une faible présence sur les réseaux sociaux et en ligne.
8. **Offre minimale de services de pré et post-production.** Ce constat s'applique aussi bien aux clients en Afrique qu'à ceux hors du continent.

« Nous avons besoin d'informations sur l'offre disponible dans les pays africains. Il devrait y avoir davantage de fournisseurs africains participant à nos foires nationales, ainsi qu'à celles en Europe. Nous n'y voyons jamais de fournisseurs africains. De plus, il y a peu de foires sur le continent auxquelles nous sommes invités. Il y a un vrai problème de visibilité, un manque de communication sur ce qui existe dans le secteur du textile en Afrique. »

« Nous avons commencé à séparer les déchets textiles, notamment les tissus, en fonction de leur composition. Nous avons essayé de trier ces déchets, mais au bout du compte, cela n'a servi à rien : nous n'avons trouvé personne pour les récupérer et les traiter. »

« La conformité aux normes sociales, environnementales et éthiques, de santé et de sécurité, n'affecte pas négativement notre compétitivité. Elle entraîne plutôt de bonnes pratiques qui favorisent une durabilité à long terme. Cependant, le coût de la certification et du renouvellement périodique est très élevé et a un impact considérable sur nos activités. Un seul certificat peut coûter 6 800 euros, et nos clients exigent que nous en ayons quatre ! »

RECOMMANDATIONS

1. En s'appuyant sur les succès et les leçons tirées des initiatives existantes au niveau sous-régional, **des pôles d'industrie textile doivent être établis à travers l'Afrique**, à proximité des principales sources de ressources naturelles. De même, des infrastructures, des outils et des services communs doivent être créés, afin d'encourager les activités à valeur ajoutée. Des investissements doivent être facilités dans les filatures pour leur permettre d'acquérir des équipements modernes et le savoir-faire technique nécessaire. Le transfert de connaissances doit également être facilité au niveau intra-africain afin de stimuler la transformation des matières premières en produits à plus forte valeur ajoutée, et d'utiliser l'expertise existante sur le continent.
2. **Améliorer la durabilité et appuyer la transition verte :**
 - ✓ **Sensibiliser les producteurs de textiles et de vêtements et renforcer leurs capacités en matière de durabilité.** Cela concerne surtout le respect des normes de travail, les pratiques de fabrication ayant un impact moindre sur l'environnement et sur les bonnes pratiques liées à la traçabilité et à la diligence raisonnable en matière de critères ESG.
 - ✓ **Encourager la production et l'utilisation de coton produit de manière durable.** Environ la moitié du coton africain est déjà produit de manière durable et labellisé comme coton privilégié en vertu de la norme de l'Initiative pour un meilleur coton ou du label « Cotton Made in Africa ».
 - ✓ **Fournir des incitations pour encourager les investissements dans des technologies améliorées et des installations plus écologiques afin de réduire l'utilisation de l'eau et de produits chimiques dans la production de textiles et de vêtements.** (Par exemple, au moyen d'avantages fiscaux et d'un accès à des financements abordables).
 - ✓ **Améliorer les infrastructures auxiliaires plus larges nécessaires à une production plus écologique et à la circularité.** Cette mesure concerne les systèmes de recyclage et les infrastructures de traitement de l'eau et d'élimination des déchets dangereux.
 - ✓ **Créer des instruments financiers spécifiques pour aider les entreprises, et en particulier les MPME, à obtenir des certifications de qualité et de durabilité propres au secteur,** tels que la Norme mondiale du textile biologique (GOTS), celle de l'organisation Worldwide Responsible Accredited Production (Production responsable mondiale accréditée, WRAP) et celle de OEKO-TEX.
 - ✓ **Sensibiliser les principaux marchés en Afrique et en dehors à l'empreinte environnementale relativement faible de la production de coton en Afrique.** L'utilisation limitée de pesticides, d'engrais et d'eau d'irrigation constitue un avantage compétitif qu'il s'agit de mettre en avant⁸. L'investissement dans la production de textiles écologiques doit également être encouragé, afin de construire une chaîne d'approvisionnement globale verte, du coton aux vêtements.
3. **Améliorer les systèmes de traçabilité et les infrastructures d'évaluation de la conformité à proximité des zones de production du coton, en particulier dans les PMA.** La transparence et avec elle la prévisibilité de la durée et du coût du processus de certification doit être améliorée, les coûts et les délais devant être réduits dans la mesure du possible.
4. **Améliorer la disponibilité à l'échelle du continent des informations spécifiques au secteur, en particulier sur les fournisseurs régionaux.** Les coordonnées des entreprises figurant dans les outils existants, tels que le Global Trade Helpdesk (Bureau mondial d'assistance commerciale), pourraient servir de base à cet effet, et être éventuellement élargies pour améliorer davantage la couverture.
5. **Intensifier les efforts pour créer des réseaux commerciaux entre les pays et les sous-régions.** Des échanges interentreprises (B2B) et des foires commerciales peuvent aider à atteindre cet objectif. Les foires commerciales continentales existantes, telles qu'Origin Africa, doivent être promues et la participation des petites entreprises à ces foires facilitées, par exemple au moyen de modèles de partage des coûts et de conseils préparatoires sur les réunions acheteur-vendeur et les processus de suivi.
6. **Renforcer l'infrastructure d'appui aux entreprises pour les participants à la chaîne de valeur.** Les associations commerciales régionales doivent être renforcées à plusieurs titres : d'abord en matière d'informations sur les marchés, les études de marché et les foires commerciales ; ensuite en capacités d'identification des opportunités commerciales et de partenaires potentiels ; enfin en ressources afin de sensibiliser et d'orienter vers d'autres sources d'informations relatives au commerce, telles que l'Observatoire africain du commerce.

« Comme nous voulons tendre vers le 'zéro déchet en décharge', il nous faut investir dans la R&D pour trouver autant d'options que possible pour les différents types de déchets que nous produisons. Les subventions à la recherche nous aident à le faire. Sans elles, il serait difficile de trouver les ressources car nous sommes encore une très petite entreprise et nous devons nous concentrer sur les activités quotidiennes. »

En outre, au niveau national :

7. **Procéder à un examen critique de la législation relative aux vêtements d'occasion importés.** Cet examen doit permettre de réduire les problèmes environnementaux et sanitaires liés aux produits de mauvaise qualité importés (selon les rapports, jusqu'à 90 % d'entre eux finissent en déchets). Plusieurs options sont possibles : des restrictions à l'importation ; une application efficace des normes de qualité et des exigences en matière de documentation et de traçabilité ; une coopération avec les pays exportateurs pour limiter les expéditions de produits de seconde main inadaptés ; et un appui à la création d'un secteur d'activité innovant axé sur le recyclage des vêtements de seconde main, tout en ajoutant de la valeur au processus de recyclage.

Il est recommandé que les pays échangent les bonnes pratiques en la matière afin de s'attaquer au problème en tenant compte à la fois de la pression concurrentielle qu'il exerce sur les producteurs nationaux, et du pouvoir d'achat limité qui alimente la demande de ces vêtements.

8. **Accroître la compétitivité internationale des MPME dans le secteur du textile et de l'habillement en développant le savoir-faire et les compétences sur les activités de préproduction et de post-production.** Ces connaissances et compétences sont indispensables pour assurer la qualité exigée par les clients africains et extra-africains. Leur renforcement doit se faire en collaboration avec les marques et les détaillants africains et occidentaux qui souhaitent s'approvisionner en Afrique.
9. **Mettre en place et appuyer financièrement des programmes de formation en alternance.** Cette alternance doit combiner des formations en école professionnelle ou des études universitaires avec des expériences pratiques en entreprise. L'objectif est d'améliorer la disponibilité de personnel qualifié et spécialisé. Ces programmes de formation en gestion et commerce doivent inclure en particulier les domaines suivants : le principe de production allégée, l'approvisionnement en matériaux, la conception et le développement de produits, l'analyse de marché, les stratégies commerciales et de segmentation du marché, le marketing, les compétences numériques, la présence en ligne et les médias sociaux, le commerce électronique et la gestion logistique.

La disponibilité de cours dédiés aux entrepreneurs sur ces sujets doit être accrue. Les liens entre le milieu universitaire et l'industrie du textile et de l'habillement doivent être établis, s'ils n'existent pas encore, et développés dans tous les cas, afin de veiller à ce que les programmes d'études et les méthodes d'apprentissage soient adaptés aux besoins de l'industrie.



Faire revenir l'Angola au cœur du textile

L'Angola tente de reconquérir son ancienne position de premier producteur africain de textiles.

Daniel Pires a de grandes ambitions pour l'industrie de la mode en Angola. Depuis sa base à Luanda, il travaille au développement d'une usine de vêtements utilisant des intrants exclusivement africains et des modèles locaux originaux.

Il explique : « Nous voulons construire une chaîne de valeur locale solide. Nous avons de bons stylistes en Angola et nous avons trouvé des fournisseurs de haute qualité en Afrique. Nous négocions avec des producteurs de coton biologique ougandais et d'autres fournisseurs africains de vêtements, de fils et de textiles. »

Cela n'a pas été facile, surtout que de nombreux pays luttent encore pour se remettre de la pandémie. La lenteur de la reprise économique a ralenti les discussions avec les investisseurs potentiels, explique M. Pires, qui envisage à terme une production d'un million de vêtements par an. « Aujourd'hui, même le samakaka, un tissu traditionnel angolais, est produit en dehors du pays par manque d'usines pour le faire ici. Cette réalité doit changer. »

Vers un taux de 100 % de produits « Fabriqués en Afrique »

M. Pires affirme que son usine située dans la banlieue de Luanda commencera à produire des T-shirts et des polos 100 % « Fabriqués en Afrique » d'ici la fin de l'année. Il prédit que cela déclenchera un afflux d'investisseurs.

Mais ses projets ne s'arrêtent pas là. M. Pires espère à terme réussir à l'échelle nationale en construisant un réseau de 18 usines de vêtements, en utilisant du coton angolais et des tissus produits localement. Le développement des capacités de la main-d'œuvre est crucial pour l'avenir durable de l'industrie textile – et le succès de son réseau d'usines. Il prévoit donc de proposer des formations aux travailleurs et aux cadres potentiels en dehors de la capitale du pays.

Selon M. Pires, l'une des raisons pour lesquelles l'Angola compte aussi peu d'usines textiles réside dans la réticence des banques locales à offrir des crédits aux petits entrepreneurs. « Même avec un plan commercial solide, il est très difficile d'accéder aux financements et aux investissements », explique-t-il. « Il est également extrêmement difficile de satisfaire aux exigences en matière de garanties. Malheureusement, il y a un manque de politiques de crédit pour les petites entreprises et les entreprises familiales. »

L'Angola était autrefois l'un des plus grands producteurs de coton d'Afrique. Les champs de coton du pays ont été dévastés pendant la guerre civile qui a duré plusieurs décennies. Aujourd'hui, son industrie du textile et de l'habillement dépend largement des matières premières provenant d'Asie ou d'Europe.

Pourtant, l'industrie textile connaît une sorte de renaissance. Trois usines textiles ont une capacité installée pour produire plus de 10 millions de mètres de tissu et 18 millions de vêtements par an, et le gouvernement angolais s'efforce d'attirer des investissements privés dans le secteur.

Ces trois usines produisent des nappes, des draps, des pantalons, des chemises et, surtout, des uniformes pour le gouvernement. Considérant cela comme un bon point de départ, M. Pires pense néanmoins que les entrepreneurs de la mode en Angola devraient viser plus haut.

« Je suis assez optimiste. Je crois au potentiel de l'Angola et de ses partenaires africains. Notre secteur fait preuve de beaucoup de volonté pour s'unir et s'intégrer. Nous avons le potentiel pour redevenir un acteur majeur de l'industrie textile. »



Daniel Pires

Entrepreneur
de la mode

Centre d'affaires
Tussole, Angola



Donner une seconde vie aux vêtements et aux tissus

Les vêtements de seconde main et les déchets textiles sont recyclés et transformés dans le cadre de la « culture de la réparation » à Maurice.

Meenakshee Kuntz fait bien plus que simplement vendre des chemises, des jupes et des chaussettes usagées dans ses magasins de vêtements d'occasion à l'île Maurice. Elle souscrit pleinement au proverbe selon lequel « la poubelle d'une personne est le trésor d'une autre », et s'efforce d'atteindre l'objectif zéro déchet.

Meenakshee Kuntz

Propriétaire, The Good Shop

Maurice

L'industrie textile mondiale a un impact majeur sur l'environnement, ses processus de production générant des émissions de gaz à effet de serre et d'environ 20 % de la pollution de l'eau, sans compter la mise en décharge des produits usagés (Parlement européen, 2020). C'est pourquoi le recyclage environnemental est l'un des trois objectifs du modèle d'entreprise de Mme Kuntz – les deux autres étant l'inclusion de la main-d'œuvre et l'appui à l'éducation dans les communautés locales.

« Nous sommes la plus grande plateforme de tri et de traitement des vêtements donnés sur l'île », déclare Mme Kuntz, qui travaille avec une cinquantaine d'organisations non gouvernementales. « Nous croyons en la préservation des ressources naturelles. Ce que les autres considèrent comme des 'déchets', nous les voyons comme des 'ressources'. Nous voulons montrer qu'il est possible de créer des pièces textiles fabriquées localement en réutilisant les restes de matériaux. »

Promouvoir une économie circulaire, renforcer les compétences, réduire les importations

Elle souligne également un autre avantage d'investir dans les textiles d'occasion : « La transformation des déchets en nouvelle matière première et le recyclage des produits nous permettent d'être moins dépendants des importations. »

Inspirée par les boutiques de seconde main telles qu'Emmaüs en France, son entreprise The Good Shop vend des vêtements donnés via deux magasins. Ce pilier de l'activité de l'entreprise est également l'un des principaux défis, car les flux d'approvisionnement dépendent de la disponibilité des donateurs. Un autre problème est que de nombreux articles ne sont pas en bon état – un obstacle qui a poussé Kuntz à innover et à développer une nouvelle approche.

Elle raconte : « De spécialistes des dons, nous sommes devenus des spécialistes de la transformation. Nous avons commencé à réparer les dons (vêtements et meubles) qui ne pouvaient pas être vendus en l'état. Cette transformation consiste à démonter les déchets textiles et les autres dons, à les classer en différentes catégories, puis à créer de nouveaux articles avec des 'matériaux non extraits de la nature'. »

« Nous avons créé des stations de réparation dans nos magasins, et prévoyons d'en ouvrir dans les centres d'affaires et les bureaux », ajoute-t-elle. « Nous sommes fiers de promouvoir la 'culture de la réparation' à Maurice, tout en impliquant la communauté. »

Trouver du personnel qualifié pour effectuer ces tâches a été un défi. Elle explique : « Il faut beaucoup de temps et de ressources pour conseiller, perfectionner, améliorer et maintenir des normes élevées, et en même temps nous devons aussi faire preuve de productivité, de qualité et de performance pour que notre modèle reste viable ». Pour appuyer les communautés locales, les entreprises embauchent et forment des personnes qui ont du mal à trouver un emploi, comme des hommes et des femmes handicapés et des travailleurs sans éducation formelle. Les magasins utilisent également une partie de leurs revenus pour financer des bourses d'études pour les enfants.

Grâce à ces deux boutiques, quelque 7 500 articles réintègrent l'économie chaque mois. Mme Kuntz espère atteindre les 10 000 par mois d'ici la fin 2022. Depuis sa création en 2018, l'entreprise a prolongé la durée de vie de plus de 120 000 produits, notamment des vêtements et autres textiles, ainsi que des meubles et des articles de décoration intérieure. « Nous avons fait évoluer notre modèle d'économie circulaire », en construisant un écosystème « d'entités alignées sur la vision et la valeur, axées sur le changement de l'empreinte environnementale, et en aidant à construire des chaînes de valeur locales innovantes. »

C'est un modèle que d'autres peuvent reproduire car « il y a de la place pour faire plus », conclut-elle.





Investir dans la mode locale, c'est investir dans l'avenir

La mode est l'avenir de l'Afrique, affirme un jeune créateur ghanéen qui se concentre sur les tissus traditionnels et la durabilité.

Il est temps pour les Africains d'investir dans la mode produite localement au lieu d'importer des textiles étrangers bon marché. Voilà le mot d'ordre d'Elliot Lartey, fondateur et directeur créatif de Two Cedi, une entreprise de mode basée à Accra. Les petites entreprises textiles en Afrique peuvent être à la fois durables et écologiques, dit-il, mais « nous avons besoin de plus d'appuis et d'investissements ».

Elliot Lartey

Fondateur, Two Cedi

Ghana

Ses études dans une école de mode achevées, la création de sa propre marque était une étape naturelle dans la carrière de M. Lartey. Il souhaitait créer une entreprise qui mette la mode africaine à l'honneur, en combinant les tissus traditionnels, les tendances de la mode urbaine et les préoccupations environnementales. « Au début, j'ai utilisé des textiles d'occasion provenant des États-Unis et d'Europe », explique-t-il. « J'ai également cherché des matériaux et des intrants dans les décharges de vêtements, en particulier le denim que je pouvais recycler. »

Aujourd'hui, la marque de mode ghanéenne Two Cedi, qui existe depuis neuf ans déjà, mélange des intrants recyclés et des intrants neufs et durables. « Nous nous adaptons en permanence aux nouvelles tendances du marché. Notre équipe créative propose toujours de nouvelles idées et de nouveaux matériaux. »

Afin de préserver la durabilité de l'entreprise, M. Lartey s'approvisionne principalement auprès de fournisseurs locaux et africains, à l'exemple des imprimés en cire des pays voisins, le Sénégal et le Niger. « Nos consommateurs sont fiers d'utiliser des vêtements et des accessoires originaux fabriqués au Ghana. Savoir que tout est produit localement, fait à la main et dans le respect de l'environnement fait une énorme différence lors de la vente, que ce soit ici ou à l'export ».

Les entrepreneurs ont besoin d'appui pour accéder au crédit

Environ la moitié de la production de Two Cedi est exportée via sa plateforme de commerce électronique. Ses principaux marchés étrangers sont les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Afrique du Sud, l'Allemagne et la France. « Nous nous reposons beaucoup sur la diaspora ghanéenne. Notre présence lors d'événements culturels en Europe contribue également à augmenter nos exportations. Nous aimerions exporter davantage vers les pays africains mais, malheureusement, il est plus facile et moins cher d'expédier nos produits en Allemagne qu'au Nigéria. »

Comme beaucoup d'autres jeunes entrepreneurs africains, M. Lartey a du mal à accéder au crédit. Il a lancé Two Cedi avec son propre capital et l'argent de ses amis qui l'ont également aidé à concevoir un plan commercial. Malgré le succès de la marque, il peine à trouver les investissements dont il a besoin pour se développer – principalement à cause de la pandémie de COVID-19.

Il raconte : « Nous avons des plans solides jusqu'à l'arrivée de la pandémie de COVID-19. Mais en raison des incertitudes qu'elle a générées, nous avons dû ralentir nos plans. L'accès au crédit est devenu plus difficile, et de nombreux investisseurs ne s'intéressent pas aux entreprises locales. C'est un énorme problème, car les coûts de production ont grimpé en flèche avec la pandémie. Le prix est cinq fois plus élevé pour certains articles, comme les fermetures éclair. »

Pourtant, M. Lartey n'a pas renoncé à son rêve de stimuler à la fois les exportations et l'échelle de production – tout en formant la jeunesse locale ! « Les écoles de mode sont trop chères au Ghana. Nous devons offrir une chance aux jeunes talents, leur enseigner de nouvelles compétences. Je suis convaincu que la mode est l'avenir de l'Afrique. »





CHAPITRE 7

ALIMENTS POUR NOURRISSONS : DÉMARRER PAR UNE NUTRITION ADÉQUATE

Le marché croissant de l'alimentation infantile	66
Défis spécifiques au secteur	67
Recommandations	69





CHAPITRE 7

ALIMENTS POUR NOURRISSONS : DÉMARRER PAR UNE NUTRITION ADÉQUATE



Note : La carte montre les fournisseurs potentiels d'intrants et d'extrants disposant d'un avantage comparatif ou d'un potentiel d'exportation de plus de \$10 millions. Les « préparations alimentaires pour nourrissons » font partie du « secteur des aliments transformés »

Le marché croissant de l'alimentation infantile

L'Afrique importe chaque année pour 570 millions d'euros de préparations alimentaires pour nourrissons. Ce montant devrait dépasser 1,1 milliard d'euros d'ici à 2026. Cette hausse attendue de la demande présente d'importantes opportunités d'investissement dans la chaîne de valeur de l'alimentation infantile en Afrique.

Les importations d'aliments pour bébés sont 10 fois supérieures aux exportations. Pourtant, le continent dispose, et en abondance, de fruits et légumes, de céréales et d'autres ingrédients utilisés dans les préparations alimentaires pour nourrissons, des produits agricoles souvent exportés sans transformation.

Les quelques entreprises africaines qui produisent des aliments pour nourrissons n'achètent actuellement que 16 % des intrants auprès de producteurs africains. Avec 39 fournisseurs compétitifs d'intrants et une valeur d'exportation de 14 milliards d'euros de produits non transformés au niveau continental, le développement de cette chaîne de valeur semble prometteur pour les investisseurs, les producteurs et les consommateurs.

Outre la réduction de la dépendance aux importations et l'augmentation de la valeur ajoutée locale, le renforcement de la chaîne de valeur au niveau continental pourrait générer des opportunités pour les PME et pour les femmes, dont la participation dans le secteur est élevée.

Sur le continent, 39 pays, dont 23 PMA, pourraient fournir des intrants utilisés dans la fabrication d'aliments pour nourrissons. Trois d'entre eux – Égypte, Ghana et Afrique du Sud – sont des exportateurs compétitifs d'aliments pour bébés.

NOTE IMPORTANTE :

Dans ce chapitre, les préparations alimentaires pour nourrissons désignent les aliments destinés aux enfants de moins de 3 ans. Les recommandations de cette section visent à appuyer la production régionale d'aliments pour bébés qui sont donnés en plus, et non à la place de l'allaitement (à moins que l'allaitement ne soit pas ou plus possible). Selon l'Organisation mondiale de la santé, l'allaitement dans l'heure qui suit la naissance, suivi de l'allaitement exclusif pendant six mois et de la poursuite de l'allaitement jusqu'à deux ans ou plus, constitue une puissante ligne de défense contre toutes les formes de malnutrition infantile.

Les défis et recommandations de ce chapitre se concentrent délibérément sur l'étape de transformation des aliments dans la chaîne de valeur, c'est-à-dire sur la production du produit fini à valeur ajoutée. Elles n'abordent pas les questions importantes liées à la production d'intrants agricoles, telles que la productivité, la qualité des produits agricoles, les questions liées aux pertes après récolte, etc.

Fort conviction du potentiel de développement de la chaîne de valeur régionale

Les producteurs d'aliments pour bébés interrogés confirment ce que montrent les données : **près de 80 % se déclarent optimistes quant au potentiel de développement de la chaîne de valeur des aliments pour nourrissons en Afrique**. Cet optimisme se fonde sur la demande croissante pour des aliments pour bébés fabriqués à partir d'ingrédients qui répondent aux préférences gustatives des parents. En plus d'être disponibles localement, ces ingrédients sont difficiles à trouver en dehors de l'Afrique. En outre, des produits fabriqués à partir d'ingrédients locaux répondront mieux aux besoins spécifiques des enfants africains, par exemple en ce qui concerne le contenu nutritif, essentiel pour lutter contre la malnutrition.

Concentration sur le marché intérieur

La plupart des entreprises (65 %) se concentrent actuellement uniquement sur le marché national, tant pour l'approvisionnement que pour la vente. Lorsqu'elles exportent, c'est en général au sein du continent. Seuls 20 % des entreprises génèrent des ventes au-delà du continent, souvent par des réseaux personnels (amis et membres de la famille à l'étranger) plutôt que par des canaux commerciaux formels.

L'approvisionnement auprès d'autres pays se limite généralement aux ingrédients non disponibles au niveau local, et pour lesquels il n'existe aucune alternative, par exemple les vitamines, les minéraux, le dextrose ou le lactose, ainsi qu'aux équipements et aux matériaux de conditionnement. Compte tenu de leur orientation vers le marché national, il n'est guère surprenant que la plupart des entreprises déclarent ne pas avoir bénéficié (ou avoir connaissance) des accords commerciaux existants, et de ne pas connaître la ZLECAf.

La plupart des entreprises d'aliments pour nourrissons sont de petite taille et dirigées par des femmes

Parmi les entreprises interrogées, 65 % sont dirigées ou détenues par une femme, un pourcentage nettement plus élevé que pour toute autre chaîne de valeur pilote. Dans la majorité des entreprises, les femmes représentent plus de la moitié de la main-d'œuvre.

DÉFIS SPÉCIFIQUES AU SECTEUR

1. **Très faible participation au commerce** en raison du manque d'informations sur la disponibilité des intrants, la demande du marché et les procédures commerciales. Les autres raisons sont les suivantes :

- ✓ **Du côté des exportations : des capacités de production limitées.** La plupart des entreprises ne sont pas en mesure de répondre à la demande intérieure, sans parler de l'expansion à l'étranger, en raison de l'accès limité au financement pour les équipements. En outre, la technologie nécessaire à la production d'aliments pour nourrissons fait également défaut : la déshydratation, le conditionnement spécialisé, l'obtention des certifications reconnues vis-à-vis des normes exigées par les marchés d'exportation.

Par ailleurs, les longues procédures d'exportation dues aux licences d'exportation, aux exigences d'enregistrement des produits et à l'inefficacité des processus de dédouanement représentent des obstacles commerciaux considérables, étant donné la durée de conservation relativement courte des aliments pour bébés.

- ✓ **Du côté des importations : le coût élevé et le manque de fiabilité de la logistique de transport, et des préoccupations en termes de qualité.** Le premier point concerne les processus de dédouanement ; le deuxième le manque de qualité des intrants en raison de la contamination par les aflatoxines, qui se traduit par un manque de confiance. Ces défis font de l'approvisionnement à l'étranger, en particulier pour les intrants périssables, une option non viable, surtout compte tenu de la petite échelle de la production actuelle.

La plupart des entreprises interrogées (86 %) déclarent être confrontées à des contraintes lorsqu'elles s'approvisionnent en intrants. En outre, de nombreuses entreprises estiment que l'approvisionnement serait encore plus difficile s'il impliquait le franchissement de frontières. Pourtant, la diversification de la base de fournisseurs, qu'elle soit locale ou internationale, pourrait contribuer à atténuer les problèmes posés par la saisonnalité des intrants et les fluctuations de prix qui en découlent.

« Les dates de péremption des produits alimentaires pour bébés sont fixées à 18 ou 24 mois. Les pharmacies n'acceptent pas les produits dont la date de péremption est inférieure à 12 mois. Or, il faut environ 4 mois pour que le produit arrive sur le marché, compte tenu des contrôles de la qualité et du temps d'expédition. Ainsi, à l'arrivée, les produits n'ont au mieux plus que 14 à 20 mois avant d'expirer, ce qui laisse aux pharmacies 2 à 8 mois maximum pour les vendre. »

2. **Manque de machines et d'équipements spécialisés en Afrique.** Il en résulte une dépendance vis-à-vis des importations en provenance d'autres continents. Le coût de l'importation de ces équipements, y compris les droits et taxes, l'inspection, l'expédition et l'installation, peut être important et souvent inabordable, en particulier pour les petites entreprises.

« Le laboratoire ne présente pas les principaux paramètres d'assurance de la qualité pour tester les produits bruts, intermédiaires et finis conformément aux exigences du marché. »

3. **Une confiance limitée dans les marques locales.** La demande de marques locales augmente, mais les entreprises font état d'une croyance répandue selon laquelle les produits alimentaires pour bébés provenant d'autres continents, notamment d'Europe, sont de meilleure qualité et donc plus fiables. Cela nuit à l'attractivité des marques locales, même lorsque leurs produits respectent des normes de production élevées et sont certifiés.

« L'analyse de la composition alimentaire telle que requise par le régulateur est très chère. Du coup, certains nutriments et leur valeur, comme la vitamine A et le zinc, n'apparaissent pas pour le moment sur l'étiquette. »

4. **Accès limité aux laboratoires et aux structures de test accrédités, et coût élevé des tests.** Une évaluation efficiente et fiable de la qualité et de la conformité est cruciale pour toutes les chaînes de valeur, mais elle est particulièrement cruciale pour garantir et signaler la sécurité des préparations alimentaires destinées aux nourrissons et aux jeunes enfants. Ainsi, la faiblesse des systèmes d'évaluation de la conformité dans de nombreux pays africains, l'absence d'harmonisation régionale des normes et des réglementations (en matière de durée de conservation, d'emballage et d'étiquetage), et l'absence de reconnaissance mutuelle des certifications, rendent le secteur particulièrement exposé.

« Se conformer à la réglementation sur l'étiquetage est coûteux. Les entreprises doivent payer 1 000 euros tous les six mois pour obtenir un cachet délivré par les autorités. Elles doivent également obtenir un certificat de l'organisme de normalisation attestant que les produits sont conformes aux normes d'exportation (c'est-à-dire qu'ils ne sont pas toxiques, etc.). Cette certification coûte 4 000 euros par an. »

5. **Manque de reconnaissance en tant que secteur.** Malgré l'importance du secteur en termes de potentiel de croissance, d'emploi des femmes, et de gestion des entreprises par des femmes, ainsi que sa contribution à la lutte contre la malnutrition des enfants, les producteurs d'aliments pour bébés déplorent le manque d'attention politique. En conséquence, les politiques, les stratégies, l'appui au développement et au financement du secteur, et l'investissement dans le secteur font défaut. Les entreprises signalent également l'inexistence d'associations professionnelles spécifiques au secteur pour appuyer les fabricants d'aliments pour nourrissons.

« Si j'ai besoin de financement pour mon entreprise, je dois parfois montrer mon certificat de mariage ! Accéder à des fonds et se lancer dans les affaires est un grand défi pour les femmes. »

« Un jour, j'aimerais que mes emballages soient compostables, car je répands encore beaucoup de plastique dans le monde. »

6. **Accès limité au financement, en particulier pour les entreprises dirigées par des femmes.** Le faible accès à des financements abordables, le coût élevé des prêts et la persistance de préjugés sexistes dans le processus sont communément signalés dans toutes les chaînes de valeur pilotes. Néanmoins, le secteur de l'alimentation infantile est particulièrement touché en raison de la forte présence de femmes en tant que propriétaires et gestionnaires d'entreprises.

« Nos équipes techniques ont besoin d'une formation intensive sur différentes compétences techniques et la technologie de transformation des aliments. »

7. **Manque de solutions d'emballage abordables, sûres, recyclables et respectueuses de l'environnement.** La disponibilité de matériaux d'emballage innovants est limitée au niveau local et leur approvisionnement à l'étranger est onéreux. Les systèmes de gestion des déchets sont inadéquats et les installations de recyclage pour les matériaux de conditionnement usagés, en particulier les plastiques, font défaut.

8. **Peu d'experts dans ce secteur.** L'embauche et la rétention de professionnels qualifiés tels que des nutritionnistes, des scientifiques de l'alimentation, des contrôleurs de la qualité et des ingénieurs constitue un défi, en particulier pour les micro, petites et moyennes entreprises du secteur. Les participants à la chaîne de valeur déplorent le manque d'opportunités de formation pratique pour les entrepreneurs et les travailleurs sur les exigences de qualité et les meilleures pratiques pour la transformation des aliments, mais aussi pour les compétences commerciales de base, comme le marketing et la comptabilité.

RECOMMANDATIONS

Pour libérer le potentiel de développement de la chaîne de valeur des aliments pour nourrissons, les recommandations intersectorielles des sections précédentes relatives à l'infrastructure d'évaluation de la qualité et de la conformité, à l'accès au financement, au transport et à la logistique, et aux processus de dédouanement sont essentielles. En outre, et spécifiquement pour ce secteur, il est recommandé de mener les actions suivantes :

1. **Élaborer une stratégie pour le développement du secteur aux niveaux national et régional.** Une attention particulière doit être accordée à tous les aspects pertinents, y compris la nécessité de mieux informer les consommateurs sur les avantages de l'allaitement maternel et de prévenir un marketing agressif visant à décourager l'allaitement maternel (conformément au Code international de commercialisation des substituts du lait maternel). La stratégie doit viser à développer la chaîne de valeur pour compléter l'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants lorsque cela est nécessaire. L'alimentation infantile doit être considérée comme un secteur distinct dans les stratégies commerciales.
2. **Créer des associations dédiées au secteur qui peuvent apporter un appui sur mesure aux petits et moyens fabricants d'aliments pour nourrissons** et aux entreprises dirigées par des femmes, par exemple par le plaidoyer et le renforcement des capacités. Les associations des différents pays doivent se relier pour favoriser le partage d'informations et des bonnes pratiques, l'échange d'expériences et les liens commerciaux internationaux.
3. **Investir le long de la chaîne de valeur**, notamment aux niveaux suivants :
 - ✓ *Au niveau de la production d'intrants agricoles* : Investir dans les équipements et la formation pour garantir une production de haute qualité conforme aux réglementations en matière de sécurité alimentaire, aux normes et aux meilleures pratiques internationales et aux certifications connexes reconnues au niveau international, telles que les Bonnes pratiques agricoles et le Système d'analyse des risques et de maîtrise des points critiques. Les pratiques agricoles durables doivent être promues, ainsi que la production de produits biologiques, et des formations organisées en ce sens.
 - ✓ *Au niveau de la transformation des aliments* : Appuyer l'accès aux équipements telles que les moulins à maïs, les machines à broyer ou les équipements de déshydratation, ainsi que le savoir-faire opérationnel associé dont les entreprises ont besoin pour automatiser la fabrication et augmenter la production. La coopération entre les entreprises et les universités doit être facilitée afin de faire progresser la R&D, notamment en ce qui concerne les nouvelles recettes et l'optimisation de la teneur en nutriments, les solutions de conditionnement durables ainsi que les techniques de production réduisant au minimum la consommation d'eau et les déchets alimentaires ou autres. Des investissements dans la fourniture de conditionnements adéquats pour les produits alimentaires pour nourrissons devront être effectués.
 - ✓ *Au niveau national* : Investir dans des systèmes de gestion des déchets et des infrastructures de recyclage (par exemple, pour l'élimination et le recyclage des matériaux de conditionnement). L'utilisation de matériaux de conditionnement non recyclables devra être découragée. La disponibilité d'installations de stockage et de transport adéquates pour les denrées périssables demande à être améliorée, y compris des installations de réfrigération aux douanes.
 - ✓ *Au niveau continental* : Évaluer la possibilité de développer davantage la production des machines nécessaires au secteur agricole et de la transformation alimentaire (développement de la chaîne de valeur), afin de réduire la dépendance à l'égard des importations en provenance d'autres continents et les coûts élevés qui les accompagnent.
4. **Améliorer la disponibilité d'informations opportunes** sur la disponibilité d'intrants de haute qualité (certifiés) sur le continent et la faire connaître, afin de faciliter l'approvisionnement au-delà des frontières. La disponibilité ou la couverture des outils de suivi des prix devra être améliorée. Le secteur privé devra être informé de la disponibilité des informations essentielles sur le marché, telles que les exigences en matière d'étiquetage et de conditionnement, par exemple auprès de l'Observatoire africain du commerce.
5. **Appuyer et renforcer les efforts déployés au niveau continental et dans tous les secteurs pour harmoniser les normes et reconnaître les certifications d'évaluation de la conformité** en Afrique. Dans le cas des aliments pour nourrissons, les principales normes concernent l'enregistrement des produits, les exigences en matière d'octroi de licence pour les entreprises, celles en matière de conditionnement et d'étiquetage, ainsi que les limites de tolérance pour les contaminants.



D'informaticienne à « maman en chef » des aliments pour bébés

De plus en plus de Nigériens souhaitent nourrir leurs enfants avec des aliments naturels, authentiques et adaptés à leurs habitudes alimentaires.

Seun Sangoleye travaillait comme informaticienne lorsqu'elle a découvert que son nourrisson ne voulait pas du lait maternisé importé et d'autres aliments transformés. Elle a donc créé une entreprise d'alimentation pour bébés appelée BabyGrubz, qui utilise des ingrédients naturels locaux, et propose des aliments basés sur des recettes

traditionnelles nigérianes.

Seun Sangoleye

Présidente-directrice générale, BabyGrubz

Nigéria

« Je n'avais aucune formation en cuisine, mais j'ai toujours été gourmande », avoue-t-elle, avant d'ajouter que d'autres mères étaient confrontées au même rejet de la part de leur bébé des préparations importées. « Je voulais que mon fils et les autres enfants de mon pays aient accès à nos aliments locaux, si riches en saveurs et en nutriments. »

Elle a donc commencé par proposer des recettes et des conseils nutritionnels sur les médias sociaux. La popularité de ce marketing spontané de bouche à oreille l'a encouragée à lancer sa propre marque d'aliments pour bébés. En moins d'une décennie, Sangoleye est devenue une entrepreneure à succès qui préfère se qualifier de maman en chef plutôt que de chef d'entreprise.

Infrastructure : premier obstacle

« Ma marque utilise du riz, des patates douces, du poisson, des haricots et d'autres produits locaux – 100 % de nos ingrédients sont produits et transformés au Nigéria », explique Mme Sangoleye.

BabyGrubz produit deux tonnes d'aliments par mois et vise à atteindre 20 tonnes par mois d'ici 2025. Elle précise : « Nous voulons augmenter notre participation sur le marché national. Nous aimerions également exporter vers les pays voisins car nous avons reçu de nombreuses demandes, notamment du Togo. Nous voulons devenir une entreprise multinationale basée en Afrique. »

L'augmentation de la production est toutefois délicate, les problèmes d'infrastructure constituant le principal obstacle à l'expansion. « La logistique pour acheminer les produits dans tout le pays est très difficile. Nous devons également faire face aux pénuries d'électricité. Pour éviter d'interrompre la production, nous utilisons des générateurs fonctionnant au diesel, ce qui augmente nos coûts. »

Comme tant d'entrepreneurs africains, Mme Sangoleye peine également à obtenir des fonds pour acheter de meilleures machines et équipements. « L'appui financier est un problème, mais ces besoins de financement seraient nettement moins importants si nous avions de meilleures infrastructures et moins d'impôts », note-t-elle. La crise liée à la COVID-19 a également eu un impact sur BabyGrubz, qui a dû réduire ses effectifs et licencier du personnel pendant la pandémie. Mais alors que l'entreprise est en pleine reprise, des plans sont préparés pour embaucher davantage d'employés dans les mois à venir – en particulier des femmes, qui représentent 95 % du personnel de l'entreprise.

Mme Sangoleye est optimiste quant aux perspectives de son entreprise et à sa capacité à innover. « Une de nos forces est notre capacité à anticiper les tendances de consommation et à offrir à notre public exactement ce dont il a besoin. Nous disposons d'une solide équipe d'étude de marché et d'innovation. Nous avons également accès à des matières premières de haute qualité, ce qui nous a permis de développer une ligne adaptée aux bébés prématurés et des lignes avec des vitamines renforcées pour lutter contre la malnutrition. »

Elle espère également que la zone de libre-échange continentale africaine apportera des avantages à BabyGrubz. « J'aimerais vendre mes produits en Afrique du Sud, au Ghana et au Kenya, par exemple », dit-elle. « Et j'aimerais avoir un meilleur réseau avec les fournisseurs du Niger, car je souhaite utiliser des dattes de ce pays dans mes recettes. Je pense que cet accord commercial peut changer la donne et stimuler nos transactions internationales. »





Fabricants d'aliments pour nourrissons : « Nous avons de l'or entre nos mains. »

La demande d'aliments pour nourrissons produits localement avec des ingrédients et des recettes africains est en hausse.

L'absence de céréales pour nourrissons au Cameroun a incité Pascaline Nenda à créer sa propre entreprise d'aliments pour bébés en 2013, en se basant sur les saveurs et les ingrédients locaux. Selon elle, les fabricants africains d'aliments pour nourrissons ont un avantage sur les producteurs étrangers, car ils comprennent les habitudes alimentaires locales et sont moins chers que les aliments pour bébés importés.

Pascaline Nenda

Propriétaire, Lemana
Cameroun

« Nous avons un avantage que les produits importés d'autres continents n'ont pas », déclare Mme Nenda. « Nous avons déjà de l'or entre nos mains. Sur le continent africain, nous avons diversifié les farines digestives sans gluten. Je voulais également réduire la dépendance aux importations de céréales instantanées. Ces produits importés sont très chers quand on considère le pouvoir d'achat des populations rurales et vulnérables du Cameroun. »

Les céréales instantanées Blesolac de son entreprise utilisent un mélange de matières premières à base de soja fabriquées au Cameroun. L'ensemble du processus de fabrication se déroule dans le pays. Bien que les céréales contiennent également du blé et du lait en poudre importés, Mme Nenda essaie de tisser des liens commerciaux avec les exportateurs de lait africains. Elle augmente aussi progressivement la part des intrants fournis par des partenaires camerounais ou africains, ce qui pourrait réduire les coûts pour les consommateurs.

Mme Nenda ajoute encore : « La demande pour de tels produits est en pleine croissance. De nombreux consommateurs des pays africains comprennent qu'il est très important de consommer localement. Cela crée des emplois tout en conservant la valeur ajoutée locale. »

La valeur des ingrédients et des recettes africains

M^{me} Nenda a suivi des cours de transformation alimentaire pour améliorer la qualité de ses céréales. La formation a également suscité de nouvelles idées, comme le remplacement du lait de vache par du lait de soja, et le développement de méthodes de production innovantes pour utiliser le sucre des dattes cultivées dans le nord du Cameroun. Elle a récemment lancé une ligne de purée de fruits à base de mangues, de papayes et de bananes produites localement.

Elle a dû faire face à son lot d'obstacles, notamment en matière d'accès au crédit. « Au Cameroun, le petit entrepreneur se bat seul. Mon entreprise a besoin d'équipements plus sophistiqués pour répondre aux demandes du marché et faire face à la concurrence des marques importées. Nous devons encourager les banques à financer les entreprises à potentiel dans ce secteur. »

La zone de libre-échange continentale africaine crée des opportunités pour les propriétaires d'entreprises sur tout le continent, affirme Mme Nenda, qui s'attend à ce que sa propre entreprise bénéficie de l'essor du commerce et de la suppression des barrières promis par l'accord commercial.

« Nous devons rendre le libre-échange entre les pays totalement disponible et facile », dit-elle. « Par exemple, mon produit, qui se vend à 1 000 francs CFA (1,50 dollar) au Cameroun, est vendu plus cher au Congo en raison des droits de douane et du coût du transport, ce qui augmente le prix de vente final. »

La popularité de la gamme de céréales Blesolac auprès des consommateurs africains alimente l'enthousiasme de Mme Nenda, qui songe à investir dans la transformation alimentaire « Fabriquée en Afrique ». Elle pense qu'il est possible de faire évoluer l'état d'esprit des marchés : « Nous avons la possibilité non seulement de varier le régime alimentaire de nos enfants, mais aussi de promouvoir une nouvelle éducation en matière d'alimentation infantile. »

Mme Nenda aimerait que davantage de femmes entrepreneures investissent dans leurs idées, estimant qu'il est regrettable que « peu de femmes osent ». Au Cameroun, ajoute-t-elle, la formation et l'appui pourraient créer une nouvelle génération d'entreprises d'aliments pour nourrissons, dirigées par des femmes.





CHAPITRE 8

AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE DES FEMMES

De meilleures données pour stimuler l'inclusion.....	74
Les femmes face aux contraintes juridiques et aux biais culturels	76

CHAPITRE 8

AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE DES FEMMES

De meilleures données pour stimuler l'inclusion

La ZLECAf offre une excellente opportunité de renforcer le rôle des femmes dans l'économie africaine. Bien que la participation des femmes dans l'économie informelle soit importante, elles ont des niveaux d'emploi plus faibles dans l'économie formelle, et des positions de cadre bien moins nombreuses dans les entreprises.

Les données sur la participation des femmes à l'économie africaine sont limitées – que ce soit dans les secteurs formel ou informel. Des données adéquates et systématiques, ventilées par sexe, sont essentielles pour que les gouvernements et les OAE puissent suivre les progrès de la condition des femmes et donner de la visibilité à leurs préoccupations.

Pour combler cette lacune, l'ITC collecte systématiquement dans le cadre de ses enquêtes commerciales des données sur l'emploi et le leadership des femmes dans les entreprises. Les deux initiatives d'enquête qui servent de base à ce rapport suivent ce principe : (i) les enquêtes représentatives des exportateurs et des importateurs sur les obstacles au commerce liés aux MNT offrent un aperçu de la participation des femmes au commerce ; et (ii) l'enquête dédiée aux entreprises le long des quatre chaînes de valeur pilotes (entreprises commerciales et non commerciales).

Participation des femmes au commerce

Les résultats des enquêtes commerciales sur les NTM menées dans 22 pays africains, couvrant près de 10 000 entreprises et représentatives par secteur d'exportation, montrent une faible participation des femmes dans les entreprises engagées dans le commerce international. En moyenne, les femmes représentent 28 % de la main-d'œuvre des entreprises commerciales.

Des variations notables peuvent toutefois être relevées entre les pays et les régions. Par exemple, 23 % des entreprises d'Afrique du Nord emploient plus de femmes que d'hommes, contre 33 % en Afrique de l'Est et 57 % en Afrique australe. Il existe également de fortes variations entre les secteurs, avec des taux d'emploi féminin très élevés dans les entreprises qui font le commerce de l'habillement et du textile, contre des taux beaucoup plus faibles dans le secteur des produits chimiques ou des équipements de transport.

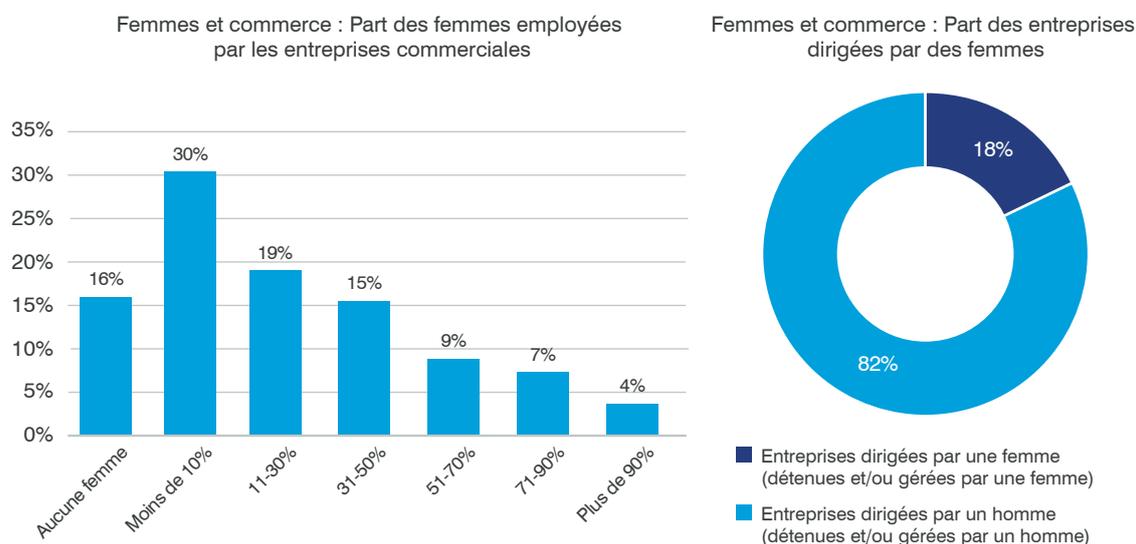
Sur l'ensemble du continent, 16 % des exportateurs et importateurs ne comptent aucune femme dans leur personnel, et dans 30 % des entreprises, moins d'un employé sur dix est une femme. À l'autre extrême, 4 % des entreprises ont une main-d'œuvre presque entièrement féminine (avec plus de 90 % de femmes).

Les femmes détiennent ou gèrent seulement 18 % des entreprises commerciales en Afrique

L'entrepreneuriat des femmes varie également considérablement au sein des régions et entre elles. Au niveau continental, seuls 18 % des entreprises commerciales sont dirigées par des femmes – c'est-à-dire détenues ou gérées par une femme. L'entrepreneuriat féminin est le plus élevé dans les pays d'Afrique australe (36 %), suivis par l'Afrique de l'Est (23 %) et l'Afrique du Nord (18 %). Les entreprises commerciales détenues et gérées par des femmes sont plus rares en Afrique de l'Ouest (15 %), certains pays n'affichant qu'un taux de 6 %, parfois même de 3 %.

Peu de femmes travaillent dans le secteur automobile, mais beaucoup dans ceux de l'habillement et de l'alimentation pour nourrissons

Figure 20 Les femmes demeurent sous-représentées dans les entreprises africaines



Source : Enquête auprès des entreprises sur les MNT de l'ITC menée en Afrique

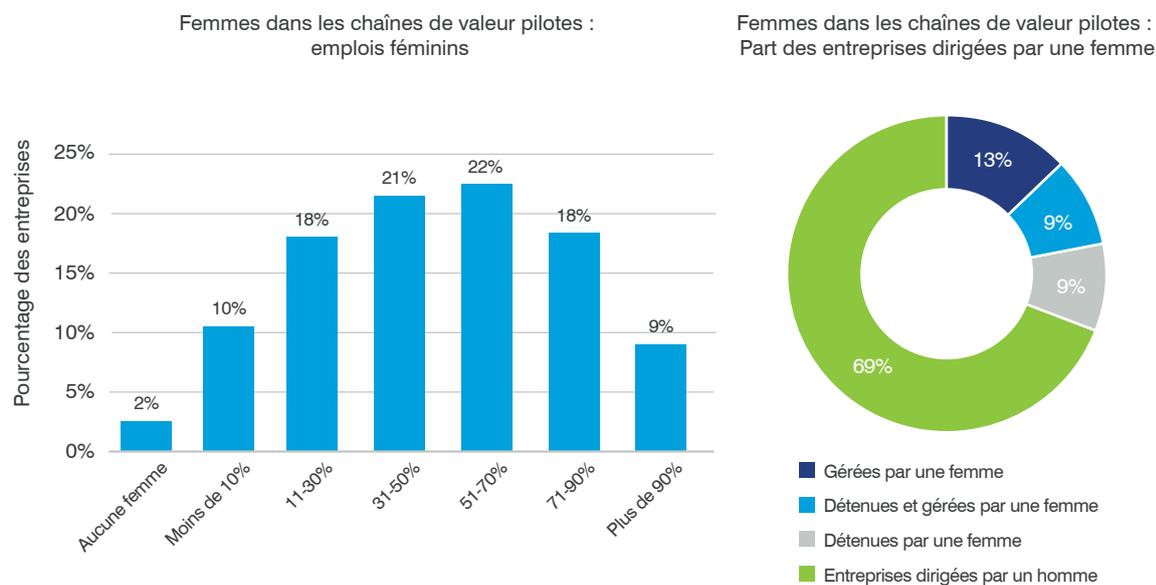
L'examen des entreprises interrogées le long des quatre chaînes pilotes, qui comprennent à la fois des entreprises commerciales et non commerciales, montre que la main-d'œuvre de l'entreprise médiane est composée de 40 % à 50 % de femmes. Dans 12 % des entreprises, moins de 10 % des employés sont des femmes, et 2 % des entreprises n'emploient aucune femme. Les secteurs d'intérêt influencent fortement les résultats, qui sont susceptibles de changer lorsque des chaînes de valeur supplémentaires sont ajoutées au diagnostic.

L'emploi des femmes est particulièrement faible dans la chaîne de valeur de l'automobile. Bien que les entreprises de ce secteur soient connues pour être de gros employeurs, le nombre de femmes est nettement plus faible que dans les autres secteurs. Pour un tiers des entreprises interrogées dans cette chaîne de valeur, moins de 10 % des travailleurs sont des femmes – et parmi ces entreprises, 7 % n'emploient aucune femme.

En revanche, la chaîne de valeur de l'habillement en coton compte une importante main-d'œuvre féminine. Plus de 73 % des entreprises de ce secteur emploient plus de femmes que d'hommes. En moyenne, 63 % de la main-d'œuvre du secteur de l'habillement est féminine. De même, les femmes représentent environ la moitié de la main-d'œuvre dans les chaînes de valeur alimentaire et pharmaceutique.

En termes de propriété ou de gestion, les hommes dominent largement les entreprises africaines dans les quatre chaînes de valeur pilotes. Les femmes ne détiennent ou ne gèrent que 30 % des entreprises interrogées. Dans le secteur automobile, près de 90 % des entreprises sont exclusivement dirigées par des hommes, le propriétaire (ou la majorité des propriétaires pour les grandes entreprises) et le gestionnaire étant des hommes. Parmi les quatre secteurs, celui de l'alimentation pour nourrissons se démarque avec 65 % des entreprises dirigées par des femmes.

Figure 21 Les femmes dans les quatre chaînes de valeur pilotes



Source : Enquête de l'ITC sur les quatre chaînes de valeur en Afrique

Les femmes face aux contraintes juridiques et aux biais culturels

Les enquêtes de l'ITC sur les entreprises montrent que les femmes sont généralement sous-représentées dans les entreprises africaines, tant comme employées que cheffes d'entreprise. Il est donc primordial de faire en sorte que la ZLECAf fonctionne pour les femmes et d'accorder une attention particulière à l'inclusivité lorsqu'il s'agit de développer des chaînes de valeur continentales. La conclusion de la ZLECAf et l'élaboration en cours des stratégies de mise en œuvre offrent une opportunité de donner un nouvel élan pour relever les anciens défis.

Ce qui n'est pas mesuré est invisible. Ce qui est invisible est perdu.

Ce qui est perdu ne peut pas être changé ou résolu.

Pour commencer, une collecte de données (plus) systématique est indispensable, ainsi qu'un suivi des indicateurs de base sur l'emploi des femmes, la part des entreprises dirigées par des femmes dans les chaînes de valeur ciblées, et leur participation au renforcement des capacités et autres programmes d'appui. En d'autres termes, toute stratégie sur le développement et l'intégration des chaînes de valeur dans les pays doit prévoir la collecte de données et la formulation d'indicateurs et d'objectifs liés à la participation des femmes aux chaînes de valeur.

Les parties prenantes suggèrent des moyens d'accroître la participation des femmes dans les chaînes de valeur

Interrogés sur la manière d'accroître la participation des femmes dans les chaînes de valeur en Afrique, les entreprises, les OAE, les experts sectoriels et d'autres parties prenantes ont suggéré les approches suivantes :

Éliminer les contraintes juridiques : Au niveau mondial, 90 % des pays (et la plupart des pays africains) ont au moins une loi qui entrave les opportunités économiques des femmes. Il s'agit notamment de restrictions au droit de travailler, à l'ouverture d'un compte bancaire ou à l'accès à la propriété. L'impartialité juridique crée des coûts commerciaux supplémentaires pour les femmes⁹.

Améliorer l'accès au financement : Les biais culturels et les droits limités en matière de propriété des biens entraînent des contraintes importantes pour les femmes en ce qui concerne l'obtention de prêts bancaires et d'autres sources de financement pour lancer et gérer des entreprises avec succès. Le long des quatre chaînes de valeur pilotes, 72 % des entreprises dirigées par des femmes déclarent être confrontées à des contraintes d'accès au financement et à l'investissement, contre 52 % des entreprises dirigées par des hommes.

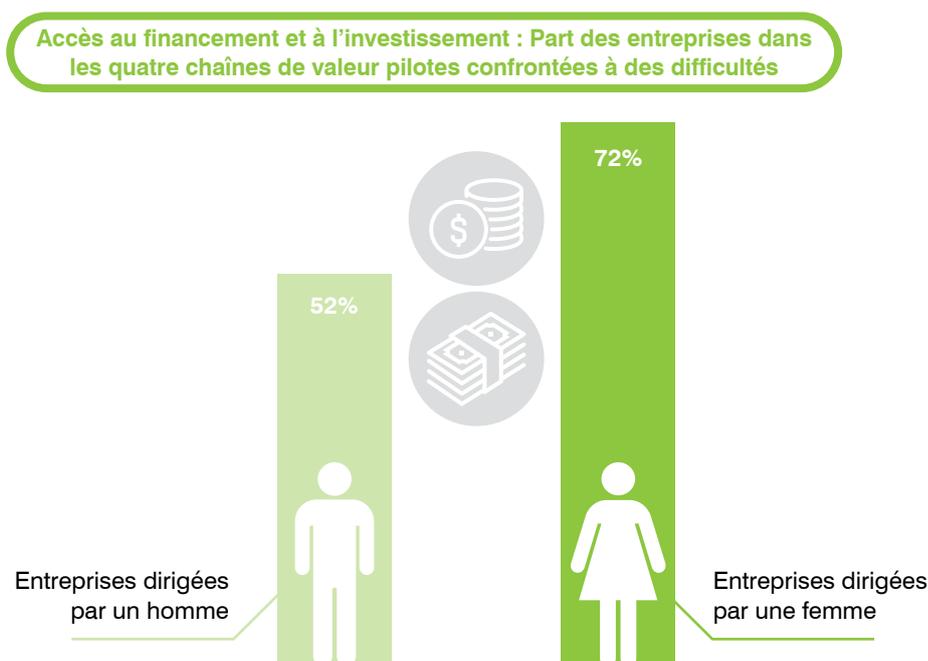
Il en résulte que les entreprises dirigées par des femmes ont tendance à être plus petites que celles dirigées par des hommes (ce qui est également confirmé par le travail d'enquête de l'ITC), moins capitalistiques¹⁰, et moins susceptibles de s'engager dans le commerce international. Elles demeurent souvent dans le secteur informel, ont un accès limité à la protection juridique et, par conséquent, leur potentiel de croissance et leur intégration dans les chaînes de valeur formelles sont restreints¹¹.

Les initiatives appuyées par les gouvernements pour permettre aux femmes entrepreneures d'accéder à des financements abordables peuvent ouvrir des opportunités à bon nombre d'entre elles qui, dans la plupart des cas, ne sont pas en mesure d'accumuler des capitaux par leurs propres moyens. L'introduction ou l'extension de systèmes de garantie pour les prêts à court terme avant expédition et les avances sur commandes de vente pourraient remédier au biais sexiste persistant dans l'octroi de prêts. Ces instruments financiers devraient être accessibles aux femmes et aux hommes de la même manière, et il faut tenir compte, lors de leur élaboration, des différences potentielles entre les sexes (comme celles liées aux droits de propriété des actifs).

S'attaquer aux biais culturels : La participation des femmes à l'économie en général, et aux postes de direction en particulier, est entravée par l'opinion répandue dans la plupart des sociétés selon laquelle elles sont surtout chargées de la famille et des tâches domestique non rémunérées, ainsi que par les stéréotypes sur la capacité limitée des femmes à occuper des postes de direction et à diriger des entreprises. Diffuser des récits de succès d'entreprises dirigées par des femmes contribuera à les rendre plus visibles et mieux acceptées en tant que cheffes d'entreprise, tout en servant d'inspiration aux filles et aux jeunes femmes.

Accroître la participation des femmes aux réseaux d'affaires, y compris au travers d'associations de femmes d'affaires, et améliorer l'inclusion des entreprises dirigées par des femmes dans les associations sectorielles et les chambres de commerce : Les femmes sont moins susceptibles que les hommes d'appartenir à des réseaux commerciaux formels. Or, ces réseaux offrent des formations, des informations, des conseils, des liens avec le marché, des partenariats, des plaidoyers politiques, ainsi que des encouragements et un appui. Ils jouent donc un rôle primordial pour renforcer les capacités qui mènent au succès et à la croissance des entreprises.

Figure 22 Le difficile accès au financement pour les femmes



Note : Sur la base de l'enquête sur les quatre chaînes de valeur en Afrique.
Source : ITC

La création ou le renforcement d'associations dédiées aux femmes entrepreneures et leurs connexions à travers les pays peuvent contribuer à atténuer la sous-représentation des femmes dans les réseaux d'affaires et à améliorer le plaidoyer politique en faveur de l'égalité de genre. Les MPME menées par des femmes devraient également bénéficier de plus d'opportunités et d'assistance pour participer à des plateformes régionales telles que les foires commerciales, afin de les aider à identifier les opportunités commerciales dans le cadre de la ZLECAf.

Mettre en œuvre des programmes d'éducation et de formation professionnelle ciblés : Les systèmes éducatifs façonnent les normes de genre de manière considérable, et les écoles et universités n'offrent pas toujours aux filles un environnement d'apprentissage propice. De nombreuses personnes interrogées ont souligné l'importance de disposer du bon ensemble de compétences pour réussir dans les affaires. Ce fait avéré communément admis est pourtant perçu comme étant plus difficile pour les femmes. En effet, les recherches suggèrent que la déconnexion entre l'éducation et les compétences nécessaires aux emplois du secteur privé affecte davantage les femmes que les hommes¹².

Un examen critique des politiques d'éducation, des programmes et des structures de formation professionnelle peut être nécessaire pour évaluer et minimiser les désavantages des femmes dans l'accès aux ensembles de compétences pertinentes pour les entreprises. Un renforcement ciblé des capacités des femmes entrepreneures est également essentiel pour leur permettre d'améliorer leur sens des affaires, de développer et de promouvoir leur entreprise, et d'utiliser les avantages générés par la ZLECAf, les technologies modernes et le commerce électronique.

S'approvisionner davantage auprès des femmes au travers des marchés publics aux niveaux national et régional : L'accès aux marchés publics demeure un défi pour les femmes entrepreneures, affectant grandement leurs opportunités commerciales, notamment dans les secteurs où les acheteurs publics jouent un rôle dominant, comme les produits pharmaceutiques. Une étude portant sur des entreprises dirigées par des femmes en Ouganda, par exemple, montre que seul un tiers de ces entreprises et impliquées dans le commerce de produits manufacturés ont déjà participé à un processus de marché public¹³.

L'amélioration de la transparence, l'adoption de l'appel d'offres en ligne, le renforcement ciblé des capacités et les dispositions visant à privilégier l'approvisionnement auprès des MPME peuvent contribuer à accroître la participation des femmes aux processus d'achats publics.





CHAPITRE 9

UNE APPROCHE À 360° EN APPUI AUX CHAÎNES DE VALEUR

Le diagnostic des chaînes de valeur est un point de départ	82
Façonner une stratégie continentale	82
Traduire les recommandations en actions	83
Évaluer d'autres chaînes de valeur prometteuses	84
« Fabriqué par l'Afrique » peut devenir une réalité	84

CHAPITRE 9

UNE APPROCHE À 360° EN APPUI AUX CHAÎNES DE VALEUR

Le diagnostic des chaînes de valeur est un point de départ

Le diagnostic des chaînes de valeur, l'analyse des défis et les recommandations constituent une première étape pour faciliter les discussions politiques et orienter la stratégie, la conception des projets et les décisions d'investissement aux niveaux continental, sous-régional et national. Les premiers résultats du diagnostic ont permis de définir l'orientation sectorielle du 7e Forum des affaires UE-Afrique en février 2022, et les recommandations ont alimenté la déclaration commerciale du Sommet UE-Afrique.

Les résultats finaux du diagnostic ont été présentés en juillet 2022 à Lusaka, en marge de la session du Comité technique spécialisé de l'Union africaine sur les finances, les affaires monétaires, la planification économique et l'intégration. Ils ont été officiellement annoncés en novembre 2022 lors du Sommet extraordinaire de l'Union africaine sur l'industrialisation et la diversification économique à Niamey. Les résultats sont également utilisés pour concevoir des projets d'assistance technique et alimenter les discussions du comité directeur interagences sur les chaînes de valeur dirigé par la CUA.

Pour appuyer le développement de chaînes de valeur innovantes et durables à l'échelle du continent africain, le diagnostic présenté dans ce rapport devrait être suivi d'un plan d'action holistique visant à créer l'écosystème nécessaire à une intégration plus poussée, et couvrant les trois axes suivants :

1. Définir une stratégie continentale pour développer les chaînes de valeur prometteuses et la traduire dans les contextes régionaux et nationaux ;
2. Créer un environnement propice au développement et à l'intégration des chaînes de valeur sur le continent en intensifiant les efforts pour relever les défis intersectoriels ; et
3. Fournir des données factuelles sur les défis spécifiques aux secteurs et des recommandations pour des chaînes de valeur supplémentaires parmi les 94 chaînes de valeur prometteuses et réalisables identifiées pour le continent.

« Quel appui faut-il développer pour que nous fassions plus d'affaires en Afrique ? Il ne s'agit pas d'un appui spécifique mais plutôt de la création de tout un écosystème. Tout le reste suivra. »

- Fabricant d'automobiles

Façonner une stratégie continentale

La plupart des stratégies de développement des chaînes de valeur – y compris pour les chaînes de valeur pilotes visées par ce rapport – ont été élaborées au niveau national ou sous-régional. Pour libérer le potentiel généré par le développement des chaînes de valeur et poursuivre l'intégration commerciale en Afrique, une feuille de route continentale est nécessaire pour chacune des chaînes de valeur prometteuses. Cette feuille de route doit tirer parti des contributions des acteurs et des parties prenantes aux niveaux national, régional et continental, chacun ayant son propre mandat, agenda et champ d'action spécifiques.

Chaque stratégie de développement de la chaîne de valeur doit énoncer la vision du secteur (par exemple, quel type d'industrie automobile pour l'Afrique – voir la recommandation 1 pour le secteur automobile), les sous-régions et les pays concernés, ainsi que les actions concrètes à mener selon une approche à 360° définie par les domaines d'intervention suivants :

Devoir de transparence et de sensibilisation des entreprises, des OAE et des responsables politiques en matière d'opportunités commerciales au sein du continent et dans les chaînes de valeur sélectionnées, de conditions d'accès aux marchés pour les intrants et les extrants, et de procédures pour exporter, importer ou prouver la conformité aux exigences des marchés.

Politique commerciale et son cadre réglementaire, ce qui est particulièrement pertinent pour le développement d'une infrastructure de la qualité capable d'appuyer la certification de la qualité, mais aussi pour lever les barrières commerciales non tarifaires spécifiques à chaque secteur, développer des chaînes logistiques efficaces et fiables le long des corridors commerciaux, et s'assurer de l'adéquation entre l'offre et la demande.

Politique industrielle et son cadre réglementaire, notamment relative à l'interface entre les politiques régionales et continentales. Elle doit mettre en évidence les aspects de la législation et de la politique nationales qui peuvent fortement influencer la participation des fournisseurs d'intrants et des producteurs d'extrants dans la chaîne de valeur.

Garantie de travail décent, ce qui sous-entend le développement des compétences, avec des exemples de programmes d'éducation et de formation concrets en appui aux chaînes de valeur sélectionnées.

Durabilité environnementale et chaînes de valeur plus vertes.

Investissements publics et privés, notamment des investissements dans les infrastructures d'évaluation de la conformité et les garanties pour surmonter les coûts élevés des prêts. En outre, cela concerne les investissements au niveau national pour appuyer l'accès aux équipements et à la technologie, améliorer la gestion des déchets ou l'efficacité énergétique, encourager le raffinage des produits bruts/non transformés, tout en mettant l'accent sur les intrants clés nécessaires aux chaînes de valeur sélectionnées, ainsi que les autres investissements assurant la croissance inclusive et le développement durable.

Les feuilles de route continentales pour le développement des chaînes de valeur doivent tenir compte des feuilles de route sectorielles et spécifiques aux produits de base et s'appuyer sur les stratégies ou programmes sous-régionaux et nationaux pour maximiser l'impact et surmonter la fragmentation des efforts.

L'Union africaine a un rôle central à jouer dans le pilotage de ce processus, en partenariat avec les commissions économiques régionales et les États membres individuels, et avec leur appui.

Traduire les recommandations en actions

Dans le cadre du deuxième axe, le plan d'action devrait aborder les défis transversaux à l'intégration des chaînes de valeur continentales, ayant une incidence sur tous les secteurs et pays. Les domaines d'intervention possible sont les suivants :

Sensibiliser : Informer les entreprises africaines sur les accords commerciaux continentaux et régionaux et leurs incidences. Renforcer la capacité des entreprises à commercer dans le cadre de ces accords et offrir des outils de transparence pour cartographier les conditions d'accès aux marchés et les comparer entre les accords. Renforcer la capacité des entreprises et des OAE à naviguer entre les différentes dispositions (par exemple, les règles d'origine) et entre les accords qui se chevauchent (par exemple, la ZLECAf et les accords régionaux).

Relier les acheteurs et les vendeurs à travers le continent : Créer une base de données en ligne de vendeurs certifiés pour aider à la fois à identifier la demande et l'offre à travers le continent et leur correspondance. Renforcer les capacités et appuyer les entreprises pour qu'elles se préparent et participent aux foires commerciales continentales.

Suivre l'intégration : S'appuyer sur l'Observatoire africain du commerce, en utilisant des données en temps réel sur les flux commerciaux au sein des chaînes de valeur prometteuses, pour suivre l'état de l'intégration, afin d'appuyer la mise en œuvre des stratégies continentales. Renforcer les systèmes nationaux, sous-régionaux et continentaux de déclaration des obstacles au commerce.

Autorisations des produits : Partager le travail entre les régulateurs à travers les pays pour réduire la charge de travail – et donc réduire le temps et les coûts liés aux autorisations de produits – et faciliter la circulation transfrontalière des marchandises. Cela inclut l'harmonisation des exigences en matière de données entre les pays et la coopération dans l'évaluation scientifique des données qui sous-tendent les autorisations (par exemple, les produits chimiques et les pesticides).

Gestion des déchets, recyclage et efficacité de l'eau et de l'énergie dans la production : Cibler l'aspect durable des chaînes de valeur. Il peut s'agir d'activités liées au transfert de technologie, au renforcement des capacités en matière de techniques de production, au développement d'infrastructures (par exemple, liées au traitement et au recyclage de l'eau) ou de travaux politiques.

Accès au financement : Améliorer l'accès des MPME au financement à court terme avant expédition en développant des programmes innovants.

Solutions de paiement : Appuyer le déploiement du système panafricain de paiement et de règlement, ainsi que sensibiliser les entreprises et renforcer leur capacité, notamment des MPME, à utiliser le système.

Évaluer d'autres chaînes de valeur prometteuses

Ce diagnostic n'a examiné que quatre chaînes de valeur pour déterminer leur potentiel, les opportunités de développement et les défis à relever pour libérer leur potentiel. Si ces quatre chaînes de valeur peuvent relier au moins cinq pays africains, certains pays du continent ne pourront pas y participer d'une manière compétitive. Il est donc essentiel d'élargir la base de données pour inclure davantage de chaînes de valeur, en laissant l'élaboration de la stratégie à un stade ultérieur, afin que tous les pays africains soient couverts et puissent bénéficier des efforts de développement et d'intégration.

Les diagnostics devraient suivre l'exemple du travail effectué pour les secteurs de l'automobile, des produits pharmaceutiques, de l'alimentation infantile et des vêtements en coton, comprenant notamment les activités suivantes :

- ✓ Compiler et analyser les données relatives à la production, au commerce, à l'accès aux marchés, à la durabilité et à la géographie pour évaluer les forces et les faiblesses des chaînes de valeur ;
- ✓ Cartographier les pays avec les chaînes de valeur sur la base de considérations relatives à la compétitivité, au potentiel commercial et à la capacité de production ;
- ✓ Examiner les liens existants et potentiels entre les pays participants dans chaque chaîne de valeur ;
- ✓ Élaborer et diffuser un questionnaire et une enquête auprès des entreprises à travers les chaînes de valeur afin de documenter les preuves des défis et des besoins d'investissement ; et
- ✓ Consulter les parties prenantes et les experts pour étoffer les recommandations sur la base des éléments probants recueillis.

« Fabriqué par l'Afrique » peut devenir une réalité

La création de valeur par l'intégration régionale est vitale aujourd'hui, surtout en regard de l'aggravation de problèmes de longue date par la pandémie de COVID-19 et la guerre en Ukraine qui ont perturbé les chaînes d'approvisionnement mondiales, dont les pays africains dépendent largement, et mis en évidence le fait que de nombreux pays du continent ne disposent pas de ressources nationales suffisantes.

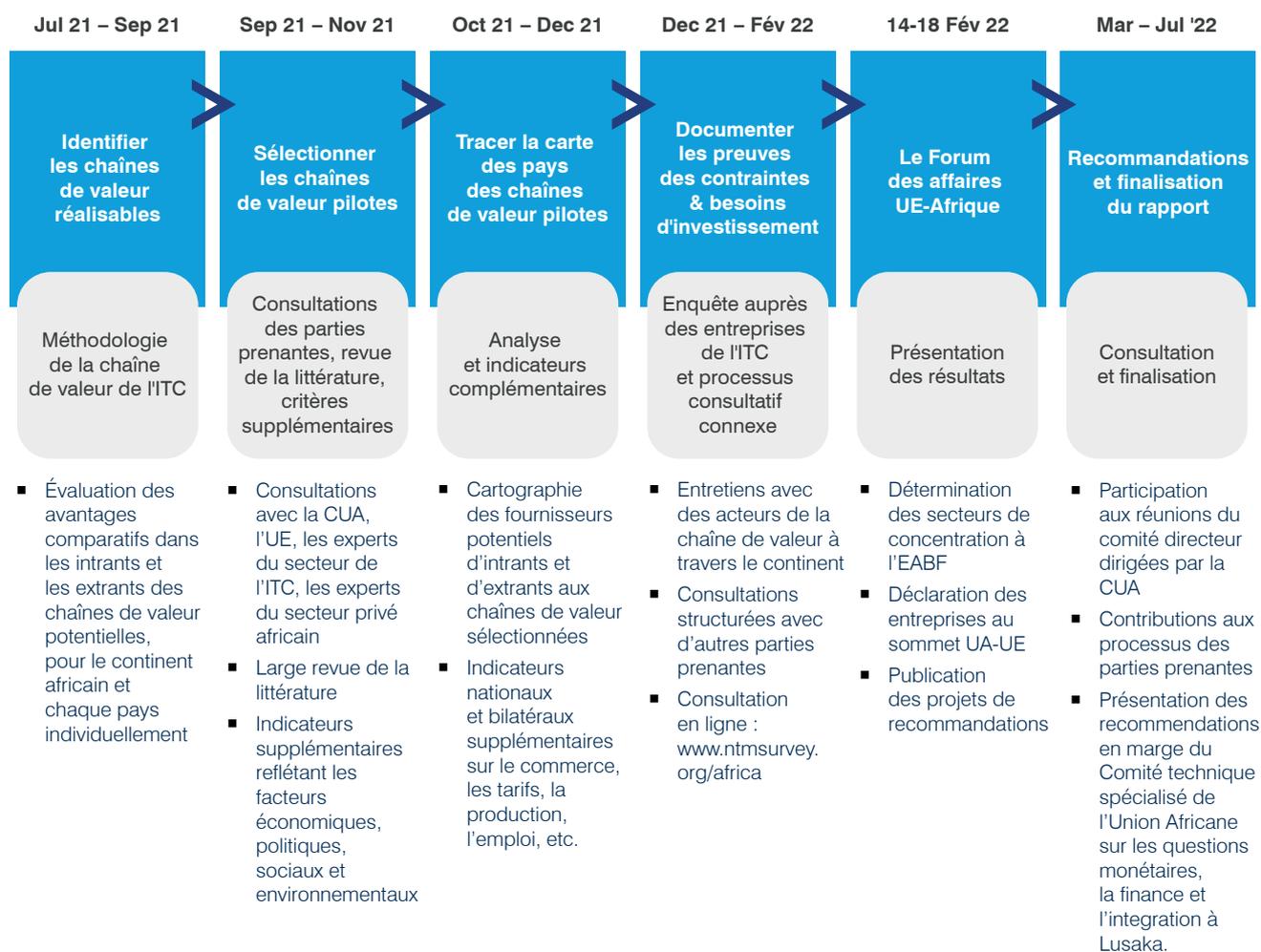
Dans ce contexte, tracer la voie d'une croissance durable et inclusive en développant des chaînes de valeur clés à l'échelle du continent semble être une option stratégique que les pays africains peuvent explorer à la fois individuellement et collectivement, en concrétisant les opportunités de marché offertes par la ZLECAf. Les entreprises du continent confirment que le « Fabriqué par l'Afrique » n'est pas seulement possible ; c'est une réalité qui a déjà commencé à prendre forme.

The image features a dark blue horizontal band across the middle. Above and below this band are abstract patterns of thin, light blue lines that curve and intersect to form a grid-like structure. A bright, glowing light source is visible in the upper left and lower right areas, creating a lens flare effect. The overall color palette is dominated by shades of blue, from deep navy to light sky blue.

ANNEXES

Les produits similaires sont ensuite agrégés en une seule chaîne de valeur en utilisant à nouveau des techniques de correspondance de mots, le niveau à 4 chiffres de la classification SH et des informations supplémentaires provenant par exemple de la classification des produits médicaux de l'Organisation mondiale des douanes (OMD). Dans le cas des vêtements, les extrants et les intrants sont regroupés en chaînes de valeur en fonction de leur matériau principal : vêtements en coton, vêtements en laine, etc. Il en résulte l'identification de 415 chaînes de valeur mondiales distinctes avec tous les extrants correspondant à leurs intrants, et des coefficients techniques capturant l'importance relative de chaque intrant dans la production de chaque produit extrant.

ANNEXE II : Diagnostic de la chaîne de valeur : Processus



ANNEXE III : Aperçu des 94 chaînes de valeur prometteuses

Le tableau ci-dessous énumère les 94 chaînes de valeur prometteuses pour l'intégration régionale des chaînes de valeur en Afrique. Il indique le sous-secteur de chaque chaîne de valeur et le produit extrant, et fournit des informations sur le fait que le continent africain dans son ensemble a un avantage comparatif révélé dans les intrants ou dans le produit extrant de la chaîne de valeur. En outre, il comprend le nombre de pays africains qui pourraient potentiellement participer à la chaîne de valeur en tant que fournisseurs d'intrants ou d'extrants, le nombre de pays les moins développés parmi eux, le nombre de régions du continent qui pourraient participer, ainsi que des informations sur la demande d'importation prévue pour le produit extrant en Afrique (demande d'importation annuelle au cours des cinq prochaines années) et la balance commerciale du continent pour le produit extrant en tant que part du commerce total du produit.

94 chaînes de valeur réalisables et prometteuses pour le développement et l'intégration des chaînes de valeur en Afrique : indicateurs sélectionnés

SOUS-SECTEUR	PRODUCTION	L'AFRIQUE A UN AVANTAGE COMPARATIF RÉVÉLÉ DANS	NOMBRE DE PAYS CONCERNÉS	NOMBRE DE PMD	NOMBRE DE RÉGIONS	DEMANDE D'IMPORTATION PRÉVUE POUR L'AFRIQUE (EN MILLIONS DE DOLLARS)	BALANCE COMMERCIALE/ COMMERCE TOTAL POUR L'AFRIQUE	TARIFS INTRA-AFRICAINS MOYENS SUR LES INTRANTS*
Vêtements	Vêtements en fibres artificielles	Production	6	2	3	78	64%	2%
	Vêtements en coton*	Production	28	16	5	7.498	11%	5%
	Vêtements en matières textiles	Production	11	4	4	3.082	0%	6%
	Vêtements en laine/poils fins d'animaux	Production	8	3	3	287	45%	1%
	Maillots de bain et combinaisons de ski	Production	10	4	4	19	68%	4%
Produits de beauté et parfums	Savons, y compris les produits médicamenteux	Production	15	7	5	1.613	-30%	4%
Boissons (alcoolisées)	Cidre	Production	9	2	4	139	-5%	4%
	Spiritueux	Intrants	16	6	5	1.285	-63%	9%
	Vin de raisin frais	Intrants	8	3	5	980	17%	4%
Boissons (non alcoolisées)	Jus de raisin, y compris moût de raisin, non fermenté	Intrants	9	3	4	106	-59%	20%
	Jus de pamplemousse, non fermenté	Extrants et intrants	11	5	3	3	93%	20%
	Jus de fruits ou de légumes, non fermenté	Extrants et intrants	15	7	4	478	-7%	16%
	Boissons non alcoolisées	Intrants	19	10	4	639	-34%	16%
	Jus d'orange, non fermenté	Intrants	13	5	3	124	14%	18%
	Jus d'ananas, non fermenté	Extrants et intrants	21	10	5	37	34%	27%
	Jus de tomate, non fermenté	Intrants	11	5	4	1	-26%	21%
Produits chimiques	Réactifs de diagnostic/laboratoire et matériaux de référence certifiés (préparés)	Intrants	5	1	3	2.079	-84%	1%
	Kit d'écouvillonnage et de milieu de transport viral	Intrants	6	1	3	2.242	-51%	1%
Fèves de cacao et produits dérivés	Chocolat et autres préparations à base de cacao	Intrants	23	12	5	1.008	-15%	7%
	Poudre de cacao, sucrée	Intrants	23	12	5	23	32%	8%
Produits à base de poisson (transformés)	Invertébrés aquatiques, à l'exclusion des crustacés, préparés ou conservés	Extrants et intrants	10	6	5	13	58%	6%
	Maquereaux préparés ou conservés	Intrants	19	11	5	66	21%	9%
	Sardines préparées ou conservées	Extrants et intrants	13	6	5	635	20%	6%
Produits frais n.c.a. (préparés ou conservés)	Abricots, préparés ou conservés	Extrants et intrants	12	5	3	2	88%	16%
	Haricots, préparés ou conservés	Extrants et intrants	22	13	5	64	44%	20%
	Pain, pâtisserie	Extrants et intrants	24	12	5	1.505	-46%	7%
	Céréales en grains ou en flocons ou autres grains travaillés, précuits ou autrement préparés	Intrants	21	12	5	387	-29%	9%
	Gomme à mâcher	Intrants	16	7	4	271	-26%	12%
	Agrumes, préparés ou conservés	Extrants et intrants	15	7	4	5	70%	10%
	Extraits et préparations à base de café	Intrants	16	11	5	485	-30%	11%
	Couscous	Intrants	18	8	5	36	46%	12%
	Mélanges comestibles de graisses, d'huiles et fractions, n.c.a., chimiquement modifiés	Extrants et intrants	28	23	5	307	-76%	4%
	Parties comestibles de plantes, préparées ou conservées	Intrants	26	14	5	83	38%	11%
	Préparations alimentaires pour nourrissons*	Intrants	39	23	5	1.311	-82%	7%
	Confitures de fruits ou similaires et pâtes de noix	Intrants	20	11	5	148	1%	9%
	Arachides, préparées ou conservées, sauf avec du sucre	Intrants	16	11	5	109	-44%	4%
	Crème glacée et autres glaces comestibles	Intrants	12	6	4	104	-23%	6%
	Mélanges et pâtes de farine	Intrants	9	2	4	96	-42%	2%
	Fruits à coque et autres graines, préparés ou conservés	Intrants	15	10	4	104	-27%	4%
	Cœurs de palmier, préparés ou conservés, sauf au vinaigre	Intrants	19	10	4	1	-76%	12%
	Pois, préparés ou conservés	Intrants	13	7	3	34	-86%	17%
	Pommes de terre, préparées ou conservées	Intrants	6	2	3	348	-23%	2%

Produits frais n.c.a. (préparés ou conservés)	Préparations pour sauces et sauces préparées	Intrants	19	12	5	1.020	-49%	12%
	Soupes et bouillons et leurs préparations	Intrants	25	13	5	606	-1%	14%
	Fraises, préparées ou conservées	Extrants et intrants	12	5	3	6	44%	9%
	Sucreries sans cacao	Extrants et intrants	21	11	5	645	-36%	11%
	Maïs doux, préparé ou conservé	Intrants	15	9	4	50	-90%	4%
	Extraits et préparations de thé ou de maté	Intrants	15	10	5	18	41%	6%
	Tomates, préparées	Intrants	9	4	4	1.066	-77%	6%
	Pâtes non cuites	Intrants	18	10	5	1.108	-50%	9%
	Légumes, préparés ou conservés	Extrants et intrants	13	7	4	134	40%	9%
Chaussures	Chaussures, semelles et tiges en cuir	Intrants	19	11	5	198	-28%	2%
	Chaussures, semelles en caoutchouc/plastique/ cuir et dessus en cuir	Intrants	24	12	5	1.343	-12%	4%
Textiles d'intérieur	Ameublement de maison en matières textiles	Intrants	8	3	2	158	4%	5%
	Mobilier de maison, tricot/crochet	Production	8	3	3	399	-30%	9%
Bijoux et articles en métal précieux	Articles en perles ou en pierres semi-précieuses	Production	17	11	4	3	84%	0%
	Bijoux de fantaisie, n.c.a.	Intrants	19	11	5	68	-56%	1%
Machines, électricité	Batteries	Intrants	16	11	4	867	-87%	2%
	Convertisseurs rotatifs électriques	Intrants	7	3	3	8	-71%	3%
	Appareils domestiques électrothermiques	Intrants	6	2	4	1.164	-83%	5%
	Groupes électrogènes	Intrants	5	3	2	2.893	-93%	3%
	Chauffe-eau instantanés	Intrants	6	0	3	123	-81%	3%
	Tours pour enlèvement de métal	Intrants	5	2	2	109	-95%	2%
	Machines pour le travail des métaux	Intrants	5	2	2	698	-86%	3%
	Machines pour le travail du bois	Intrants	9	3	4	62	-96%	2%
	Aimants	Intrants	8	5	4	75	-67%	3%
	Laminoirs à métaux	Intrants	5	2	2	96	-95%	2%
	Convertisseurs statiques	Intrants	15	11	4	1.976	-83%	1%
Produits métalliques	Outils à main et outils mécaniques	Intrants	10	3	5	1.087	-84%	5%
	Articles ménagers et de bureau, en métaux communs	Intrants	8	1	4	660	-70%	5%
	Articles sanitaires en fer ou en acier	Intrants	9	2	4	141	-83%	4%
	Couteaux, cuillères et articles similaires de cuisine ou de table, en métaux communs	Intrants	5	1	4	274	-91%	3%
	Réservoirs, citernes, conteneurs en aluminium	Intrants	5	1	2	488	-32%	4%
	Articles sanitaires, en cuivre	Production	10	3	4	19	-88%	3%
Produits manufacturés divers	Réchauffeurs d'air et distributeurs d'air chaud	Intrants	5		2	17	-91%	4%
	Allumettes	Intrants	5	2	2	99	-64%	2%
	Perruques et faux cheveux, en matières synthétiques ou cheveux humains	Production	10	5	4	2.268	-72%	9%
Véhicules à moteur et pièces détachées	Automobiles*	Production	23	8	5	25.785	-24%	4%
Produits optiques, montres et instruments médicaux	Balances	Pas d'avantage comparatif révélé	7	3	4	16	-87%	2%
	Équipement et consommables médicaux/ chirurgicaux	Intrants	19	12	5	3.353	-70%	2%
	Appareils orthopédiques et autres	Intrants	19	14	4	878	-75%	1%
Produits en papier	Masques de cellulose/papier	Intrants	19	10	4	3	16%	2%
Composants pharmaceutiques	Préparations de gel à des fins médicales	Intrants	5	2	3	24	-73%	2%
	Produits pharmaceutiques*	Intrants	7	1	3	26.452	-88%	1%
Viande transformée	Viandes ou abats préparés de bovins	Pas d'avantage comparatif révélé	7	5	2	113	-52%	0%
	Préparations et conserves de viande ou d'abats de canards	Intrants	10	6	4	9	0%	0%
Peaux, cuir et produits dérivés	Articles en cuir (composition)	Intrants	22	13	5	342	-16%	3%
Tissu textile n.c.a.	Tissus textiles et tapisseries	Intrants	5	1	3	21	-35%	4%
Huiles et graisses végétales	Huile d'arachide (sauf brute) et fractions	Production	13	12	4	1	16%	8%
	Huile de maïs (sauf brute) et fractions	Intrants	18	11	5	201	-38%	3%
	Huile de soja (sauf brute) et fractions	Extrants et intrants	10	6	4	375	-44%	2%
	Huile de tournesol ou de carthame (sauf brute) et fractions	Production	6	3	3	617	-49%	3%
Produits en bois	Articles en bois	Production	26	15	5	32	27%	7%
	Portes, fenêtres et leurs cadres en bois	Intrants	21	12	5	218	-42%	3%

* Les tarifs sont pondérés par le potentiel d'exportation des fournisseurs d'intrants et d'extrants et par les coefficients techniques de chaque intrant.

* Pour les quatre chaînes de valeur pilotes, une cartographie approfondie des intrants et des pays a été réalisée. Dans ces chaînes de valeur, les pays recensés comme participants potentiels sont ceux qui ont un avantage comparatif révélé ou un potentiel d'exportation d'au moins 10 millions de dollars dans l'extrait et/ou dans au moins un intrant de la chaîne de valeur. Dans les autres chaînes de valeur, les pays concernés sont recensés sur la base de l'avantage comparatif révélé dans l'extrait et/ou tous les intrants de la chaîne de valeur combinés..

ANNEXE IV : Correspondances entre pays et chaînes de valeur



Produits pharmaceutiques

	MÉDICAMENTS	INTRANTS CHIMIQUES ET PHARMACEUTIQUES
Égypte	✓	
Kenya	✓	
Maurice	✓	
Maroc	✓	✓
Afrique du Sud	✓	✓
Tunisie	✓	
Ouganda	✓	

✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars



Automotive

	Automobiles	Freins de véhicules à moteur	Roues de véhicules à moteur	Caoutchouc naturel	Peintures et vernis	Pièces de carrosserie pour véhicules automobiles	Pièces pour véhicules à moteur, n.c.a.	Pièces pour moteurs à allumage par étincelle	Plaques, feuilles, films, pellicules et bandes, en matières plastiques non atveolaires	Plaques, feuilles, films, pellicules et bandes en matières plastiques	Pompes pour liquides	Pneumatiques usagés en caoutchouc	Plaques autocollantes et autres formes plates, en matières plastiques	Moteur à piston alternatif à allumage par étincelle	Caoutchouc synthétique, mélanges de caoutchouc naturel	Tubes, conduites et tuyaux souples, en matières plastiques
Algérie																
Botswana																✓
Cameroun				✓												
Côte d'Ivoire				✓												✓
Égypte	✓				✓				✓	✓						✓
Gabon				✓												
Ghana				✓												✓
Guinée				✓												
Kenya	✓				✓				✓							
Liberia				✓												
Libye																
Malawi				✓												
Maurice										✓						
Maroc	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓						✓
Nigeria				✓												
Sénégal																
Sierra Leone												✓				
Afrique du Sud	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tanzanie,																
République unie de						✓	✓	✓	✓	✓						✓
Tunisie					✓											
Ouganda																
Zambie																

✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars

✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars et avantage comparatif révélé



Vêtements en coton

	Vêtements en coton	Machines auxiliaires destinées à être utilisées avec les machines des rubriques 8444, 8445, 8446 ou 8447	Boutons en matières plastiques ou en métaux communs	Coton, cardé/peigné	Coton, non cardé/peigné	Denim en coton	Tissus de coton tricotés/crochetés	Fils à coudre en coton	Fils de coton simples et pliés/cablés	Fermetures à glissière	Tissus en coton
Benin				<input checked="" type="checkbox"/>							
Burkina Faso				<input checked="" type="checkbox"/>							
Cabo Verde	<input checked="" type="checkbox"/>										
Cameroon				<input checked="" type="checkbox"/>							
Central African Republic				<input checked="" type="checkbox"/>							
Chad				<input checked="" type="checkbox"/>							
Côte d'Ivoire				<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>
Egypt	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Eswatini	<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	
Ethiopia	<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		
Ghana											<input checked="" type="checkbox"/>
Kenya	<input checked="" type="checkbox"/>										
Lesotho	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		
Madagascar	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>								
Malawi					<input checked="" type="checkbox"/>						
Mali					<input checked="" type="checkbox"/>						
Mauritius	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Morocco	<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>					
Mozambique					<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>		
Senegal					<input checked="" type="checkbox"/>						
South Africa	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>
Sudan					<input checked="" type="checkbox"/>						
Tanzania, United Republic of	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Togo					<input checked="" type="checkbox"/>						
Tunisia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>					
Uganda				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			
Zambia					<input checked="" type="checkbox"/>						
Zimbabwe	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>		

Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars

Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars et avantage comparatif révélé



Préparations alimentaires pour nourrissons

Partie I

	Préparations alimentaires pour nourrissons	Oranges, fraîches ou séchées	Emballages, y compris les pochettes de disques, en papier(-carton)	Papier(-carton) couché à usage graphique	Pêches, poires, papayes, etc., fraîches ou séchées	Poivrons (Capsicum ou Pimenta), frais	Ananas, frais ou secs	Prunes, pruneaux frais ou secs	Pommes de terre	Framboises, mûres, mûres de ronce et mûres de ronce, fraîches ou congelées	Racines & tubercules n.c.a., moelle de segoutier	Racines et tubercules de manioc	Sacs et sachets, en papier(-carton)	Betteraves à salade, saisifis, céleris-raves, radis, frais	Épinards	Fraises, fraîches ou congelées	Patates douces	Tomates	Légumes, frais/réfrigérés/congelés ou secs
Algérie																			
Bénin							✓												
Botswana																			
Burkina Faso											✓								
Burundi																			
Cameroun							✓					✓							
République centrafricaine					✓														
Côte d'Ivoire							✓				✓								
Djibouti																			
Égypte	✓	✓		✓	✓				✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓
Eswatini		✓																	
Éthiopie									✓		✓			✓		✓		✓	✓
Gambie							✓												✓
Ghana	✓				✓		✓				✓								
Guinée					✓														
Kenya			✓			✓	✓		✓	✓			✓						✓
Lesotho																			
Libye																			
Madagascar					✓						✓								
Malawi																			
Mali											✓								
Maurice					✓		✓												
Maroc		✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓		✓	✓
Mozambique					✓														✓
Namibie																			
Niger											✓								
Nigeria																			
Rwanda						✓	✓												
Sénégal						✓							✓	✓				✓	✓
Sierra Leone							✓												
Somalie																			
Afrique du Sud	✓	✓		✓	✓			✓	✓	✓			✓				✓	✓	✓
Soudan																			
Tanzanie,												✓							✓
République unie de							✓				✓								✓

Togo	✓		✓		✓				✓						✓	✓
Tunisie				✓	✓		✓			✓	✓				✓	✓
Ouganda																
Zambie	✓		✓						✓							
Zimbabwe																

✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars

✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars et avantage comparatif révélé

Partie II

	Préparations alimentaires pour nourrissons	Concombres et cornichons, frais	Dattes, fraîches ou sèches	Figues, fraîches ou sèches	Ail	Pamplemousse, frais ou sec	Raisins, frais ou secs	Grains et farine de céréales	Goyaves, mangues et mangoustans, frais ou secs	Miel	Poireaux	Citrons et limes, frais ou secs	Laitue, laitue à choux, chicorée	Malt	Extrait de malt	Melons et pastèques, frais ou secs	Lait et crème	Champignons	Oignons
Algérie			✓																
Bénin																			
Botswana								✓											
Burkina Faso									✓										✓
Burundi																			
Cameroun									✓										
République centrafricaine																			
Côte d'Ivoire									✓										
Djibouti																			
Égypte	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓		✓
Eswatini						✓						✓							
Éthiopie										✓			✓						✓
Gambie									✓										
Ghana	✓								✓						✓				
Guinée																			
Kenya									✓		✓				✓				✓
Lesotho																			
Libye			✓																
Madagascar																			✓
Malawi									✓										
Mali									✓										
Maurice																			
Maroc	✓					✓	✓				✓	✓				✓			✓
Mozambique																			
Namibie			✓				✓												✓
Niger																			✓
Nigeria																			
Rwanda															✓		✓	✓	
Sénégal									✓						✓	✓			✓
Sierra Leone										✓									
Somalie												✓							

Afrique du Sud	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Soudan							✓						✓		✓
Tanzanie, République unie de															✓
Togo															
Tunisie		✓	✓			✓				✓			✓		
Ouganda									✓					✓	
Zambie						✓		✓							
Zimbabwe					✓					✓					

- ✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars
 ✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars et avantage comparatif révélé

Partie III

	Préparations alimentaires pour nourrissons	Oranges, fraîches ou séchées	Emballages, y compris les pochettes de disques, en papier(-carton)	Papier(-carton) couché à usage graphique	Pêches, poires, papayes, etc., fraîches ou sèches	Poivrons (Capsicum ou Pimenta), frais	Ananas, frais ou secs	Prunes, pruneaux frais ou secs	Pommes de terre	Framboises, mûres, mûres de ronce et mûres de ronce, fraîches ou congelées	Racines & tubercules n.c.a., moelle de segoutier	Racines et tubercules de manioc	Sacs et sachets, en papier(-carton)	Betteraves à salade, saisifis, céleris-raves, radis, frais	Épinards	Fraises, fraîches ou congelées	Patates douces	Tomates	Légumes, frais/réfrigérés/congelés ou secs	
Algérie																				
Bénin							✓													
Botswana																				
Burkina Faso											✓									
Burundi																				
Cameroun							✓					✓								
République centrafricaine					✓															
Côte d'Ivoire							✓				✓									
Djibouti																				
Égypte	✓	✓		✓	✓				✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Eswatini		✓																		
Éthiopie									✓		✓		✓		✓	✓			✓	✓
Gambie							✓													✓
Ghana	✓				✓		✓				✓									
Guinée					✓															
Kenya			✓			✓	✓		✓	✓		✓								✓
Lesotho																				
Libye																				
Madagascar					✓						✓									
Malawi																				
Mali											✓									
Maurice					✓		✓													
Maroc		✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓
Mozambique					✓															✓
Namibie																				

Niger									✓					
Nigeria														
Rwanda				✓	✓									
Sénégal				✓						✓	✓		✓	✓
Sierra Leone					✓									
Somalie														
Afrique du Sud	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓	✓
Soudan														
Tanzanie, République unie de										✓				✓
Togo					✓				✓					✓
Tunisie	✓			✓		✓				✓			✓	✓
Ouganda				✓	✓		✓		✓	✓			✓	✓
Zambie														
Zimbabwe	✓			✓					✓					

- ✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars
 ✓ Potentiel d'exportation de plus de 10 millions de dollars et avantage comparatif révélé

Notes de fin

- 1 Voir l'annexe I pour de plus amples détails.
- 2 Dans le calcul de l'avantage comparatif révélé dans l'ensemble des intrants, chaque intrant est pondéré en fonction de son coefficient technique, qui rend compte de son importance relative dans le processus de production (ce qui signifie que les intrants majeurs ont un poids plus élevé que les intrants mineurs).
- 3 L'Afrique dans son ensemble n'a pas d'avantage comparatif révélé dans les intrants ou les extrants des véhicules et des produits pharmaceutiques. Du côté des extrants, seuls deux pays africains (le Maroc et l'Afrique du Sud) ont un avantage comparatif dans les voitures, et aucun pays africain dans les produits pharmaceutiques. Du côté des intrants, moins de cinq pays ont un avantage comparatif pour chaque chaîne de valeur.
- 4 Voir l'annexe II pour de plus amples détails.
- 5 Pour de plus amples informations sur la méthodologie de l'enquête, veuillez consulter ITC (2015), *The Invisible Barriers to Trade – How businesses experience non-tariff measures*, disponible sur www.ntmsurvey.org/publications.
- 6 Enquêtes de l'ITC auprès des entreprises sur les MNT : www.ntmsurvey.org.
- 7 ITC et CNUCED (2021). *Unlocking Regional Trade Opportunities in Africa for a More Sustainable and Inclusive Future*. https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1255/regionaltradeafrica_20211206.pdf. Ce chiffre exclut les ressources extractives, en particulier le pétrole et le gaz.
- 8 Comité consultatif international du coton (2021). *The ICAC Recorder*, volume XXXIX, n° 2, juin 2021, disponible sur : https://icac.org/Content/PublicationsPdf%20Files/dc12ae98_fb9b_40dc_9649_8bd8776c749d/e-cotton-recorder2_2021_revised.pdf
- 9 Banque mondiale (2015). *Women, Business and the Law 2016*.
- 10 ITC (2015). *Unlocking Markets for Women to Trade*.
- 11 ONU-Femmes (2019). *Opportunities for women entrepreneurs in the context of the African Continental Free Trade Area*.
- 12 Banque mondiale (2013a). *Opening Doors: Gender Equality and Development in the Middle East and North Africa*.
- 13 ITC (2021). *Women's Participation in Trade in Uganda: Tapping into New Market Opportunities through Public Procurement and the AfCFTA - A Survey of Women-led Enterprises*. ITC, Genève.

Références

Secrétariat de la ZLECAf et Programme des Nations unies pour le développement (2021) The Futures Report 2021: Which Value Chains for a Made in Africa Revolution. (Union africaine) <https://www.africa.undp.org/content/rba/en/home/library/reports/futures-report-2021.html>

Association africaine des constructeurs automobiles. (n.d.). <https://aaamafrica.com/>

Banque africaine de développement (2018). Textile and Clothing industries can drive Africa's industrialization, benefit women. Groupe de la Banque africaine de développement. <https://www.afdb.org/en/news-and-events/textile-and-clothing-industries-can-drive-africas-industrialization-benefit-women-18427>

Commission de l'Union africaine et Organisation des Nations unies pour le développement (2012). Pharmaceutical Manufacturing Plan for Africa Business Plan.

Bouët, A. et Odjo, S P. (2019). Africa agriculture trade monitor 2019. Washington, DC: International Food Policy Research Institute (IFPRI). <https://doi.org/10.2499/9780896296909>

Bouët, A., Tadesse, G., et Zaki, C. (2021). Africa agriculture trade monitor 2021. Washington, DC: International Food Policy Research Institute (IFPRI). <https://doi.org/10.2499/9780896293908>

Brookings Institution (2021). Greening the AfCFTA: It is not too late. Disponible à l'adresse : <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2021/09/21.09.15-Greening-the-AfCFTA.pdf>

Byaruhanga, J. (2020). How Africa can manufacture to meet its own pharmaceutical needs. Africa Renewal. Nations unies. <https://www.un.org/africarenewal/magazine/september-2020/how-africa-can-manufacture-meet-its-own-pharmaceutical-needs>

Campbell, J. (2020). Scaling Up African Pharmaceutical Manufacturing in a Time of COVID-19. Council on Foreign Relations. Disponible à l'adresse : <https://www.cfr.org/blog/scaling-african-pharmaceutical-manufacturing-time-covid-19>

Conway, M. et al. (2019). Should sub-Saharan Africa make its own drugs? McKinsey and Company. Disponible à l'adresse : <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/should-sub-saharan-africa-make-its-own-drugs>

Corrigan, T. (2020). Africa's ICT infrastructure: Its Present and Prospects. Policy Briefing 197. South African Institute of International Affairs. <https://saiaa.org.za/research/africas-ict-infrastructure-its-present-and-prospects/>

Cronjé, JB. (2014). Development of Tourism value chains in the SADC region. Tralac. Disponible à l'adresse : <https://www.tralac.org/discussions/article/6518-development-of-tourism-value-chains-in-the-sadc-region.html>

C. Tuck, A. Maamri, A. Chan, et Z. Babar (2018). Medicines pricing, access and safety in Morocco. Disponible à l'adresse : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/tmi.13191>

Daly, J. et Gereffi, G. (2017). Tourism global value chains and Africa. WIDER Working Paper 2017/17. Helsinki : UNU-WIDER. https://saiaa.org.za/wp-content/uploads/2019/03/WIDER-Working-Paper-2017_17-Tourism-global-value-chains-and-Africa.pdf

Decreux, Y. et Spies, J. (2016). Export Potential Assessments. A methodology to identify export opportunities for developing countries. ITC Genève. https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1089/epa-methodology_141216.pdf

Deloitte (2018). Africa Automotive Insights, an East African consumer perspective. Disponible à l'adresse : https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/za/Documents/Consumer_Industrial_Products/2018-A-Consumer-Perspective-Auto-280518.pdf

Commission européenne, Centre commun de recherche, Nechifor, V., Ferrari, E., Boysen, O., et al. (2021), Potential effects of the African Continental Free Trade Area (AfCFTA) on African agri-food sectors and food security, Publications Office, <https://data.europa.eu/doi/10.2760/531308>

Agence de l'Union européenne pour la coopération en matière de répression (2022). Intellectual property crime threat assessment 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.europol.europa.eu/publications-events/publications/intellectual-property-crime-threat-assessment-2022>

Office de la propriété intellectuelle de l'Union européenne et OCDE (2020). Trade in Counterfeit Pharmaceutical Products, Illicit Trade. Disponible à l'adresse : <https://euiipo.europa.eu/ohimportal/en/web/observatory/trade-in-counterfeit-pharmaceutical-products>

Fédération Internationale de l'Automobile (2020). Promoting safer and cleaner used vehicles for Africa. Disponible à l'adresse : https://www.fiaregion1.com/wp-content/uploads/2020/06/FIA-Report_Final-V3_HR.pdf

Fessehaie, J. (2016). Regional Integration and High Potential Value Chains in West Africa. Centre international pour le commerce et le développement durable. <http://www.west-africa-brief.org/content/en/regional-integration-and-high-potential-value-chains-west-africa>

Fessehaie, J., Rustomjee, Z. et Kaziboni, L. (2016). Mining-Related National Systems Of Innovation In Southern Africa: National Trajectories And Regional Integration. WIDER Working Paper 2016/84. Helsinki : UNU-WIDER. <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/wp2016-84.pdf>

Guthiga, P. et al. (2017). Mapping Livestock Value Chains in IGAD Region. CTA Discussion Paper. Institut international de recherche sur le bétail. <https://www.ilri.org/publications/mapping-livestock-value-chains-igad-region>

Helble, M. (2012). More Trade for Better Health? International Trade and Tariffs on Health Products. Division de la recherche économique et des statistiques, Organisation mondiale du commerce. https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201217_e.pdf

Ibrahim, G. et al. (2019). Industrial Development and ICT in Africa: Opportunities, Challenges and Way Forward. Policy Brief, G20 Insights. <https://www.g20-insights.org/wp-content/uploads/2019/05/t20-japan-tf5-3-industrial-development-ict-africa-1.pdf>

International Finance Corporation. Sub-Saharan Africa Priorities: Agribusiness. Voir https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/REGION_EXT_Content/IFC_External_Corporate_Site/Sub-Saharan+Africa/Priorities/Agribusiness/ (accessed 15 September 2021)

Centre du commerce international (2012-2022). Invisible barriers to trade series (anciennement : ITC's Series on Non-Tariff measures). Disponible à l'adresse : <https://ntmsurvey.intracen.org/publications/itc-series-on-ntms/>

Centre du commerce international (2015). *Unlocking Markets for Women to Trade*. Disponible à l'adresse : <https://intracen.org/resources/publications/unlocking-markets-for-women-to-trade>

Centre du commerce international (2018). *Exploring Malawi's Export Potential*. ITC Geneva. https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1119/exploring-malawi-export-potential_final-low-res.pdf

Centre du commerce international (2021). ITC's Monthly Trade Briefs on The Global State of Trade. Disponible à l'adresse : <https://tradebriefs.intracen.org/2021/8#spotlight>

Centre du commerce international (2021). *Women's Participation in Trade in Uganda: Tapping into New Market Opportunities through Public Procurement and the AfCFTA - A Survey of Women-led Enterprises*. Disponible à l'adresse : https://ntmsurvey.intracen.org/media/12380/uganda_challenges_for_women_2021.pdf

Centre du commerce international et Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (2021). *Unlocking Regional Trade Opportunities for in Africa for a More Sustainable and Inclusive Future*. ITC, Geneva. https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1238/regionaltradeafrica_20211206.pdf

M. Haji, L. Kerbache, K. Mahaboob and T. Al-Ansari (2021). Critical Success Factors and Traceability Technologies for Establishing a Safe Pharmaceutical Supply Chain. Disponible à l'adresse : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34842786/>

Meliado, F. et al. (2019). Unlocking the hidden value of cotton by-products in African least developed countries. Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement Unlocking the hidden value of cotton by-products in African least developed countries | UNCTAD

Moderna (2021). Moderna to Build State-of-the-Art mRNA Facility in Africa to Manufacture up to 500 Million Doses Per Year. Communiqués de presse. <https://investors.modernatx.com/news-releases/news-release-details/moderna-build-state-art-mrna-facility-africa-manufacture-500>

Moshoeshoe et al. (2022). An exploratory assessment of the legislative framework for combating counterfeit medicines in South Africa. Disponible à l'adresse : <https://joppp.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40545-021-00387-8>

Mustafa Omer, A. (2019). Some Aspects of Fake and Counterfeiting of Drugs: Sudan Case. Disponible à l'adresse : <https://www.iomcworld.org/articles/pharmacovigilance-2019-some-aspects-of-fake-and-counterfeiting-of-drugs-sudan-case-abdeen-mustafa-omer-occupational-heal.pdf>

Mutisa, K. (2019). Volkswagen brings first electric cars to Rwanda. The Exchange. <https://theexchange.africa/africa/volkswagen-brings-first-electric-cars-to-rwanda/>

Ncube, P. et al. (2017). The Southern African poultry value chain. WIDER Working Paper 2017/97. Helsinki : UNU-WIDER. <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/wp2017-97.pdf>

S. Ozawa et al. (2018). Prevalence and Estimated Economic Burden of Substandard and Falsified Medicines in Low- and Middle-Income Countries a Systematic Review and Meta-analysis. Disponible à l'adresse : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30646106/>

Staritz, C., Morris, M., Plank, L. (2015). Clothing Global Value Chains and Sub-Saharan Africa: Global Exports, Regional Dynamics, Industrial Development Outcomes. Projet de document d'information sur les politiques. Secrétariat du Commonwealth. https://saiia.org.za/wp-content/uploads/2016/04/004-Morris-Starlitz-and-Plank_FINAL-for-printing.pdf

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (2017) From Regional Economic Communities to a Continental Free Trade Area: Strategic tools to assist negotiators and agricultural policy design in Africa. (Publication des Nations Unies, New York et Genève). https://unctad.org/system/files/official-document/webditc2017d1_en.pdf

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (2018) Identifying Regional Value Chains in Leather and Leather Products in Africa. (Publication des Nations Unies, New York et Genève). https://unctad.org/system/files/official-document/gdsecidc2017d6_en.pdf

Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (2018). The potential for the creation of Regional Value Chains in north Africa: a sector-based mapping. Disponible à l'adresse : <https://repository.uneca.org/bitstream/handle/10855/41843/b11929157.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (2020). Time for integrated regional value chains in Central Africa. Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement. Centre de presse. <https://archive.uneca.org/stories/time-integrated-regional-value-chains-central-africa>

Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (2021). ECA's Value Chain Investment Tool for Central Africa Gains Traction. Disponible à l'adresse : <https://www.uneca.org/stories/eca%E2%80%99s-value-chain-investment-tool-for-central-africa-gains-traction>

Programme des Nations Unies pour l'environnement (2020). Used vehicles and the environment: a global overview of used light-duty vehicles. Disponible à l'adresse : <https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/34175>

ONU Femmes (2019). Opportunities for women entrepreneurs in the context of the African Continental free Trade Area. Disponible à l'adresse : <https://africa.unwomen.org/en/digital-library/publications/2019/07/opportunities-for-women-in-the-acfta>

Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies (2020). UNWTO Adapts Agenda for Africa to Accelerate Tourism Recovery. Disponible à l'adresse : <https://www.unwto.org/news/unwto-adapts-agenda-for-africa-to-accelerate-tourism-recovery>

Organisation mondiale du tourisme des Nations unies (2021). AFRICA NEWS | VOLUME 19. AVRIL 2021. Voir <https://www.unwto.org/africa/africa-news-volume-19-april-2021> (accessed 15 September 2021).

Usman, Z. et Ovadia, U. (2021). Is There Any COVID-19 Vaccine Production in Africa?. Fondation Carnegie pour la paix internationale. <https://carnegieendowment.org/2021/09/13/is-there-any-covid-19-vaccine-production-in-africa-pub-85320>

Valerio, V.C. et al. (2020). Network analysis of regional livestock trade in West Africa. PLOS ONE 15(5): e0232681. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232681>

West Africa Competitiveness Programme (n.d.). Textiles and Garments Value Chains: West Africa Competitiveness Programme. Voir : <https://wacomp.projects.ecowas.int/value-chains/textile-and-garment/>

Banque mondiale (2013). Opening Doors: Gender Equality and Development in the Middle East and North Africa. Disponible à l'adresse : <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/12552>

Banque mondiale (2013). Growing Africa: Unlocking the Potential of Agribusiness. Banque mondiale. Washington, D.C. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/189541468007537925/pdf/759720REPLACEM0mmary0pub03011013web.pdf>

Banque mondiale (2015). Women, Business and the Law 2016. Disponible à l'adresse : <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/810421519921949813-0050022015/original/WomenBusinessandtheLaw2016.pdf>

Banque mondiale (2016). Factory Southern Africa? SACU in Global Value Chains. Banque mondiale. Washington, D.C. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/973351468195001238/pdf/102850-WP-P149486-Box394847B-PUBLIC-Factory-Southern-Africa-FINAL-PUBLISH-002.pdf>

Forum économique mondial (2021). Connecting Countries and Cities for Regional Value Chain Integration Operationalizing the AfCFTA. Forum économique mondial. Genève. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Regional_Value_Chain_Integration_Automotive_Case_Study_2021.pdf

Organisation mondiale de la santé (2021). Inside Africa's drive to boost medicines and vaccine manufacturing. Organisation mondiale de la santé. Éthiopie. <https://www.afro.who.int/news/inside-africas-drive-boost-medicines-and-vaccine-manufacturing>

Organisation mondiale de la santé (2018). Global status report on road safety . Disponible à l'adresse : <https://www.who.int/publications-detail-redirect/9789241565684>

Organisation mondiale du commerce (2021). Impacts of COVID-19 pandemic on cotton and its value chains: the case of C-4 and other LDCs. N/AG/SCC/W/40 - WT/CFMC/W/97. Organisation mondiale du commerce. Genève. [Impacts_of_the_COVID-19_pandemic_on_cotton_and_its_value_chains_Study_Web_E.pdf](https://www.wto.org/Trade_Economics/Trade_Economics_Papers/2021/21-11-10-impacts_of_the_COVID-19_pandemic_on_cotton_and_its_value_chains_Study_Web_E.pdf)

Imprimé par ITC Digital Printing Service.

Un pdf gratuit est disponible sur le site web de l'ITC:
www.intracen.org/publications

