

APE ET TENDANCES DES EXPORTATIONS DES PAYS D'AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

RÉSUMÉ

Les tendances commerciales de l'Afrique évoluent assez rapidement. L'analyse minutieuse des statistiques des exportations d'Afrique révèle des faits surprenants concernant les marchés qui sont, et seront dans les années à venir, les plus importants pour l'Afrique :

- 1) De façon générale, l'Europe reste le plus grand marché d'exportation de l'Afrique sub-saharienne. Cependant, les exportations d'Afrique destinées au marché intra-africain s'accroissent bien plus rapidement que les exportations destinées au marché de l'UE.
- 2) Pour certaines sous-régions et certains pays, comme la Communauté d'Afrique de l'Est, ainsi que des pays tels le Kenya, le Sénégal et la Zambie, le marché intra-africain est déjà un marché d'exportation plus grand que le marché européen.
- 3) L'Afrique a été et demeure le plus grand marché d'exportation des produits manufacturés d'Afrique sub-saharienne, devant celui de l'UE. Si les pays d'Afrique sub-saharienne tendent à s'industrialiser et à diversifier leurs échanges commerciaux, ce n'est pas tant l'UE qui représente la destination d'exportation la plus prometteuse mais plutôt l'Afrique.
- 4) La qualité des échanges commerciaux de l'Afrique sub-saharienne avec l'UE est discutable. Quelque 90 pour cent des exportations destinées à l'UE (à l'exclusion des exportations de l'Afrique du Sud) sont des combustibles et d'autres produits primaires et seuls 10 pour cent sont des produits manufacturés.

Si l'Afrique veut améliorer ses capacités industrielles, le marché le plus encourageant est son propre marché, le marché intra-africain, qui absorbe l'essentiel des exportations de produits manufacturés. A l'inverse, les exportations africaines à destination de l'UE sont principalement du pétrole, du gaz, des minéraux/ des matières premières, des produits de la mer et des fleurs.

Le marché intra-africain cependant risque d'être accaparé par les produits en provenance de l'UE, si les pays africains signent et mettent en œuvre des accords de partenariat économique (APE) avec l'UE.

Novembre 2010
Genève, Suisse

Le présent document analytique est produit par le Programme sur le commerce pour le développement (TDP) du Centre Sud pour aider à munir les pays en développement des connaissances et des outils leur permettant de s'engager à parts égales avec le Nord dans les négociations et les échanges commerciaux.

Les lecteurs sont encouragés à citer ou à reproduire le contenu du présent document pour leur usage personnel. Cependant, nous leur demandons de bien mentionner le Centre Sud comme source et d'envoyer au Centre Sud une copie de la publication dans laquelle apparaît la reproduction ou citation.

Une version électronique de ce document et d'autres publications du Centre Sud peut être téléchargée gratuitement à l'adresse suivante : <http://www.southcentre.org>

APE ET TENDANCE DES EXPORTATIONS DES PAYS D'AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

TABLE DES MATIÈRES

I. INTRODUCTION	3
II. L'UE EST LE PLUS GRAND MARCHÉ D'EXPORTATION DE L'AFRIQUE ; CONCERNANT LES PRODUITS NON PÉTROLIERS, LE COMMERCE INTRA-AFRICAIN DÉPASSE PRESQUE LES EXPORTATIONS DESTINÉES À L'UUE.....	3
III. LE MARCHÉ INTRA-AFRICAIN EST LE PLUS GRAND MARCHÉ DE CERTAINES SOUS RÉGIONS ET CERTAINS PAYS	4
IV. STRUCTURE EN ÉTOILE DU COMMERCE ENTRE L'UE ET L'AFRIQUE	6
V. L'AFRIQUE EST LE PLUS GRAND MARCHÉ D'EXPORTATION DES PRODUITS MANUFACTURÉS DES PAYS D'AFRIQUE SUB-SAHARIENNE	7
VI. CONCLUSION	9
ANNEXE STATISTIQUE	10

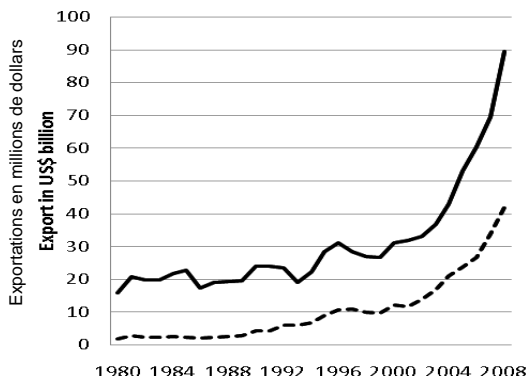
I. INTRODUCTION

1. Il convient de garder à l'esprit certaines tendances commerciales, d'autant que les pays d'Afrique sub-saharienne négocient des accords de partenariat économique (APE) avec l'Union européenne (UE). Comme la signature d'un APE coûtera très chère aux pays d'Afrique sub-saharienne, la présente analyse a pour objectif de les aider à faire un examen plus précis du rapport coûts/ avantages.

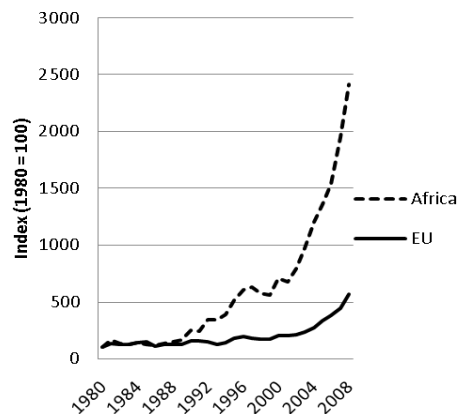
II. L'UE EST LE PLUS GRAND MARCHÉ D'EXPORTATION DE L'AFRIQUE ; CONCERNANT LES PRODUITS NON PÉTROLIERS, LE COMMERCE INTRA-AFRICAIN DÉPASSE PRESQUE LES EXPORTATIONS DESTINÉES À L'UE

2. Le graphique 1 ci-dessous montre que l'UE est encore, en termes absolus, le plus grand marché de l'Afrique. Cependant, le graphique 2 montre l'extraordinaire croissance du marché africain, par rapport à celle du marché de l'UE, pour les produits des pays d'Afrique sub-saharienne. Le taux de croissance du marché intra-africain a crû cinq fois plus vite que celui du marché de l'UE depuis 1980.

Graphique 1 : Exportations totales des pays d'Afrique sub-saharienne vers l'UE et l'Afrique



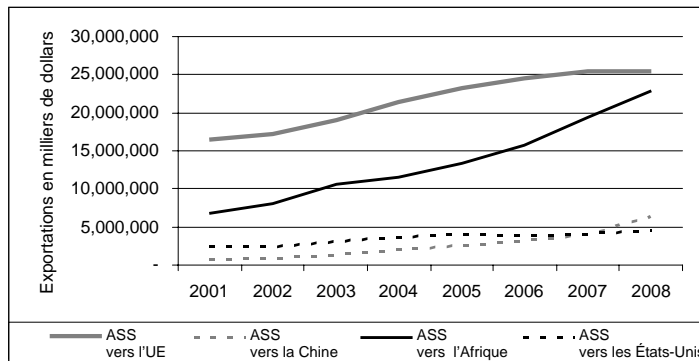
Graphique 2 : Comparaison du taux de croissance des deux marchés : le taux de croissance du marché africain est plus élevé



Source : Données tirées de UNCTADstat

3. L'Europe reste le marché numéro un des exportations de produits non pétroliers des pays d'Afrique sub-saharienne vers plusieurs destinations. Toutefois, l'Afrique n'est pas loin derrière et l'écart entre les exportations de produits non pétroliers destinées à l'UE et celles destinées à l'Afrique se réduit très rapidement.

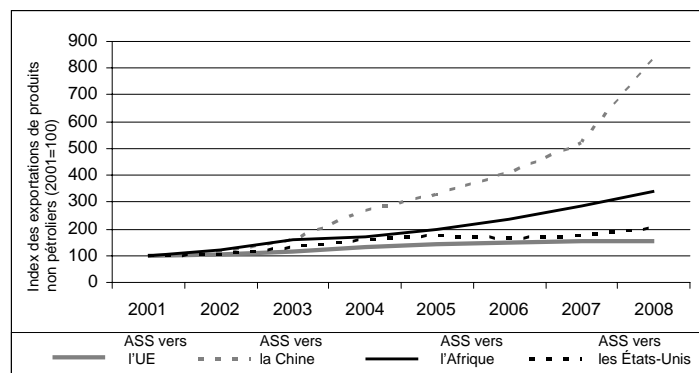
Graphique 3 : Exportations de produits non pétroliers des pays d’Afrique subsaharienne (sauf Afrique du Sud) vers plusieurs destinations



Source : Données tirées de TradeMap

4. En termes de croissance des divers marchés des exportations de produits non pétroliers provenant des pays d’Afrique subsaharienne, la Chine représente le marché qui connaît la croissance la plus rapide, suivie de l’Afrique, puis des États-Unis et de l’UE.

Graphique 4 : Croissance des exportations des produits africains non pétroliers vers plusieurs destinations



NOTE : Les exportations de « produits non pétroliers » comprennent tous les produits sauf ceux énumérés au chapitre 27 du Système harmonisé (combustibles minéraux, huiles minérales, produits de leur distillation, etc.)

Source : Données tirées de TradeMap.

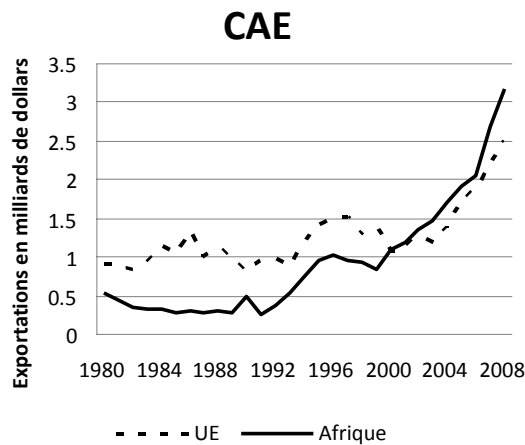
III. LE MARCHÉ INTRA-AFRICAIN EST LE PLUS GRAND MARCHÉ DE CERTAINES SOUS RÉGIONS ET CERTAINS PAYS

5. Le graphique 5 montre que les pays de la Communauté d’Afrique de l’Est (CAE) exportent davantage vers l’Afrique que vers l’UE. Les exportations à destination de l’UE représentaient environ 2,5 milliards de dollars des

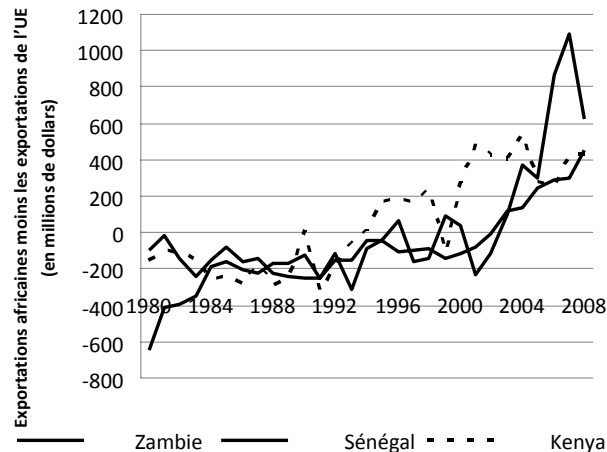
États-Unis, tandis que les exportations vers l’Afrique représentaient 3,2 milliards de dollars en 2008.

6. Le graphique 6 illustre cette tendance pour certains pays, comme le Kenya, le Sénégal et la Zambie. Les lignes au-dessus de zéro reflètent la mesure dans laquelle les exportations destinées au marché africain ont dépassé les exportations destinées à l’Europe.

Graphiques 5 et 6 : Exportations de la CAE, de la Zambie, du Sénégal et du Kenya vers les marchés européen et africain - L’Afrique est un marché plus important que l’UE



Source : Données tirées de UNCTADstat

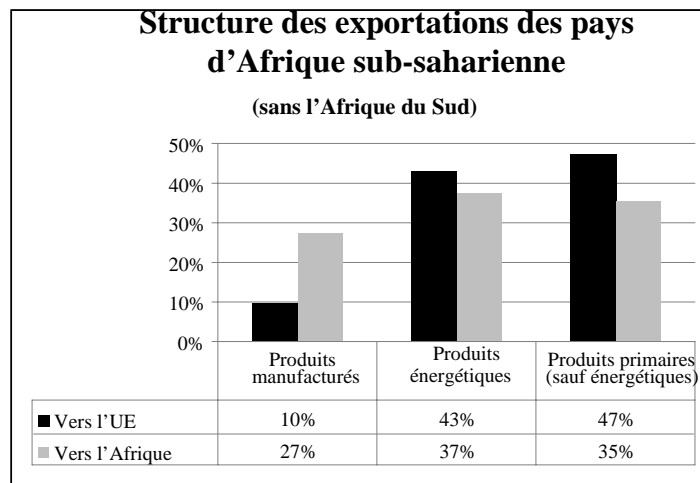


Source : Données tirées de UNCTADstat

IV. STRUCTURE EN ÉTOILE DU COMMERCE ENTRE L'UE ET L'AFRIQUE

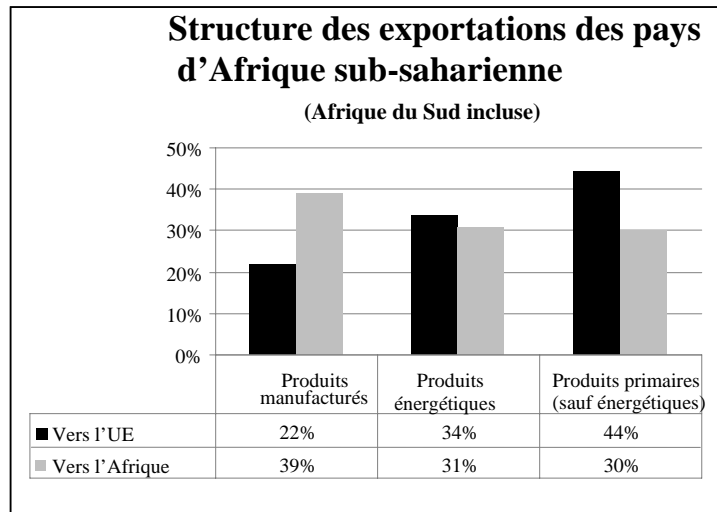
7. Pour que le commerce soutienne le développement, il est important que le commerce entre les pays soit de bonne qualité. Sinon, le volume des échanges commerciaux peut augmenter sans pour autant que le pays exportateur se développe ou que son processus d'industrialisation progresse.
8. Les échanges commerciaux entre l'UE et l'Afrique ont une structure en étoile. La qualité des exportations d'Afrique destinées à l'Europe est discutable, car elles consistent principalement en des produits primaires non transformés et des matières premières. Les graphiques 7 et 8 montrent que, d'après les données datant de 2004-2008, quelque 90 pour cent des exportations provenant d'Afrique sub-saharienne (à l'exclusion de l'Afrique du Sud) et destinées à l'Europe sont des combustibles et d'autres produits primaires. Seuls 10 pour cent des exportations à destination de l'Europe sont des produits transformés/manufacturés. Même si l'Afrique du Sud est prise en compte, les produits manufacturés représentent seulement 22 pour cent des exportations des pays d'Afrique sub-saharienne et les combustibles et les produits primaires représentent 78 pour cent des exportations. En d'autres termes, les pays d'Afrique sub-saharienne exportent principalement des matières premières vers l'Europe, tandis qu'ils importent surtout des biens d'équipement (par exemple, des machines) et d'autres produits à forte valeur ajoutée (par exemple, des médicaments, des voitures, des produits des technologies de l'information) provenant d'Europe.

Graphique 7 : Seuls 10% des exportations des pays d'Afrique sub-saharienne sont des biens manufacturés, 90% sont des produits énergétiques et primaires (Afrique du Sud exclue), 2004-2008



Source : Données tirées de UNCTADstat

Graphique 8 : Seuls 22% des exportations des pays d'Afrique sub-saharienne sont des biens manufacturés, 78% sont des produits énergétiques et primaires (Afrique du Sud incluse), 2004-2008



Source : Données tirées de UNCTADstat

9. A la différence des échanges commerciaux avec l'UE qui sont de moindre qualité, l'Afrique est le principal marché d'exportation de produits manufacturés provenant des pays d'Afrique sub-saharienne. La structure des exportations des pays d'Afrique sub-saharienne destinées à l'Afrique est bien plus élaborée que celle des exportations destinées à l'Europe.

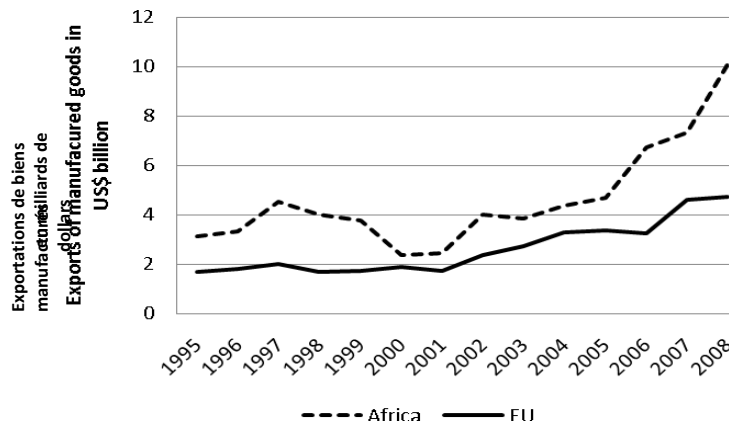
10. La qualité médiocre des échanges commerciaux avec l'UE n'est pas tant due à un problème d'accès au marché. La majorité des pays d'Afrique sub-saharienne font partie des pays les moins avancés (PMA) et bénéficient déjà d'un accès aux marchés de l'UE en franchise de droit et sans contingent. Il y a, cependant, d'autres obstacles à l'accès aux marchés de l'UE, comme le manque de compétitivité par rapport aux producteurs européens, les obstacles non tarifaires et les règles d'origine.

V. L'AFRIQUE EST LE PLUS GRAND MARCHÉ D'EXPORTATION DES PRODUITS MANUFACTURÉS DES PAYS D'AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

11. L'Afrique est le plus grand marché d'exportation des produits manufacturés des pays d'Afrique sub-saharienne (graphique 9). En 2008, les exportations de produits manufacturés des pays d'Afrique sub-saharienne vers l'Afrique (à l'exclusion de l'Afrique du Sud) représentaient 10 milliards de dollars, contre 4,8 milliards de dollars vers l'Europe.

12. Si les pays d’Afrique sub-saharienne veulent s’industrialiser et diversifier leurs échanges commerciaux, l’Afrique est donc le marché le plus important.

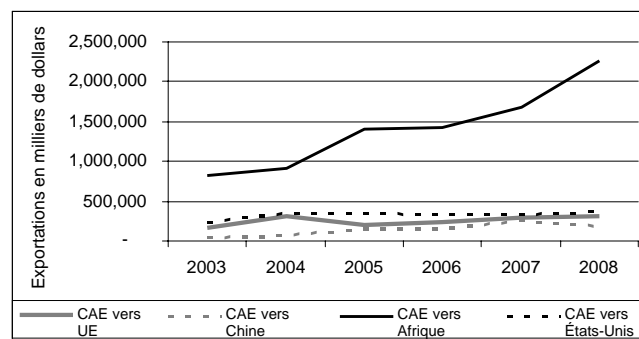
Graphique 9 : Les exportations de produits manufacturés des pays d’Afrique sub-saharienne (à l’exclusion des exportations de l’Afrique du Sud)



Source : Données tirées de UNCTADstat

13. Quant aux pays de la CAE, leurs exportations de produits industriels sont essentiellement destinées au marché africain, plutôt qu’au marché européen ou à d’autres marchés. Par conséquent, le commerce entre pays de la CAE est très important pour leur industrialisation.

Graphique 10 : Exportations de produits industriels des pays de la CAE vers plusieurs destinations, 2003-2008



NOTE : Les exportations de « produits industriels » comprennent tous les produits industriels (au sens utilisé dans les négociations de l’OMC sur l’accès aux marchés pour les produits non agricoles – AMNA- sauf ceux prévus au chapitre 3 du Système harmonisé – produits de la pêche).

Source : Données tirées de TradeMap. Les chiffres sont tirés des données concernant les importations des pays de destination.

VI. CONCLUSION

14. La qualité des échanges commerciaux entre les marchés de l'Afrique subsaharienne et de l'UE est contestable, au vu des 90% des exportations comptant pour des produits pétroliers et primaires (sans compter les exportations de l'Afrique du Sud). Ce sont en grande partie du pétrole, du gaz, des minéraux, des matières premières et des produits de la mer.
15. Par contre, le marché africain est de loin le marché le plus grand pour l'Afrique subsaharienne en termes d'exportation de produits manufacturés.
16. Cette situation changerait si le marché sub-saharien était ouvert à l'UE suite à la signature d'APE. L'UE a demandé aux pays africains d'éliminer les tarifs douaniers appliqués à au moins 80 pour cent des échanges commerciaux avec l'UE ou à au moins 80 pour cent des lignes tarifaires des pays d'Afrique subsaharienne. Dans ce cas, les tarifs appliqués à de nombreuses lignes tarifaires de produits industriels en Afrique seraient abaissés à zéro.
17. L'incapacité à protéger les toutes nouvelles industries africaines à l'aide de tarifs douaniers entraînera l'effondrement de beaucoup d'industries ou empêchera de développer de nouvelles industries. Les producteurs africains perdraient la possibilité qu'ils ont actuellement d'accéder à un plus grand marché interne de produits manufacturés, car ils se trouveraient en concurrence avec les exportations de produits manufacturés de l'UE sur leur propre marché régional. Une situation telle que celle-là n'annoncerait rien de bon pour les perspectives d'industrialisation de l'Afrique, ni pour l'intégration commerciale de l'Afrique.

ANNEXE STATISTIQUE

1. La plupart des données commerciales utilisées dans ce document sont tirées de UNCTADstat, sur la base de la Classification type pour le commerce international (CTCI). Les concepteurs de la CTCI ont tenté de faire refléter le degré de transformation des biens auxquels il est fait référence. Par conséquent, la classification CTCI contient deux grandes catégories de produits : les produits de base dont le degré de transformation est faible et les biens manufacturés dont le degré de transformation est élevé. Les tableaux ci-dessous donnent un aperçu des produits visés.

Tableau 1 - catégories de produits de la CTCI

Principale catégorie	Sous-catégorie	Code CTCI
Produits de base (faible degré de transformation)	Produits alimentaires de base	CTCI 0, 22, 4
	Boissons et tabac	CTCI 1
	Minerais, métaux, pierres précieuses et or à usages non monétaires	CTCI 27, 28, 667, 68, 971
	Produits énergétiques (charbon, pétrole, gaz et énergie électrique)	CTCI 3
Biens manufacturés (fort degré de transformation)	Produits chimiques	CTCI 5
	Machines et matériel de transport	CTCI 7
	Biens manufacturés classés essentiellement par matières*	CTCI 6 sauf 667 et 68
	Autres biens manufacturés*	CTCI 8

*Plus de détails dans le tableau ci-dessous

Tableau 2 - Catégories de produits de la CTCI : détail des biens manufacturés

Biens manufacturés classés essentiellement par matières	61 - Cuirs et peaux préparées et ouvrages en cuir 62 - Caoutchouc manufacturé 63 - Ouvrages en liège et en bois (à l' exclusion des meubles) 64 - Papiers, cartons et ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton 65 - Fils, tissus, articles textiles façonnés et produits connexes 66 - Articles minéraux non métalliques manufacturés 67 - Fer et acier 69 - Articles manufacturés en métal
Autres biens manufacturés	81 - Constructions préfabriquées ; appareils sanitaires et appareillage de plomberie, de chauffage et d'éclairage 82 - Meubles et leurs parties ; articles de literie, matelas, sommiers, coussins et articles similaires rembourrés ou garnis intérieurement 83 - Articles de voyage, sacs à main et contenants similaires 84 - Vêtements et accessoires du vêtement 85 - Chaussures

	87 - Instruments et appareils professionnels, scientifiques et de vœux 88 - Appareils et fournitures de photographie et d'optique ; montres et horloges 89 - Articles manufacturés divers
--	---

2. La justesse de ces catégories est discutable. Par exemple, les boissons, les cigarettes et les fleurs coupées sont des produits à valeur ajoutée relativement élevée. En outre, au sein de la vaste catégorie des « produits de base » la transformation est évidente pour certains produits : l'essence d'aviation est un produit à plus forte valeur ajoutée que le pétrole brut, or les deux produits sont classés dans la même catégorie des « produits de base ». Néanmoins, ces deux vastes catégories rendent grossièrement compte du degré de transformation des produits décrits et sont généralement utilisées par les offices nationaux de la statistique dans le monde, comme Eurostat en Europe.

3. Certains chiffres sont basés sur les données issues de TradeMap du Centre du commerce international (ITC). TradeMap classe les marchandises selon le Système harmonisé (SH), qui est une nomenclature internationale définie par l'Organisation mondiale des douanes (OMD). Cette nomenclature permet aux pays de classer en douane les marchandises faisant l'objet d'échanges commerciaux selon une classification commune. Le SH comprend environ 5 300 descriptions d'articles/ de produits sous forme de titres et de sous-titres et organisées en 96 chapitres. Les six chiffres peuvent être lus par groupe de deux. Les deux premiers chiffres (SH-2) se réfèrent au chapitre sous lequel les marchandises sont classées ; par exemple, le code 09 correspond au café, thé, maté et épices. Les deux chiffres suivant (SH-4) correspondent aux sous-groupes à l'intérieur d'un chapitre ; par exemple, le code 09.02 correspond au thé, même aromatisé. Les deux chiffres suivant (SH-6) sont encore plus précis ; par exemple, le code 09.02.10 correspond au thé vert (non fermenté), etc. Jusqu'au code SH-6, tous les pays qui utilisent le SH classent les produits de la même manière.

ÉTUDE D'AUDIENCE
Document analytique du Centre Sud

APE ET TENDANCES DES EXPORTATIONS DES PAYS D'AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

Un objectif important du Centre Sud est de fournir des analyses brèves au moment opportun sur des sujets spécifiques clés en cours de négociation à l'OMC ou dans d'autres forums multilatéraux comme l'OMPI. Nos publications constituent un des moyens utilisés pour atteindre cet objectif,

Afin d'améliorer la qualité et l'utilité de nos publications, nous aimerions bénéficier de votre avis, de vos commentaires et de vos suggestions concernant cette étude.

Votre nom et adresse (facultatif) : _____

Quel est votre principal domaine d'activités ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Formation ou recherche | <input type="checkbox"/> Médias |
| <input type="checkbox"/> Gouvernement | <input type="checkbox"/> Organisation non gouvernementale |
| <input type="checkbox"/> Organisation internationale | <input type="checkbox"/> Autre (prière de préciser) |

Cette publication vous a-t-elle été utile ? [Un seul choix possible]

- | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Très utile | <input type="checkbox"/> Assez utile | <input type="checkbox"/> Peu utile | <input type="checkbox"/> Inutile |
|-------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
- Pourquoi ?*

Comment jugez-vous le contenu de cette publication ? [Un seul choix possible]

- | | | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Excellent | <input type="checkbox"/> Très bon | <input type="checkbox"/> Satisfaisant | <input type="checkbox"/> Faible |
|------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|

Remarques : _____

Voudriez-vous figurer sur notre liste de diffusion pour les envois électroniques ou sur papier ? Oui Non

Si oui, veuillez préciser :

Électronique - veuillez indiquer votre nom et votre adresse électronique :

Papier - veuillez indiquer votre nom et votre adresse postale :

Confidentialité des données personnelles : Vos coordonnées personnelles seront traitées en toute confidentialité et ne seront pas transmises à des tiers. Le Centre Sud n'utilisera les coordonnées que vous avez communiquées que pour vous faire parvenir, si vous le désirez, des copies de nos publications en version électronique ou sur papier. Vous êtes libres de vous retirer de nos listes de diffusion à tout moment.

Veuillez retourner ce formulaire par courrier électronique, fax ou poste à :

South Centre Feedback
Chemin du Champ d'Anier 17
1211 Genève 19
Suisse
Email : south@southcentre.org
Fax : +41 22 798 8531



**Chemin du Champ d'Anier 17
Case postale 228, 1211 Genève 19
Suisse**

**Téléphone : (41 22) 791 8050
Fax : (41 22) 798 8531
Email : south@southcentre.org**

**Site Web :
<http://www.southcentre.org>**