



# FAIRE DU COMMERCE UNE RÉALITÉ: STRATÉGIE NATIONALE D'EXPORTATION



Centre du  
Commerce  
International





## « FAIRE DU COMMERCE UNE RÉALITÉ »

Les pays cherchent sans relâche à améliorer le niveau de vie de leur population. Le commerce et l'investissement sont essentiels dans l'atteinte de cet objectif, grâce à l'augmentation des recettes en devises étrangères, la diversification de l'économie et l'amélioration quantitative et qualitative de l'emploi.

Le développement du commerce et la compétitivité ne se produisent pas par hasard. Ils se façonnent. Ils exigent une approche délibérée et réfléchie pour réduire les obstacles au commerce, éliminer les problèmes de compétitivité, identifier les possibilités de croissance et définir un plan d'action. Tout en tenant compte de la nécessité d'une économie plus équitable, inclusive et plus verte.

Une **Stratégie Nationale d'Exportation** (SNE) facilitée par le Centre du Commerce International (ITC) va au-delà de la rédaction du document de stratégie. Elle est conçue pour favoriser le commerce et la compétitivité, pour mettre en place les systèmes, les structures et les compétences

nécessaires afin d'assurer la mise en œuvre et l'atteinte des résultats escomptés. Une Stratégie Nationale d'Exportation est une solution locale qui non seulement identifie les objectifs généraux, mais fournit des réponses spécifiques aux problèmes critiques de développement.

Lorsqu'un pays collabore avec l'ITC, les parties prenantes concernées des secteurs public et privé se réunissent pour piloter l'élaboration d'une stratégie visant à renforcer les bases de la compétitivité.

La mise en œuvre de la stratégie permet de réaliser des gains économiques immédiats et d'atteindre les objectifs de développement à long terme. Les petites et moyennes entreprises (PME), qui représentent 90% de l'ensemble des entreprises dans le monde, deviennent plus résilientes et plus compétitives sur le plan économique grâce à l'amélioration de leurs capacités de production, à une meilleure préparation à l'entrée sur les marchés et à un environnement commercial plus favorable.

## QU'EST-CE QU'UNE STRATÉGIE NATIONALE D'EXPORTATION ?

Une Stratégie Nationale d'Exportation répond de façon tactique aux besoins et opportunités actuels et futurs concernant l'amélioration des rendements des secteurs d'exportation, l'augmentation des recettes en devises étrangères, la stimulation de la création d'emplois. Ceci grâce à des mesures spécialement conçues pour les entreprises et

l'écosystème commercial, ainsi que des politiques pour soutenir la résilience des chaînes de valeur et favoriser un commerce plus inclusif et écologique.

La Stratégie Nationale d'Exportation est la plus **complète** des stratégies. Elle traite non seulement de la promotion du commerce, mais aussi des capacités de production, de l'environnement économique, des conditions d'accès aux marchés et des questions liées au développement.



©Shutterstock

## POURQUOI MON PAYS A-T-IL BESOIN D'UNE STRATÉGIE NATIONALE D'EXPORTATION ?

La mise en œuvre d'une Stratégie Nationale d'Exportation favorise non seulement la croissance des exportations et la compétitivité des entreprises, mais soutient également le développement socioéconomique du pays.

Une SNE est un plan stratégique national élaboré par le pays, pour le pays, avec la participation importante des parties prenantes. Elle permet à un pays partenaire :

- **d'acquérir une compréhension accrue** des questions de commerce et d'exportation et de savoir comment les aborder ;
- **d'approfondir l'intégration** au sein des marchés régionaux et internationaux ;
- **de diversifier les produits** et les destinations d'exportation en développant les marchés existants et les nouveaux marchés ;
- **d'améliorer les performances** des petites entreprises sur les marchés locaux et mondiaux ;
- **de stimuler l'investissement** en identifiant les domaines prioritaires à fort potentiel ;
- **de renforcer le partenariat** et le dialogue **public-privé** pour stimuler le développement du commerce ;
- **d'établir un cadre de gestion de la mise en œuvre** qui génère des résultats.

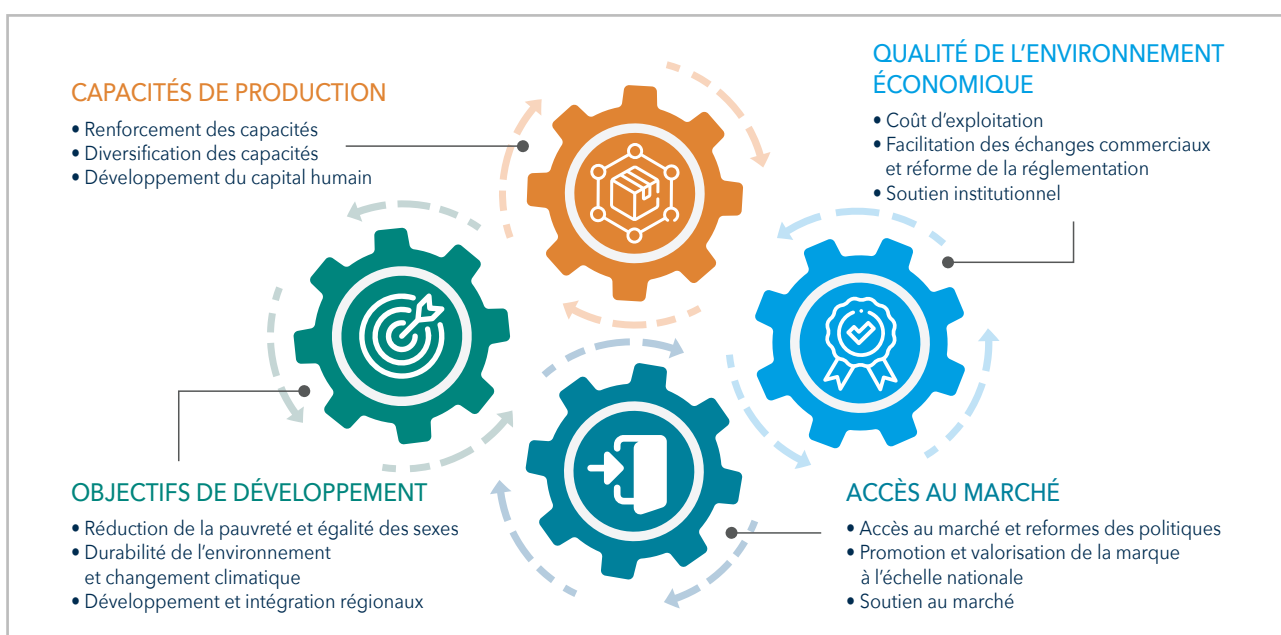
Chaque stratégie est adaptée aux objectifs nationaux, tels que le développement de secteurs spécifiques, les fonctions d'appui au commerce, notamment l'indépendance économique des femmes, l'emploi des jeunes ou la durabilité environnementale.

Une Stratégie Nationale d'Exportation facilitée par l'ITC a pour but :

- **d'adresser les problèmes d'approvisionnement** afin de saisir les opportunités sur le marché international en (i) augmentant la productivité, le volume de production, la qualité et la valeur ajoutée, (ii) en diversifiant les gammes de produits existantes et (iii) en créant de nouveaux produits et services et (iv) en investissant dans les compétences professionnelles et techniques des travailleurs ;
- **d'améliorer l'environnement économique** (i) en examinant les procédures réglementaires et administratives qui limitent les exportations, (ii) en réduisant le coût d'exploitation, et (iii) en améliorant la qualité des services institutionnels qui soutiennent les petites entreprises, les exportateurs et les investisseurs ;
- **d'éliminer les obstacles d'accès au marché** (i) en comprenant les conditions d'accès au marché et en améliorant la politique commerciale grâce à une évaluation des taxes douanières, des barrières non tarifaires et des questions d'entrée connexes, (ii) en améliorant l'image internationale du pays pour stimuler les exportations et les investissements étrangers et soutenir les exportateurs grâce à des activités de promotion des exportations, de diffusion de l'information commerciale et d'identification des opportunités d'affaires ;
- **d'atteindre les objectifs de développement** (i) en stimulant les contributions du commerce au développement socioéconomique et à la croissance inclusive, (ii) en soutenant le commerce écologique, la durabilité de l'environnement et l'adaptation aux changements climatiques et (iii) en éliminant les obstacles au développement et à l'intégration régional.



# MON PAYS A DÉJÀ MIS EN PLACE DES POLITIQUES ET DES STRATÉGIES COMMERCIALES – EN QUOI EST-CE DIFFÉRENT ?



Une Stratégie Nationale d'Exportation facilitée par l'ITC est unique. Elle s'appuie sur les plans et politiques nationale existantes tout en mettant l'accent sur des actions concrètes pour obtenir les résultats escomptés. La répétition d'un même travail est donc évitée.

Elle est conçue grâce à la collaboration et à la coordination entre tous les principaux acteurs commerciaux pour soutenir le développement des exportations et la compétitivité des entreprises. Elle repose sur un dialogue **et un partenariat public-privé** solides et sur des analyses approfondies axées sur le marché menées au niveau des politiques, de l'écosystème commercial et des entreprises afin d'identifier et de définir les principales priorités pour améliorer le rendement du commerce et de l'investissement.

La stratégie prévoit des **étapes ciblées et mesurables** pour renforcer tous les aspects commerciaux dans un pays, de la production à la promotion.

Une Stratégie Nationale d'Exportation soutenue par l'ITC est :

- **gérée par les pays** : le pays partenaire établit les priorités. Les personnes qui géreront, mettront en œuvre et bénéficieront de la stratégie sont impliquées dans sa conception. L'ITC présente sa méthodologie de conception stratégique bien établie et des conseils tout au long du processus.
- **inclusive et participative** : tous ceux qui travaillent sur le développement des exportations et sur la compétitivité dans un pays participent pleinement au processus de conception, de bout en bout.
- **basée sur des stratégies et plans existants** : la stratégie intègre les résultats et les recommandations des plans, politiques et stratégies existants afin d'éliminer toute répétition et d'assurer la cohérence avec les objectifs du gouvernement.
- **de portée générale** : la stratégie aborde un large éventail de problèmes qui limitent la compétitivité internationale, y compris les contraintes d'approvisionnement, la qualité de l'environnement commercial, les exigences d'accès au marché et les problèmes liés au développement.



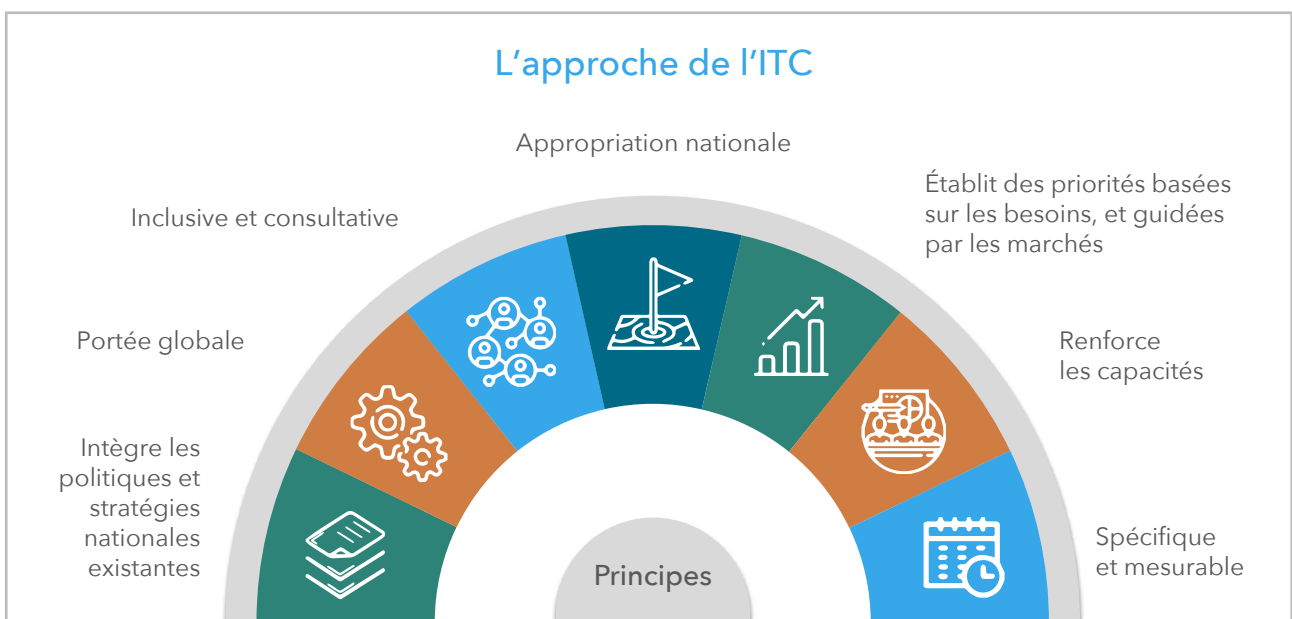
©Shutterstock

- **axée sur les besoins et le marché**: avec un temps et des ressources limités, l'accent est mis sur les secteurs qui offrent les meilleures perspectives en matière de développement des exportations et de compétitivité des petites entreprises conformément aux conditions internationales du marché.
- **axée sur le renforcement des capacités**: grâce au processus de conception, les parties prenantes d'un pays acquièrent la capacité de concevoir, de gérer et d'appliquer leurs propres stratégies d'exportation.
- **spécifique et mesurable**: la stratégie définit les actions à entreprendre, les personnes qui doivent les mener, la date à laquelle elles doivent le faire, les ressources nécessaires et les objectifs à atteindre. Les cibles et les mesures d'impact sont également spécifiées. Les partenaires sont clairs sur leurs engagements, sur la promotion de la transparence et de la collaboration.

Une Stratégie Nationale d'Exportation réussit là où d'autres plans ne le peuvent pas parce qu'elle :

- **est détenue** et soutenue par les plus hauts niveaux des secteurs public et privé ;
- **hiérarchise les actions** et les secteurs à améliorer en fonction des ressources disponibles ;
- **répond aux besoins nationaux** et à la demande internationale du marché ;
- **intègre un plan de mise en œuvre dans la phase de conception**, ce qui facilite son implantation.

L'ITC apporte son soutien à chaque étape, de la conception à la mise en œuvre, fort de plus de 50 années d'expérience en matière de commerce international et de développement, y compris en matière **de stratégie d'exportation depuis 2003**.





# COMMENT EST CONÇUE UNE STRATÉGIE NATIONALE D'EXPORTATION ?

Une Stratégie Nationale d'Exportation complète peut être élaborée entre 10 et 12 mois.

Le processus est géré par les acteurs majeurs du commerce, du gouvernement, du secteur privé, des institutions et de la société civile, et ce grâce à la méthodologie, aux formations et autres outils d'accompagnement de l'ITC.

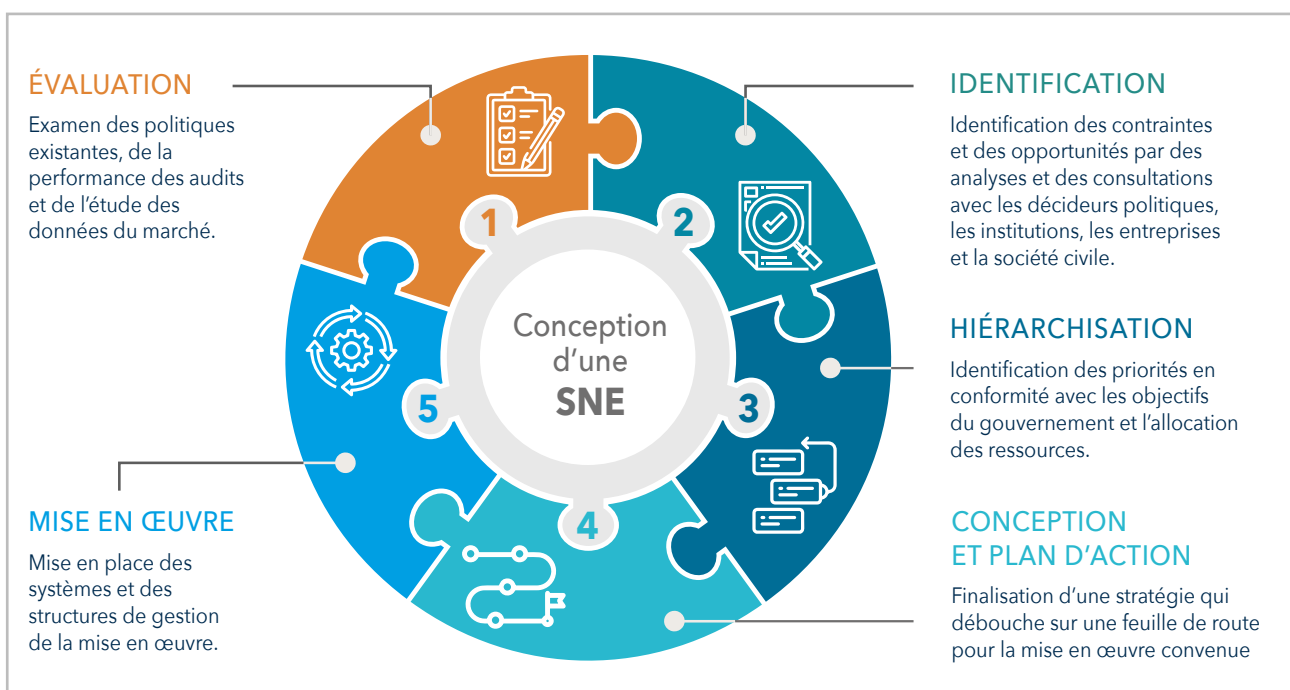
La stratégie vise à renforcer les secteurs prioritaires et les principales fonctions d'appui au commerce. En général, une Stratégie Nationale d'Exportation met en lumière **des secteurs**, par exemple le café, la transformation du bois ou le tourisme, et **des fonctions d'appui au commerce**, comme le commerce électronique ou la gestion de la qualité.

La création de la Stratégie Nationale d'Exportation inclue notamment les étapes suivantes:

- **évaluer** la position, le rendement et la compétitivité actuelle d'un pays à travers des audits spécialisés. Les plans et les stratégies de développement

existants sont passés en revue afin d'assurer leur conformité avec les objectifs du gouvernement.

- **identifier** les obstacles qui limitent le développement des exportations, sur la base d'une compréhension claire des points forts, des faiblesses et des possibilités et exigences du marché. Définir les meilleures opportunités de développement des marchés pour une croissance économique durable et inclusive.
- **établir des priorités** d'un secteur à l'autre et au sein des secteurs afin d'identifier les meilleures possibilités de croissance économique durable parmi les fonctions d'appui au commerce et d'améliorer l'environnement commercial général.
- **concevoir** un plan d'action détaillé approuvé par toutes les parties prenantes, en définissant les actions à entreprendre, les personnes qui doivent les mener, la date à laquelle elles doivent le faire, les ressources nécessaires et les objectifs à atteindre.





## QUE SE PASSE-T-IL APRÈS L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE NATIONALE D'EXPORTATION ?

Pour profiter pleinement des avantages de la stratégie, un pays peut travailler avec l'ITC afin de gérer la mise en œuvre de la stratégie.

L'aide à la mise en œuvre de la stratégie de l'ITC permet à un pays partenaire de :

- **mettre en place des structures et des systèmes efficaces** permettant aux parties prenantes de collaborer et de coordonner les activités, de résoudre les problèmes et de maintenir la stratégie à jour pour répondre à l'évolution de la dynamique de marché, tout en favorisant la responsabilisation et la transparence. La mise en place d'une coordination solide entre les principales parties prenantes permet de réduire les lacunes et la duplication des efforts, ainsi que d'optimiser l'utilisation des ressources, les réservant à la mise en œuvre des priorités de la stratégie.
- mobiliser les compétences et les ressources nécessaires pour gérer la mise en œuvre, par le biais du **renforcement des capacités et d'un appui technique et consultatif**. Le renforcement des capacités fourni par l'ITC en personne et en ligne est flexible et adapté aux besoins du pays. L'appui consultatif est basé sur l'expertise mondiale et les meilleures pratiques de l'ITC, y compris celles tirées de son vaste réseau de partenaires et de praticiens. Parmi les thèmes du module de formation figurent l'établissement d'un dialogue et d'une coordination entre les secteurs public-privé, la planification et la mobilisation des ressources, la collecte de données, le suivi des résultats et la présentation des rapports sur les progrès réalisés, ainsi que la sensibilisation et la communication.
- Utiliser un outil personnalisable pour planifier, coordonner, mesurer et hiérarchiser les aspects du processus de mise en œuvre. L'ITC fournit une application Web appelée **Outil de gestion de la mise en œuvre de la stratégie** ([www.tradestrategy.org](http://www.tradestrategy.org)), qui s'appuie sur les outils de suivi et de contrôle existants dans le pays, tout en les complétant, favorisant ainsi la transparence, la responsabilisation et la précision.

L'outil de gestion de la mise en œuvre de la stratégie permet aux partenaires des ministères, des institutions, des associations sectorielles et des agences de développement :

- **de collecter**, partager et archiver des informations sur la mise en œuvre de la stratégie de manière interactive ;
- **d'accéder** aux données actualisées et personnalisées sur les progrès de la mise en œuvre, les nouveaux projets et les modalités d'engagement, consultables par donateur, institution ou localisation géographique ;
- **d'identifier** les différences et doublons existants entre les initiatives déjà en place et les priorités stratégiques, ainsi que les obstacles freinant leur mise en œuvre, afin d'optimiser l'utilisation des ressources.
- **de créer** des rapports, des graphiques et des supports de communication sur les progrès de la mise en œuvre, à partager avec le public.

L'appui à la gestion de la mise en œuvre de l'ITC peut être adapté aux besoins d'un pays partenaire.





Algeria  
Afghanistan  
Belize  
Botswana  
Bhutan  
Burkina Faso  
Cambodia  
Cameroon  
Cote D'Ivoire  
Curaçao  
Dominica  
Ethiopia  
Ecuador  
Fiji  
Ghana  
Gambia  
Guinea  
Grenada  
Iran  
Iraq  
Jamaica  
Jordan  
Kenya  
Kazakhstan  
Kyrgyzstan  
Qatar  
Laos  
Lesotho  
Mauritius  
Mali  
Micronesia  
Mongolia  
Morocco  
Mozambique  
Myanmar  
Nepal  
Pakistan  
Palestine  
Romania  
Rwanda  
Samoa  
Liberia  
Senegal  
Solomon Island  
South Sudan  
Sri Lanka  
Saint Lucia  
Saint Vincent and the Grenadines  
Swaziland  
Tajikistan  
Tunisia  
Tanzania  
Uganda  
Ukraine  
Uzbekistan  
Vietnam  
Yemen  
Zambia  
Zimbabwe

**+100**  
Trade Strategies

**+50**  
Sectors

**+60**  
Countries

## CONTACT

**Anton J. Said**

Chef, Stratégie d'exportation, ITC

International Trade Centre

54-56 Rue de Montbrillant

1202 Genève, Suisse

Téléphone : +41 22 730 0588

Email: [said@intracen.org](mailto:said@intracen.org)

[www.intracen.org/our-work/topics/trade-development-strategies](http://www.intracen.org/our-work/topics/trade-development-strategies)

[www.tradestrategy.org](http://www.tradestrategy.org)

Suivez l'ITC sur Twitter, Facebook, LinkedIn et Instagram