

Favoriser le commerce, l'entrepreneuriat et les PME dans le monde arabe

Torek Farhadi

Les pays en développement manquent d'intelligence économique, d'informations sur les normes des produits, et d'un meilleur accès au financement innovant

Le commerce transfrontalier mais aussi transrégional est en passe de devenir de moins en moins abstrait grâce aux nouvelles technologies

Aujourd'hui qui dit libre circulation des biens et des services doit aller encore plus loin et favoriser la libre circulation des travailleurs et des capitaux

Investir pour le développement du commerce international, c'est améliorer le niveau des infrastructures et le climat des affaires en vue d'accroître les échanges économiques, et aussi d'avoir un effet favorable sur la croissance. Cela passe aussi par l'investissement financier dans le capital humain et l'innovation, créant de nouveaux débouchés d'emploi pour ceux qui arrivent sur le marché du travail, notamment les femmes et les jeunes, et facilitant ainsi leur intégration socio-économique. Assurer une stratégie de développement du commerce qui soit équitable est du ressort des gouvernements.

Comment rendre au commerce son pouvoir d'accélérateur de croissance ?

Il est vrai que les gouvernements ratifient les accords commerciaux et les entreprises font des affaires dans le secteur privé. Si ces accords commerciaux bilatéraux et multilatéraux étaient mieux expliqués aux PME des pays en développement, cela leur permettrait de mieux profiter des marchés à l'exportation. Des efforts devraient être faits afin de créer un climat d'affaires tirant mieux parti de l'ouverture des marchés que procurent les traités de libre-

échange. Les bénéfices sur la balance des paiements des pays exportateurs se feraient également ressentir. Le commerce permettrait de créer des emplois qualifiés de nature plus pérenne et de réduire les inégalités et la pauvreté. Il reste beaucoup à faire pour démystifier le commerce international aux yeux des dirigeants des PME et cela est vrai pour les pays développés aussi. Les politiciens devraient reconnaître l'importance du commerce comme accélérateur de croissance et harmoniser leurs actions pour apporter d'avantage d'aide aux organismes de soutien au commerce. De tels organismes devraient être en mesure de sensibiliser et informer les PME sur les possibilités de débouchés commerciaux sur les marchés émergents à forte croissance démographique, tels que l'Asie et l'Afrique.

Comment renforcer la compétitivité des PME des pays en développement ?

Parmi les facteurs de compétitivité qui manquent aux entreprises des pays en développement, on peut citer l'intelligence économique qui leur donnerait plus de visibilité sur leurs marchés cibles, les informations sur les normes des produits, et un meilleur accès au finance-

ment innovant et aux autres garanties spéciales à l'exportation. Il reste aussi à atteindre une logistique plus rationnelle permettant d'économiser les coûts de conditionnement et de transport et ceci nécessite, dans certains cas, plus d'investissements dans l'infrastructure. Ainsi, ces facteurs auraient pour effet d'ajouter un coefficient de compétitivité aux entreprises, réduisant les prix de revient et les rendant plus concurrentiels sur les marchés de destination. Une meilleure infrastructure routière et portuaire contribuerait à l'intégration régionale, favorisant aussi les opportunités de collaboration industrielle entre pays voisins, chacun d'eux apportant leurs domaines de compétitivité. Qui dit marché plus large, dit aussi marché avec plus de concurrence, qui profiterait au consommateur final.

Dans quelle mesure les nouvelles technologies offrent des possibilités pour les jeunes de s'intégrer au commerce mondial ?

Aujourd'hui, la jeune génération de femmes et d'hommes entrepreneurs qui offrent les produits et services de leurs micro-entreprises sur les réseaux de vente en ligne sont susceptibles de bénéfici-

Torek Farhadi, conseiller principal, accès aux financements pour les PME dans le commerce international, facilitation des échanges et environnement des affaires. Centre du commerce international (CCI). Genève.

cier de l'ouverture des marchés mondiaux. Les plateformes de commerce électronique telles qu'Ali Baba et Ebay, changent désormais la donne de façon positive en permettant d'utiliser des méthodes de règlement simplifiées comme les cartes de crédit ou le système Paypal, pour effectuer des paiements internationaux. Un micro entrepreneur peut voir son client qui se trouve au bout du monde grâce aux applications dont il dispose sur son téléphone portable et communiquer avec lui à moindre coût. Le commerce transfrontalier mais aussi transrégional est en passe de devenir de moins en moins abstrait grâce aux nouvelles technologies qui offrent la possibilité de mettre des catalogues de produits en ligne et donc une plus grande transparence, ce qui est bénéfique à la fois pour l'acheteur et le vendeur.

Comment favoriser les chances des petites et moyennes entreprises sur l'échiquier du commerce mondial ?

Le succès passe par l'amélioration de la qualité des produits (car oui, il faut avoir un produit de qualité pour affronter les marchés compétitifs internationaux), par la connaissance des conditions d'accès à ces marchés, et l'utilisation des techniques de marketing pour répondre aux goûts des consommateurs locaux. Les cadres des entreprises devraient bénéficier de formations adaptées en vue d'acquérir une meilleure connaissance des pratiques commerciales de leurs clients potentiels. L'information constitue un socle fondamental pour réussir dans n'importe quelle entreprise. La capacité d'obtenir des informations sur les marchés de destination et la connaissance des besoins et attitudes d'achat des consommateurs améliorent les chances de succès des produits destinés à l'export. Pour vendre, il faut aussi comprendre le «

PME par secteur économique

	Services % du total (2007/13 ^a)	Industrie % du total (2007/13 ^a)	Commerce % du total (2007/13 ^a)
Liban	21,4	11,2	62,6
Palestine	49,6	35,5	13,8
Égypte	(..)	51	40
Tunisie	33,5	11,9	33,5
Algérie	48,6	16	(..)
Maroc	44,4	37,2	17,6

^a. Dernières données disponibles pour la période. (..) Données non disponibles

Source : OCDE: "Implementation of the "Small Business Act" for Europe in the Mediterranean Middle East and North Africa 2014. Briefing note", février 2014.

Banque mondiale (2013), MENA knowledge and learning "Supporting job creation and innovation through MSME development in MENA", mars 2013.

mode de vie » de son client. Mais pour trouver cette information, il faut pouvoir maîtriser certaines langues étrangères. En effet, l'enseignement des langues étrangères dans le système éducatif n'est pas suffisamment perçu comme faisant partie de l'arsenal de compétitivité des entreprises.

Aujourd'hui, la compétitivité d'un produit se mesure désormais sur une combinaison d'éléments tels que : la qualité du produit, sa valeur ajoutée, son aspect innovateur, son image de marque, le respect des règles de la propriété intellectuelle, le respect de l'environnement lié à la production et au conditionnement, son service après-vente et, enfin, le prix.

Le système éducatif devrait-il mieux préparer les jeunes pour réussir dans le secteur privé ?

Le système éducatif aussi bien au niveau secondaire qu'universitaire, devrait promouvoir l'esprit d'entrepreneuriat chez les jeunes. À l'heure actuelle beaucoup de jeunes préfèrent encore la sécurité de l'emploi dans la fonction publique, même si les salaires y sont moins élevés. En réalité, les emplois du secteur public ne vont pas croître en nombre dans le futur ; d'après les

statistiques de la Banque mondiale, la poussée démographique dans les pays de l'Afrique du Nord et du Moyen Orient devrait conduire ces pays à créer quatre à cinq millions d'emplois par an, voire plus selon la conjoncture économique, pour répondre à la demande des jeunes qui arrivent sur le marché du travail. Le défi majeur est donc de créer non seulement des emplois, mais de créer des emplois qualifiés donc plus valorisants pour les jeunes d'aujourd'hui. Le commerce peut permettre cela car il crée un lien d'intégration des jeunes à la vie active. Cependant, le système éducatif doit être mieux adapté afin de préparer les jeunes aux exigences du secteur privé.

Quel doit être le rôle des gouvernements pour rassembler les forces productives autour du progrès lié à l'innovation ?

L'exemple des pays qui ont réussi dans le commerce mondial nous montre que les pouvoirs publics de ces pays ont mené une réelle politique d'investissement commercial et ont soutenu et favorisé la création et le développement de produits vers des segments et surtout des niches de marché particulièrement porteurs.

Les investissements doivent porter non seulement sur les infrastructures routières et portuaires, améliorant ainsi la logistique, mais aussi dans des secteurs tels que l'innovation et la recherche universitaire, à travers des partenariats université-industrie destinés aux jeunes chercheurs. Il faut aussi que les pouvoirs publics participent et légifèrent de façon systématique sur l'autonomisation des femmes exerçant une activité économique, principalement dans le commerce. Concernant les jeunes, il faudrait mettre en relation les pépinières de « jeunes pousses », les nouvelles entreprises innovantes, avec les entreprises à taille et vocation globales. Ainsi ces jeunes pousses pourraient travailler sur des projets concrets pouvant être exploités plus rapidement par le monde des affaires.

Quelles sont les perspectives de synergie entre commerce et développement ?

Aux gouvernements de définir la stratégie nationale à l'exportation et de garantir les investissements nécessaires, afin d'assurer le développement potentiel de tel ou tel secteur. Ceci permettrait également d'identifier des secteurs de produits niches et d'octroyer des avantages aux entreprises exerçant dans ce secteur d'activité. Cela dépend aussi du niveau des ressources que les pouvoirs publics sont prêts à investir pour permettre une « spécialisation compétitive » de telle ou telle industrie. L'exemple du textile en Turquie, au Pakistan et au Bangladesh montre ce potentiel, mais pour commencer il a fallu établir un dialogue fécond entre les pouvoirs publics et le secteur privé afin d'obtenir des avantages et des conditions permettant à ces secteurs de se hisser au niveau mondial. Au final, tout le monde est sorti gagnant. Le pays jouit d'exportations plus importantes et accroît l'entrée de devises. Les entreprises du secteur privé gagnent des parts de marché à l'exportation et, en

exportant davantage, elles créent de l'activité économique et des emplois dans leur pays.

Comment favoriser l'accès au financement pour soutenir l'entrepreneuriat et renforcer la compétitivité ?

L'accès au financement devrait se faire : premièrement par l'octroi de crédits spéciaux provenant des fonds d'innovation ; deuxièmement par la mise en place d'avantages fiscaux pour les entreprises qui réinvestissent leurs profits dans la recherche et le développement ; et troisièmement par des fonds d'investissements privés. Dans les pays en développement, les transferts de fonds des travailleurs expatriés atteignent des milliards de dollars chaque année dans certains pays. Dans beaucoup de cas, les familles qui reçoivent cet argent le dépensent pour des besoins de consommation courante. Tenant compte de cet état de fait, il est du ressort des gouvernements d'organiser une réflexion sur comment mettre en œuvre un système capable de diriger ces fonds vers des investissements productifs, par exemple vers des projets innovants ou l'entrepreneuriat des femmes, à travers des mesures d'incitations fiscales.

Les marchés des capitaux devraient être plus diversifiés pour permettre l'octroi de crédits à plus long terme, avec des taux d'intérêts moins élevés. L'entrepreneur local ou l'investisseur étranger qui voudrait s'installer dans le pays devrait avoir accès à un plus grand éventail de choix pour se financer : emprunter, accepter du capital risque, ou vendre des actions préférentielles sur les marchés des capitaux. En retour, l'entrepreneur devrait recevoir des formations spécialisées afin de mieux gérer sa relation avec ses investisseurs : travailler dans un esprit de partage de risque avec eux et mettre en place des systèmes de gestion fiables dans l'entreprise afin que l'investisseur soit continuellement informé sur l'évolution de l'entreprise. Cette transparence permettrait d'attirer en-

core plus de capitaux vers l'entreprise. Grâce à cette information, les banques pourraient mieux évaluer le risque de traiter avec ces PME et leur offrir un meilleur accès au crédit, ce qui permettrait à un entrepreneur de mieux gérer son entreprise en lui donnant la possibilité de réaliser des économies d'échelle et donc de renforcer sa compétitivité.

En quoi la coordination régionale est-elle une nécessité ?

Les gouvernements sont aussi bien placés pour réaliser la coordination régionale nécessaire avec les pays voisins, afin que les biens et services transitent à travers les frontières sans problèmes et tracasseries administratives, qui en réalité taxent lourdement la compétitivité. Ainsi, les petites entreprises pourraient commercer avec plus de souplesse au-delà des frontières. Ceci dit, trouver des solutions aux questions techniques qui se posent au niveau du commerce international n'est pas suffisant. En effet, certains accords prennent énormément de temps à se matérialiser, concrètement sur le terrain, dû à des considérations d'ordre politique entre pays. Aujourd'hui qui dit libre circulation des biens et des services, doit aller encore plus loin dans cette logique et favoriser la libre circulation des travailleurs et des capitaux aussi. L'UE, en tant qu'entité politique et économique, est un très bon exemple dans ce domaine, pour les autres régions du monde.

En conclusion, je suis convaincu que la réussite d'une entreprise aujourd'hui dépend de sa capacité à concurrencer d'autres entreprises au niveau local ou régional, mais aussi à pouvoir exercer son activité au sein de la chaîne de valeur des entreprises mondiales. ■

Les points de vue exprimés n'engagent que l'auteur et d'aucune manière le CCI, l'ONU ou l'OMC. Les appellations employées n'impliquent pas l'expression d'une opinion quelconque de la part du CCI quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention des entreprises, des produits et marques de produits n'implique pas l'approbation du CCI.