

LES AGENCES DE PROMOTION DES EXPORTATIONS ET LEUR INTÉGRATION DANS LES RÉSEAUX RÉGIONAUX D'APPUI AU COMMERCE



L'AEC DANS LA GRANDE CARAÏBE

LES AGENCES DE PROMOTION DES EXPORTATIONS ET LEUR INTÉGRATION DANS LES RÉSEAUX RÉGIONAUX D'APPUI AU COMMERCE

Au fil des années, les Agences de Promotion des Exportations (APE / OPC) ont joué un rôle important, en contribuant à la diffusion des biens et services (voire des investissements dans certains cas) des pays.

Lorsque nous évoquons le thème au niveau de la région d'Amérique latine, nous devons souligner le travail réalisé ces derniers temps par des agences comme EXPORTAR (Argentine), CEPROBOL (Bolivie), APEX (Brésil), PROCHILE (Chili), PROEXPORT (Colombie), PROMPEX (Pérou), avec des mandats spécifiques de promouvoir les exportations à travers des outils de développement de l'offre exportable, l'ouverture de marchés internationaux et des actions d'appui à la gestion des entreprises.

Dans leur grande majorité, les agences indiquées sont orientées non seulement vers « l'augmentation du volume total », mais aussi vers la « diversification » des ventes externes de

chaque pays.

Toutefois, nous devons reconnaître que tant dans la région d'Amérique latine que dans l'espace dénommé la « Grande Caraïbe », il nous manque une vraie diversification de l'offre exportable des pays qui les constituent.

Les preuves empiriques suggèrent que la concentration sectorielle proprement dite des exportations est négativement associée à la croissance économique. Les principaux mécanismes sont entre autres :

Une faible diversification des exportations peut impliquer une haute vulnérabilité à des chocs sectoriels spécifiques et une haute volatilité des rentrées de devises par les exportations et la croissance.

Une diversification réduite limite la croissance de la productivité en vertu du fait qu'elle ne favorise ni une augmentation de l'efficacité dans l'utilisation des facteurs de production ni un apprentissage efficace à travers l'activité exportatrice.

On pose souvent la question de la pertinence des APE / OPC, ou si nous construisons une bureaucratie inutile lorsque nous comparons leurs activités aux activités commerciales exécutées par les ambassades et les consulats des pays.

Les énoncés antérieurs génèrent une série de questions additionnelles :

Toutes les représentations diplomatiques ont-elles des sections commerciales dûment dotées d'un personnel qualifié pour exécuter l'activité (pas simple et très spécifique) de promotion commerciale ?

Les mécanismes institutionnels de coordination qui existent entre les agences et les attachés commerciaux sont-ils suffisants ?

Existe-il une structure d'incitations pour stimuler de manière efficace les activités de promotion du commerce ?

Des études récentes menées par la Banque interaméricaine de Développement (BID) (Antoni Estevadeordal, Jessica Luna et Christian Volpe Martincus, 2007) ont donné comme résultat que « les agences de promotion des exportations favorisent l'expansion des exportations de biens plus différenciés. Spécifiquement leurs bureaux à l'étranger contribuent à accroître tant le nombre de

produits exportés que le volume moyen des exportations par produit, notamment dans le cas des biens les plus complexes ».

Conscients des tendances influant sur le monde du commerce international en évolution, l'ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) (Institut espagnol de Commerce extérieur) a été créé à Madrid le 17 juin 1999, sur initiative de l'Espagne, et le Red Iberoamericana de Organizaciones de Promoción del Comercio Exterior (Réseau latino-américain des Organisations de Promotion du Commerce extérieur - Red Ibero), initiative de la Banque interaméricaine de Développement (BID), a été créé pour servir d'espace de discussion pour l'approfondissement des relations des organisations membres, la discussion de thèmes techniques d'intérêt commun et l'échange d'expériences et d'outils de promotion commerciale réussis.

Depuis sa création, différentes rencontres ont été organisées par ses membres pour étudier les actions qui permettraient de développer des activités conjointes pour la promotion des affaires entre les chefs d'entreprise des pays membres : Argentine, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Cuba, Equateur, Le Salvador, Espagne, Guatemala, Honduras, Mexique, Nicaragua, Panama, Paraguay, Pérou, Portugal, Porto Rico, République dominicaine, Uruguay et Venezuela.

Les entités impliquées dans cette initiative, dont les caractéristiques varient d'un pays à l'autre, sont responsables de la direction des travaux de promotion des exportations, de d'attraction d'investissements, et de prestation de services de développement des entreprises en appui à l'internationalisation.

Depuis l'origine de l'Association des États de la Caraïbe (AEC), les Chefs d'État et de gouvernement qui l'ont créée se sont accordés sur le fait qu'afin de consolider l'espace économique élargi pour le commerce et les investissements, il était aussi nécessaire de créer des espaces pour les chefs d'entreprise et les agences de promotion de la région, où ils échangent des connaissances et opportunités d'affaires, qui permettraient de contribuer à la résurgence d'une culture entrepreneuriale au sein de la Grande Caraïbe.

C'est ainsi que l'AEC organise depuis 11 ans l'échange entre chefs d'entreprise de la Grande Caraïbe, à travers ses Forums des Entreprises, et le suivi du Réseau caribéen de Promotion des Exportations, composé des agences homologues responsables desdites fonctions dans chacun de ses États membres.

Récemment, le Red Ibero a invité l'AEC à participer à sa XVe Réunion ordinaire tenue à Bogota, Colombie, le 31 octobre et le 1er novembre courant, sous les auspices de PROEXPORT Colombie. Parmi ses objectifs, cette rencontre était destinée à incorporer l'AEC dans le travail exécuté au niveau de l'Amérique latine.

Après avoir analysé les caractéristiques des deux espaces et identifié l'impérieuse nécessité d'unir les efforts entre les deux régions, le Red Ibero a convenu d'organiser une Réunion avec les APE / TPO de la Grande Caraïbe et avec l'Alliance centraméricaine d'Agences de Promotion des Exportations (ACAPEX), afin que conjointement ils puissent développer des stratégies et en même temps partager avec le Réseau caribéen d'APE/OPC les outils/initiatives développées (« bonnes pratiques » en la matière), favorisant la croissance des exportations entre les deux hémisphères du continent et leur insertion dans le commerce international.

Parmi les participants à la réunion se trouvaient la présidente de PROEXPORT Colombie, María Claudia Lacouture et le président actuel du Red Ibero, César Freund, Directeur de l'Unité de Coopération internationale de PROMPERU, ainsi que le Directeur du Commerce et des Relations économiques extérieures de l'AEC, Alberto Durán.

Depuis l'AEC nous réitérons l'importance de l'échange d'espaces communs entre la région de la Caraïbe et de l'Amérique latine, dans l'assurance que cette collaboration contribuera à l'amélioration du renforcement des capacités régionales commerciales requises pour accroître et diversifier les biens et services générés dans la région de la Grande Caraïbe.

Alberto Durán Espallat est le Directeur du Commerce de l'Association des États de la Caraïbe (AEC). Toute correspondance ou commentaire éventuel peut être adressé à feedback@acs-aec.org