

# **PLATE FORME DE CONCERTATION DU SECTEUR PRIVE**

---

## **6<sup>ème</sup> EDITION DU CAMEROON BUSINESS FORUM**

**Communication sur le thème :**

**Compétitivité du Commerce Extérieur du Cameroun :  
Propositions du Secteur privé**

***Par Charles KOOH II***

**Président du Secrétariat Technique du Comité de Compétitivité**

**Douala, le 09 mars 2015**

***Monsieur le Premier Ministre, Chef du Gouvernement,***

***MM. les Ministres,***

***Mmes et Messieurs les Chefs d'entreprises,***

***Mesdames, Messieurs***

Permettez-moi de démarrer cet exposé par deux constats :

Tout d'abord, je voudrais souligner les efforts déployés pour améliorer le climat des affaires grâce aux réformes engagées par les pouvoirs publics en associant le secteur privé ; la concertation public-privé est une réalité au Cameroun, en témoigne les présentes assises.

Ensuite, il est établi par les spécialistes et les observateurs de la vie économique, que l'économie camerounaise demeure en 2015 parmi les moins attractives et les moins compétitives comme l'illustre le recul du pays dans les classements internationaux, notamment ceux du Doing Business et du World Economic Forum. Dans son dernier rapport 2014-2015 sur la compétitivité globale, le World Economic Forum classe le Cameroun au 116<sup>ème</sup> rang des économies compétitives sur 144 pays, contre la 115<sup>ème</sup> place en 2013-2014. Le pays a reculé de quatre rangs en deux ans. Au niveau de l'Afrique, le Cameroun est passé de la 13<sup>ème</sup> à la 17<sup>ème</sup> place en deux ans. Enfin en Afrique Centrale, il est classé 10 rangs derrière le Gabon qui est passé de la 112<sup>ème</sup> place à la 106<sup>ème</sup> au niveau mondial.

Face donc aux défis économiques auxquels notre pays est aujourd'hui confrontés sur le chemin devant le conduire à son émergence en 2035, il est important de se donner comme objectifs d'inverser la tendance actuelle, d'agir sur les leviers appropriés et de mettre en place les conditions visant à accélérer la croissance et à créer des emplois.

La présente communication qui porte sur la compétitivité du commerce extérieur du Cameroun s'inscrit dans la vision sus-évoquée. Elle est une contribution à la dynamique évoquée, plaçant la compétitivité du commerce extérieur parmi les principaux leviers du processus d'accélération de la croissance.

Le commerce extérieur représente près de 60% du produit intérieur brut (PIB). C'est donc un levier important pour booster la croissance. En effet, une balance commerciale équilibrée est un indicateur du dynamisme du secteur productif, de la capacité d'un pays à produire et à exporter des biens et services pour mieux s'intégrer dans le commerce mondial. La capacité du commerce à créer des emplois et à redistribuer des revenus est reconnue dans la stratégie économique du Gouvernement. Le Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi (DSCE) réaffirme la volonté du Gouvernement à développer, à promouvoir et à diversifier le commerce extérieur de biens et services à forte valeur ajoutée afin de soutenir une croissance durable et créatrice d'emplois.

Cette communication va s'articuler autour de trois parties essentielles à savoir : (i) Performances du commerce extérieur, (ii) Positionnement concurrentiel de nos produits d'exportation et (iii) Propositions d'amélioration de la situation actuelle.

## **I. Performances du commerce extérieur du Cameroun**

### **I-1 Balance Commerciale du Cameroun**

La balance commerciale du Cameroun est structurellement déficitaire depuis 2007. Evoluée à 1 073,6 milliards en 2011, elle a atteint 1 142,7 milliards en 2012 et se situe à 1 054,4 milliards FCFA en 2013. Il est projeté une aggravation de ce déficit en 2014 et 2015 avec la hausse prévisible des importations de biens d'équipements destinés aux grands projets d'investissement pour la période 2015-2020 et la volatilité des cours du pétrole.

### **I-2 Exportations**

Entre 2011 et 2013, les recettes d'exportation ont progressé de 4,4%, rythme insuffisant pour couvrir le niveau élevé des importations du pays.

Les exportations sont peu diversifiées et sont dominées par les produits primaires. En 2013, les produits pétroliers (pétrole brut, carburants et lubrifiants) fournissent près de 54,5% des recettes d'exportation, le bois et ouvrages en bois contribuent pour 10,5% tandis que cinq produits agricoles (cacao brut, café, coton, banane et caoutchouc) fournissent 19,3% des recettes. La valeur des autres produits manufacturés ne représente que 8,7% des recettes d'exportation.

Les exportations ont été pénalisées par d'importantes dégradations de leurs cours sur le marché mondial.

### **I-3 Importations**

Les dépenses d'importation ont légèrement diminué en 2013 (-1,2%) après avoir régulièrement progressé depuis 2010. Avec l'avancement des grands projets structurants, l'on devrait s'attendre à une forte reprise des importations, notamment le matériel de transport, les machines et appareils mécaniques.

Les achats des produits de l'agriculture ont absorbé 20,8% des dépenses, les produits pétroliers et les mines 31,9% et les produits manufacturés 47,2%). S'agissant spécialement des produits alimentaires, les importations du riz ont coûté à elles seules au pays 504,2 milliards FCFA en trois ans.

#### **1-4 Taux de couverture des importations par les exportations**

Le taux de couverture, qui permet d'apprécier la mesure dans laquelle les importations sont financées par les exportations, se situe à 67,9% en 2013, soit une perte de 9 points en 4 ans. Hors pétrole, ce taux est 40,9% en 2013.

#### **1-5 Orientation géographique**

Quant à l'orientation géographique des échanges, l'Union Européenne demeure le premier partenaire en absorbant près de 54,5% des exportations et en fournissant 33,4% des importations. La Chine est devenue un partenaire avec lequel il faudra désormais compter. En 2013, la Chine a absorbé 15,3% des exportations et procuré 10,4% des importations contre respectivement 8,5% et 10,6% en 2012. Elle est ainsi devenue le premier client bilatéral devant l'Espagne, le Pays-Bas et la France. Le Nigéria est le premier fournisseur devant la France et la Chine. Les échanges avec les pays de la CEMAC représentent moins de 5% des exportations et moins de 3% des importations du Cameroun.

#### **Globalement l'on peut retenir que :**

- i) Suite à une faible progression des exportations et du fait des importations massives de produits alimentaires et des produits intermédiaires ou finis, la balance commerciale du Cameroun est structurellement déficitaire, avec un déficit qui va en s'aggravant ;

- ii) Les exportations sont concentrées sur un petit nombre de produits bruts dominés par les produits pétroliers. Les cinq premiers produits exportés fournissent 76,5% du total des recettes ;
- iii) Les cours mondiaux sont volatiles et dépendent des variations de la demande des pays consommateurs ;
- iv) Les partenaires commerciaux ont peu varié avec en tête l'Union Européenne (50% des échanges hors pétrole), suivi de la Chine. Le grand marché nigérian n'est pas suffisamment capitalisé;
- v) Les parts de marché du Cameroun dans le commerce mondial restent marginales : en moyenne, 0,02% pour les exportations et 0,04% pour les importations ;
- vi) L'existence de nombreuses contraintes à l'exportation parmi lesquelles :
  - les contraintes liées à l'offre (coûts de production élevés, insuffisance quantitative et qualitative de la production pour répondre à la demande, etc.) ;
  - la contrainte monétaire ;
  - les incohérences des politiques fiscales et douanières.

## **II. Positionnement concurrentiel de quelques produits d'exportation**

### **2.1 La Filière bois**

Le bois est le second produit d'exportation avec 13,3 % des recettes derrière le pétrole. Avec plus de 45 000 emplois créés, la filière bois contribue pour 6% au PIB du pays. Les exportations de bois ont été pénalisées en 2014 par la congestion du port de Douala et par l'accumulation des crédits de TVA.

Les principales faiblesses de la filière sont :

- une faible participation des nationaux ;
- une faible transformation de grumes ;
- l'abattage illégal de bois ;
- une faible valorisation de la ressource ligneuse et environnementale ;
- l'insuffisance de main-d'œuvre qualifiée.

### **2.2 La filière cacao**

Avec plus de 220 milliards les exportations de cacao représentent en moyenne le quart (1/4) de la valeur totale des exportations hors pétrole. Le Cameroun est 5<sup>ème</sup> producteur mondial du cacao avec environ 6 % des exportations mondiales, loin derrière la Côte d'Ivoire (31 %) et l'Indonésie (16 %), le Ghana et le Nigéria.

Les principales contraintes à la compétitivité de la filière sont : le vieillissement du verger et des producteurs, la mauvaise qualité de la fermentation et du séchage.

### **2.3 La filière coton-textile-confection**

Les exportations de coton brut représentent environ 6 % des exportations totales (hors pétrole) et environ 1 % de la production mondiale. Rappelons que l'Afrique dans son ensemble fournit globalement 18 % des exportations mondiales de coton, dont 8 % pour la zone CFA.

Environ 3 % de la fibre de coton produite au Cameroun fait l'objet d'une transformation locale.

Les contraintes au développement du segment aval de la filière sont la concurrence des fibres et tissus importés, la faible compétitivité des industries existantes, la faible formation des différents types d'acteurs ainsi que le manque d'organisation des circuits de distribution.

## **2.4 La filière café**

Le café poursuit son effondrement entamé ces dernières années. Dans les régions d'implantation historique, il est supplanté par les produits d'exportation concurrents, (caoutchouc brut, banane).

La production nationale de café commercialisée est passée de 132 000 tonnes en 1986 à moins de 16 000 tonnes en 2013. Le Cameroun est ainsi devenu un petit producteur de café en Afrique en termes de volume d'exportation, loin après l'Ouganda, l'Éthiopie, la Côte d'Ivoire et la Tanzanie.

## **2.5 La filière caoutchouc naturel**

Les exportations de caoutchouc représentent environ 7% des exportations totales (hors pétrole) et seulement 0,4% de la production mondiale. Dans l'ensemble, la filière caoutchouc brut est performante et dynamique. Le principal défi de la filière paraît être le développement accéléré de l'hévéaculture villageoise et privée, à capitaux nationaux, pouvant produire pour les unités industrielles existantes et à venir.

## **2.6 La filière banane**

La banane dessert du Cameroun constitue, après le bois et à l'exclusion du pétrole, le deuxième produit d'exportation du pays en volume.



Un gap de compétitivité important existe par rapport à la banane dollar d'Amérique latine. Il provient des facteurs suivants :

- un prix des intrants (engrais, cartons, plastiques...), plus cher pour les producteurs camerounais d'environ 10 %;
- un prix du fret plus élevé sur les lignes Afrique-Europe que sur les lignes Amérique-Europe, dû aux plus faibles volumes transportés;
- la parité euro/dollar, qui assure aux producteurs latino-américains une recette, exprimée en monnaie locale, de 20 à 40 % supérieure des producteurs camerounais;
- un niveau de formation et de productivité insuffisant de toutes les strates de la main-d'œuvre;
- des infrastructures de plantation obsolètes ou insuffisantes.

Au total, on relève que ces six produits qui contribuent pour près de 28% dans les recettes d'exportation, disposent de réelles potentialités de développement pourvu que quelques contraintes parmi celles relevées ci-dessus soient évacuées

### **III. Propositions d'amélioration de la compétitivité du commerce extérieur du Cameroun et de sa contribution dans la croissance**

Le Cameroun dispose des atouts pouvant permettre de booster son commerce extérieur. En effet :

- Il est membre de la CEMAC, de la CEEAC, soit un marché de près 150 millions de consommateurs ;
- Il a une proximité géographique avec le Nigéria, première économie africaine avec un marché de près de 200 millions d'habitants.

Pour ne pas demeurer un gros importateur, le défi de la compétitivité est donc réel et interpelle aussi bien les pouvoirs publics que le secteur privé. La compétitivité du commerce extérieur devrait être une priorité de premier ordre. D'où les propositions ci-dessous qu'on peut regrouper autour de deux grands axes : (i) la diversification de l'économie pour accroître l'offre des produits à l'exportation et (ii) l'implication accrue des entreprises dans la sophistication et la labellisation des produits made in cameroon. Nous suggérons donc de :

#### **1) Poursuivre la diversification de l'économie**

A travers l'organisation, suivant une approche chaîne de valeur, des filières de croissance prioritaires ciblées avec un accompagnement public permettant de renforcer la compétitivité des segments stratégiques. La politique des agropoles devrait être poursuivie avec plus d'efficacité ;

#### **2) Accélérer la mise en place des Zones Economiques**

Les filières bois, coton/textile/confection pourraient être retenues au départ pour servir à créer des zones économiques pilotes.

**3) Rendre opérationnelle l'Agence de Promotion des Exportations**

**4) Mettre en place une stratégie d'accompagnement des entreprises exportatrices**

Par la simplification des procédures, l'accès au financement, la mise à niveau des entreprises de transformation ;

**5) Développer des infrastructures d'accompagnement à l'export**

Notamment : les marchés frontaliers, la construction des zones de conditionnement et de stockage ;

**6) Soutenir avec des ressources conséquentes le Programme national de mise à niveau des PMI**

Particulièrement celles qui transforment les matières premières locales et tournées vers l'exportation

**7) Développer des pôles de compétitivité et des initiatives de clusters**

Les pôles de compétitivité peuvent fortement stimuler la compétitivité et la sophistication de l'activité économique en accroissant l'effort d'innovation, facteur clef de la compétitivité.

**8) Encourager le commerce régional et sous-régional**

**9) Déployer une véritable stratégie pour la conquête des marchés de niche :**

Principalement au sein des pays de l'Union Européenne, dans le cadre de l'APE en cours de négociation, notamment en matière d'indication géographique (IG), de commerce équitable et biologique.

**10) Mettre en place une stratégie de développement du commerce transfrontalier de produits vivriers**

**11) Implication accrue des entreprises dans la qualité et la labellisation des produits.**

Les entreprises savent que produire à l'export constitue un défi particulier ; les avantages réglementaires sont certes nécessaires, mais ne suffisent pas. L'amélioration de la qualité de leurs produits, l'optimisation de leurs choix techniques et technologiques, le développement de la recherche appliquée, l'amélioration de leurs modes de management et de marketing, la valorisation de leur capital humain, sont des facteurs d'amélioration de leur compétitivité, pour être un acteur à la hauteur des exigences du marché international.

**12) Lancer une Etude spécifique sur le potentiel d'exportation de nos principaux produits d'exportation (caoutchouc, bois, etc.)**

**13) Encourager l'implantation au Cameroun des entreprises étrangères dans nos secteurs prioritaires à l'export**

**14) Positionner le Cameroun et ses entreprises dans les chaînes internationales de valeur :**

- Fluidifier les échanges par le renforcement de nos plateformes logistiques.
- Poursuivre la simplification des démarches liées au Commerce Extérieur.
- Valoriser la qualité des services associés aux produits.

Mettre à niveau les normes techniques, sanitaires et phytosanitaires.

**15) Mettre en place un mécanisme de coordination et d'évaluation de toutes les initiatives actuelles pour améliorer la compétitivité du commerce extérieur :**

- Renforcer l'efficacité des outils au service du développement à l'international des entreprises et de l'attractivité du Cameroun.
- Mutualiser les savoir-faire et expertises.
- Permettre à tous les acteurs de constituer une véritable "Equipe" lisible, où chacun connaît son rôle et offrant des prestations claires, accessibles, homogènes et de qualité.

**16) Mettre sur place une stratégie rénovée de notre commerce extérieur**

Il s'agira :

- d'organiser et de renforcer la capacité d'exportation de nos entreprises ;
- faciliter l'accès à des financements compétitifs
- vendre nos produits aux bons endroits ;
- faire le benchmark des meilleures pratiques sur le commerce extérieur et construire une stratégie de "réciprocité" dans les échanges.

Pour terminer, nous suggérons que la Plateforme du Secteur Privé développe ces propositions comme contribution à une "Stratégie Rénovée" pour améliorer la compétitivité de notre commerce extérieur. Le Comité de Compétitivité est disposé à apporter sa contribution à cette démarche.

***Je vous remercie pour votre aimable attention.***