



SENEGAL

Ministère du Commerce, de
l'entrepreneuriat et du secteur informel



STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS SENEGALAISES SOUS AGOA



■ agence sénégalaise de promotion des exportations

Sommaire

1. INTRODUCTION	3
1.1 CONTEXTE	3
1.2 RESUME DE LA STRATEGIE	4
2. SITUATION DES ECHANGES COMMERCIAUX DU SENEGAL	5
2.1 SITUATION GENERALE DES EXPORTATIONS	5
2.2 FACTEURS CONTRIBUTIFS A LA PERFORMANCE DES EXPORTATIONS	7
2.3 ECHANGES COMMERCIAUX ENTRE LE SENEGAL ET LES ETATS UNIS	9
2.3.1 CADRE JURIDIQUE DES ECHANGES	9
2.3.2 EVOLUTION DES ECHANGES COMMERCIAUX	10
2.3.3 PRINCIPALES CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS SOUS AGOA	11
2.3.4 OPPORTUNITES D'EXPORTATION DU SENEGAL SOUS AGOA	11
2.3.5 TEXTILE ET HABILLEMENT	13
2.3.6 PRODUITS AGRICOLES	16
3. STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS SOUS AGOA	19
3.1 VISION	19
3.2 OBJECTIF GLOBAL	19
3.3 OBJECTIFS STRATEGIQUES	19
3.4 AXES STRATEGIQUES	19
3.5 PROJETS	20
3.6 LOGIQUE D'INTERVENTION	22
4. MECANISME DE MISE EN ŒUVRE ET SUIVI/EVALUATION	28
5. PLAN D'ACTION	30
6. TABLEAU RECAPITULATIF DU BUDGET	47

1. INTRODUCTION

1.1 Contexte

Adoptée le 18 mai 2000 par le Congrès des Etats Unis d'Amérique, la loi sur la Croissance et les Opportunités Economiques en Afrique (African Growth Opportunity Act – AGOA) confère des préférences commerciales au Continent, qui, combinées avec le système de préférences généralisées (SGP) américain, autorise un accès à l'exportation en franchise de droits de douane à destination du marché américain pour un nombre de lignes de produits pouvant aller jusqu'à 6400, en provenance de 39 pays d'Afrique subsaharienne dont le Sénégal.

Au delà d'un meilleur accès au marché obtenu par les pays africains exportant vers les Etats Unis, la première priorité de l'AGOA, comme l'indique la loi, est la « promotion d'une croissance et d'un développement économique en Afrique subsaharienne stable et durable».

Pour ce qui concerne le Sénégal, l'AGOA offre l'opportunité d'exporter vers les Etats Unis quelques 1835 produits supplémentaires, hors taxes, qui viennent s'ajouter aux 4 650 produits qui existaient déjà au titre du Système Généralisé des Préférences.

En outre, dans le secteur des textiles et vêtements, la loi permet aux pays de l'Afrique sub-saharienne éligibles, d'exporter aux Etats Unis, en franchise de droits et sans contingence, des vêtements et certains produits textiles assemblés en Afrique Sub-saharienne. Cette opportunité devrait permettre d'exploiter pleinement la niche des pagnes tissés, produits haut de gamme qui connaissent une forte demande aux Etats-Unis.

Après douze ans de mise en œuvre de l'AGOA, le Sénégal n'a toujours pas tiré profit de toutes ces opportunités offertes, malgré sa position géographique favorable.

Cette entrée timide sur le marché américain s'explique, entre autres, par la faiblesse de l'offre sénégalaise, par ailleurs peu diversifiée, mais aussi par l'inexistence d'une stratégie nationale de développement des exportations sous AGOA.

1.2 Résumé de la Stratégie

A l'instar des pays comme le Lesotho, l'Ile Maurice et le Ghana, il devient impératif pour le Sénégal de concevoir une stratégie AGOA afin de profiter pleinement de tous les avantages dont dispose le pays.

Sur la base de la vision qui est de faire du Sénégal l'un des pays les plus compétitifs sur le marché américain et un hub pour les investissements en Afrique, la stratégie de développement des exportations sous AGOA, se concentre sur quatre axes d'intervention : le renforcement de la capacité de l'exportation sur le marché américain ; la sensibilisation sur l'AGOA et la mise à disposition d'information sur le marché américain ; le développement des relations d'affaires ; la facilitation des échanges commerciaux.

Ce faisant, il est proposé une nouvelle approche économique du Sénégal vis-à-vis des Etats-Unis d'Amérique dont l'objectif est de contribuer au renforcement des relations commerciales entre le Sénégal et les Etats Unis. Pour arriver à ce résultat, il sera mis en place une stratégie articulée autour d'un meilleur positionnement des produits « Origine Sénégal » et d'une meilleure image du Sénégal auprès des investisseurs américains à partir des avantages dont dispose le pays, notamment la position géographique vis-à-vis des Etats Unis, la forte diaspora sénégalaise présente aux Etats Unis et les similitudes de consommation entre africains d'Afrique et afro-américains.

2. SITUATION DES ECHANGES COMMERCIAUX DU SENEGAL

2.1 Situation générale des exportations

Occupant 0.01%¹ de part de marché mondial correspondant au 123^{ème} rang mondial sur 237 pays et territoires douaniers, les exportations du Sénégal restent concentrées sur un faisceau réduit de produits de base qui génèrent l'essentiel des recettes d'exportation/ produits de la pêche ; produits pétroliers ; acide phosphorique ; engrais ; coton ; produits arachidières ; ciment ; or non monétaire. En effet, ces huit produits représentent 77 % du volume total des exportations, soit plus de 50 % de l'ensemble des recettes. Cette extrême concentration limite les possibilités du Sénégal en matière d'exportation.

C'est ainsi que le Sénégal reste encore peu intégré au commerce multilatéral du fait notamment des contraintes liées à l'insuffisance et la qualité de l'offre exportable. Il s'y ajoute un déficit de protection des branches de production nationale rudement éprouvées par la concurrence déloyale des produits tiers subventionnés ou faisant l'objet de dumping.

D'une manière générale, en variation annuelle, les exportations se sont repliées de 11,7%. Cependant, leur cumul à fin décembre 2012 a atteint 1 216,3 milliards FCFA contre 1 138,8 milliards FCFA pour la période correspondante en 2011, soit un accroissement de 6,8% ; ceci, malgré l'environnement économique et financier international en 2012 marqué par la crise de la dette publique en Europe, la reconstruction au Japon suite au séisme de 2011 et les difficultés de l'économie américaine liées notamment à l'atonie des marchés immobilier et du crédit.

Selon la DPEE, le déficit de la balance commerciale devrait s'établir à 1 387 milliards en 2013 contre 1 449 milliards en 2012, soit une atténuation de 63 milliards en raison d'une hausse des exportations projetée à 74 milliards conjuguée à une réduction de 11 milliards des importations. Cette situation devrait conduire à un relèvement du taux de

¹ Source : CCI

couverture des importations par les exportations de 47,4% en 2012 à 50% en 2013, soit un gain de 2,6 point de pourcentage.

Il convient de noter que le secteur des exportations connaît certaines contraintes liées principalement :

- à la faiblesse de l'offre exportable (comme indiqué plus haut, une huitaine de produits représentent plus de 77% du volume des exportations et 50% des recettes) ;
- au faible niveau de compétitivité des entreprises exportatrices (coûts élevés de certains facteurs de production) ;
- à l'insuffisance de la qualification de la main d'œuvre ;
- au faible niveau d'organisation des entreprises ;
- aux capacités financières limitées ;
- au manque de synergie entre les organismes d'appui aux entreprises exportatrices, dispersion des moyens) ;
- à l'environnement des exportations qui est peu favorable (déficit d'infrastructures de mise en marché, coûts élevés des transactions commerciales, problèmes d'accès aux financements, manque d'accréditation des laboratoires de contrôle de la qualité et de métrologie) ;
- aux conditions d'accès aux marchés internationaux (barrières non tarifaires: mesures sanitaires et phytosanitaires, obstacles techniques au commerce, subventions pratiquées par certains pays développés (soutiens internes, subventions à l'exportation, etc.), l'inexploitation de certaines préférences commerciales unilatérales ...

Sur le même registre, au niveau institutionnel, la faible prise en compte du secteur commerce dans les politiques économiques et sociales constitue également une contrainte au développement des exportations même si le dispositif institutionnel enregistre des atouts certains comme l'existence de stratégies comme la Stratégie nationale de Développement des Exportations (STRADEX) et la Stratégie de Croissance accélérée (SCA), d'une cartographie des institutions d'appui au commerce étoffée et de programmes d'appui bilatéraux.

Au demeurant, il convient de noter que l'offre de services d'appui aux entreprises exportatrices connaît des faiblesses relatives à la redondance des services rendus et l'inexistence de certains services, au caractère incomplet du dispositif en termes d'institutions impliquées (implication très faible du secteur bancaire, faible implication des attachés économiques et commerciaux) et au décalage entre les moyens limités et l'étendue des missions des Institutions d'Appui au Commerce (IAC).

2.2 Facteurs contributifs à la performance des exportations

Au Sénégal, les atouts en matière d'exportation ne manquent pas dans la mesure où les études (STRADEX, SCA et SNDES) ont démontré que des secteurs à fort potentiel export existent. Il s'agit, entre autres, des secteurs de la pêche, de l'agriculture et de l'agro-industrie, des TIC et des télécommunications, du textile et de l'habillement, de l'artisanat et du tourisme et des élevage et les productions et industries animales. Ces secteurs bénéficient d'avantages favorables liés à des dispositions naturelles surtout dans le domaine de l'agriculture et de la pêche.

En effet, pour ce qui concerne l'agriculture, le Sénégal a un potentiel naturel pour la culture des produits oléagineux et des produits horticoles. La surface agricole utile totalise 3,8 millions d'hectares, soit 19 % de la superficie totale du pays.

Quant au niveau du secteur de la pêche, le Sénégal dispose de conditions naturelles favorables grâce à l'existence d'un littoral de 700 km où l'alternance des différents courants saisonniers favorise la richesse et la variété de la faune marine.

Dans le domaine des TIC, notre pays bénéficie d'une excellente infrastructure de télécommunication avec une large gamme de services disponibles.

L'octroi du statut d'entreprise franche d'exportation aux sociétés de téléservices, aux entreprises des secteurs de la pêche et de l'agriculture constitue également un facteur important pour le développement des exportations.

De même, l'initiative Tout Sauf les Armes (TSA), l'AGOA, le système de préférence commerciale du Japon, du Canada, de la Corée... sont autant d'atouts pour l'accès aux marchés internationaux de nos exportations.

Au niveau régional, l'appartenance du Sénégal à l'UEMOA et à la CEDEAO permet aux exportations sénégalaises d'accéder à un marché de 308 millions de consommateurs.

Par ailleurs, le Sénégal dispose d'une position géographique stratégique qui constitue une opportunité pour les exportations. En effet, le Sénégal est à 5 heures de vol de l'Europe, 8 heures de vol de l'Amérique.

Par rapport aux transports aériens et maritimes, le Sénégal est desservi par les plus grandes compagnies. Dans le domaine maritime, le Port autonome de Dakar constitue un véritable hub en Afrique de l'Ouest.

Au niveau institutionnel, le Gouvernement du Sénégal a mis en place des structures dédiées à la compétitivité et à la promotion des entreprises exportatrices. Dans ce cadre, le Ministère en charge du commerce, dont la mission principale est de définir la politique en matière commerciale, accorde une bonne place à la promotion des petites et moyennes entreprises.

Ainsi, le Ministère comporte deux grandes Directions à savoir la Direction du Commerce extérieur et celle du Commerce intérieur qui sont chargées de définir les orientations stratégiques. Ce dispositif institutionnel est complété par la Fondation Trade Point (TPS), le Centre international du Commerce extérieur du Sénégal (CICES), l'Agence de Régulation des Marchés (ARM), l'Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes entreprises (ADEPME) et l'Agence sénégalaise de Promotion des Exportations (ASEPEX) pour l'opérationnalisation effective des politiques stratégiques déjà définies.

A cet effet, les stratégies d'intervention pour l'atteinte des objectifs liés à la promotion des exportations s'articulent autour de l'amélioration de l'offre, de la promotion des secteurs cibles, de la recherche d'opportunités au niveau des marchés extérieurs, du renforcement de la position du Sénégal sur les marchés régionaux et internationaux.

Sur le même registre, la recherche d'informations économiques et commerciales pertinentes au profit des entreprises exportatrices, la participation à des manifestations commerciales pour le renforcement de la visibilité des produits sénégalais, le développement d'outils et de services basés sur les « meilleures pratiques internationales », le développement de partenariats avec des institutions spécialisées dans le domaine des exportations au niveau national, régional et international et l'amélioration de l'environnement export sont autant d'aspects qui contribuent à la promotion des exportations.

Toutefois, force est de constater que jusqu'à présent la balance commerciale du Sénégal est structurellement déficitaire malgré tous les efforts fournis par l'Etat pour l'inversion de la tendance.

2.3 Echanges commerciaux entre le Sénégal et les Etats Unis

Les relations commerciales entre le Sénégal et les Etats Unis se traduisent par un énorme déficit de la balance commerciale en défaveur du Sénégal. En 2011 les Etats Unis ont exporté pour une valeur de 121 milliards de F CFA au Sénégal contre seulement 2 milliards de FCFA d'importation, valeur nettement en dessous du potentiel d'exportation du Sénégal. C'est donc un déficit de 119 milliards qui est accusé en 2011 par le Sénégal.

Les données du Département du Commerce des Etats-Unis, renseignent qu'en 2011, les exportations sénégalaises sous AGOA étaient estimées à près de 250 millions de FCFA.

2.3.1 Cadre juridique des échanges

Les relations commerciales entre le Sénégal et les USA sont régies par les dispositions des accords de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) dont les deux pays sont membres. Sur le plan bilatéral, le Sénégal est éligible à la loi sur la croissance et les opportunités économiques en Afrique (AGOA) depuis 2001.

Les sources législatives et réglementaires de l'AGOA au Sénégal sont :

- la loi AGOA adoptée par le Congrès des Etats Unis d'Amérique puis promulguée le 18 mai 2000 ;
- le décret N° 2010-818 modifiant les dispositions du décret N° 2002-273 instituant un système de visa pour l'exportation des vêtements et textiles aux Etats Unis dans le cadre de l'AGOA;
- l'arrêté interministériel N°010740 du 15 décembre 2010 portant application des modifications apportées par le décret 2010-818 au système de visa pour l'expédition des vêtements et produits textiles dans le cadre de l'AGOA.

2.3.2 Evolution des échanges commerciaux

La balance commerciale entre les deux pays, établie sur la période de référence **2000-2011**, laisse apparaître des taux de couverture des importations par les exportations très faibles. Le taux de couverture le plus élevé est de **12%** et a été noté en **2005**.

Cette situation s'explique par l'importance des importations en provenance des USA face à la faiblesse et à l'instabilité des exportations sénégalaises sur la même période d'analyse. Il convient de souligner que la valeur des importations sénégalaises en 2011 a pratiquement doublé comparée à celle des années précédentes. En effet, les importations du Sénégal sont stables tandis que l'évolution des exportations laisse apparaître une faiblesse, voire une tendance à la baisse sur la même période.

Le tableau ci-après, présente l'évolution de la balance commerciale entre les Etats unis et le Sénégal entre 2000 et 2011

RUBRIQUES	IMPORTATIONS	EXPORTATIONS	VALEUR GLOBALE DES ECHANGES (E+I)	SOLDE COMMERCIAL (E-I)	TAUX DE COUVERTURE
2000	40 323 920 491	2 884 085 041	43 208 005 532	-37 439 835 450	7%
2001	52 924 564 015	2 372 503 815	55 297 067 830	-50 552 060 200	4%
2002	74 159 737 770	1 742 296 194	55 297 067 830	-50 552 060 200	2%
2003	49 140 233 195	4 169 589 358	53 309 822 553	-44 970 643 837	8%
2004	46 445 287 125	1 519 895 601	47 965 182 726	-44 925 391 524	3%
2005	70 883 856 805	8 619 545 450	79 503 402 255	-62 264 311 355	12%
2006	56 642 683 079	3 408 698 868	60 051 381 947	-53 233 984 211	6%
2007	48 734 224 536	4 386 788 454	53 121 012 990	-44 347 436 082	9%
2008	57 749 000 000	3 707 000 000	61 456 000 000	-54 042 000 000	6%
2009	64 256 868 141	1 702 152 201	65 959 020 342	-62 554 715 940	2,65%
2010	61 450 397 216	2 034 856 027	63 485 253 243	- 59 415 541 189	3,31%
2011	121 176 005 340	2 021 395 418	123 197 400 758	-119 154 609 922	1,67%

Les importations sont importantes en volume et s'élèvent cumulativement à **761 850 618 006** milliards de FCFA. Le pic de ces importations a été atteint en 2011, avec une valeur globale de plus de 121 milliards de F CFA. Cette hausse des importations en 2011 s'explique surtout par une augmentation substantielle des importations de produits tels que les camions et camionnettes (26 246 886 432 F CFA), les vins et vermouths (28 279 737 703 F CFA), le café (14 436 860 952 F CFA).

Les Etats Unis, sont le 7^{ème} fournisseur du Sénégal en 2011 et totalisent 3% de nos importations totales.

Les exportations sénégalaises en direction des Etats Unis sont très faibles. En effet, sur toute la période d'analyse, elles s'élèvent à seulement **38 568 806 427** milliards de FCFA. Cette valeur demeure relativement très faible comparée à la valeur globale des importations sénégalaises des Etats Unis.

Les Etats Unis ne sont que le 41^{ème} client du Sénégal.

2.3.3 Principales contraintes au développement des exportations sous AGOA

Malgré la mise en place du bureau APHIS en 2004, l'ouverture en 2005 du West Africa Trade Hub et l'inauguration en 2007 du Centre de Ressources AGOA installé à l'ASEPEX, le constat est que le Sénégal n'a pas encore tiré profit des avantages offerts par l'AGOA.

De nombreuses difficultés entravent encore le développement des exportations sénégalaises sous le régime AGOA. Il s'agit, notamment:

- de la faiblesse des capacités de production;
- de la capacité financière limitée des entreprises ;
- du coût élevé des facteurs de production, ce qui limite la compétitivité des produits « Origine Sénégal » sur le marché américain ;
- de la faible maîtrise des exigences du marché américain ;
- de la quasi inexistence de vols cargo pour l'exportation des produits horticoles ;
- de la faible disponibilité et du coût élevé du fret maritime vers les Etats-Unis ;
- de l'exigence des autorités américaines en matière de normes sanitaires et phytosanitaires ;
- de l'absence de mécanismes intégrés d'accompagnement du secteur privé exportateur du Sénégal ;
- de l'inexistence d'une politique nationale de développement des exportations sénégalaises sous AGOA.

2.3.4 Opportunités d'exportation du Sénégal sous AGOA

L'AGOA a été un succès pour l'Afrique et pour les Etats-Unis. Elle a permis, en effet, de créer de nombreux emplois tout en renforçant les relations commerciales entre l'Afrique et les Etats-Unis.

Depuis le lancement de la loi, les exportations africaines sous AGOA sont passées de 8,15 milliards de dollars en 2001 à 53,8 milliards de dollars en 2011, soit une augmentation de 560%. Les exportations des Etats-Unis sont passées de 7 milliards de dollars en 2001 à 21 milliards de dollars en 2011, soit une augmentation de 200%.

On notera, cependant, que les produits pétroliers représentent près de 91% de ces performances. La valeur des exportations de produits non pétroliers quant à elle est passée de 1,2 à 4,5 milliards de dollars américains, soit un accroissement de 275% sur la même période 2001/2011.

S'il est vrai que les exportations africaines sous l'AGOA sont dominées par les produits pétroliers, il n'en demeure pas moins avéré que des niches intéressantes se sont dégagées ces trois dernières années qui autorisent à penser que le Sénégal a une belle carte à jouer si toutes les conditions préalables sont réunies.

En effet, le 6 mars 2002, les États-Unis ont déclaré le Sénégal éligible pour les exportations de produits de confection, estimant le système de visa pour les produits de confection des Douanes sénégalaises suffisamment efficace pour prévenir les transbordements illégaux.

Dans ce même cadre, le Sénégal, en tant que Pays Moins Avancé, bénéficie également de la Clause Spéciale Textile, qui offre une exception à la règle d'origine standard AGOA pour les PMA, jusqu'en 2015. L'exception à la règle d'origine autorise les PMA à utiliser des tissus et des fils provenant de sources non américaines et hors de l'Afrique subsaharienne.

Malgré ces ouvertures du marché américain, offertes par l'AGOA, on peut affirmer que, pour le cas du Sénégal, le bilan se caractérise par d'immenses occasions manquées pendant que d'autres pays africains non producteurs de pétrole ont réalisé des performances intéressantes. Depuis l'année 2000, date de lancement de l'AGOA, la part

de l'Afrique dans les importations des Etats Unis a augmenté passant de 2,3% en 2000 à 4,2% en 2011 alors que celle du Sénégal a reculé (cf. tableau ci-dessus).

Les filières sénégalaises ciblées, parce que porteuses d'un potentiel d'exportation appréciable, sont le textile et la confection incluant l'ameublement et le linge de maison, l'agro industrie, l'artisanat d'art, les produits horticoles, les produits de la mer et les produits cosmétiques et cheveux synthétiques.

2.3.5 Textile et Habillement

De 32 700 personnes employées en 1994, l'industrie textile sénégalaise est passée à 1 755 emplois en 2003, puis à la fermeture totale de la trentaine d'industries textiles que comptait le Sénégal et qui étaient toutes exportatrices.

Les causes de ce marasme sont :

- l'abandon définitif en 1994 des dispositifs de contrôle et de régulation des importations textiles avec l'entrée massive d'articles finis d'origine asiatique sous forme de fripes ou de produits finis ;
- la totalité de cette marchandise importée, souvent de manière frauduleuse, est vendue à des prix qui ne permettent plus aux industries locales de faire tourner leurs outils de façon profitable ;
- la très mauvaise qualité en production et en distribution de l'électricité disponible, rédhibitoire pour l'exploitation d'unités modernes de transformation du coton.

Pour contribuer à la résolution de ces difficultés du secteur, la Stratégie de Croissance accélérée a élaboré un plan d'action pour la Grappe « Textile Confection » qui s'articule autour des trois principaux objectifs suivants :

- restructurer la filière du textile et de l'habillement en favorisant la naissance d'un pôle compétitif de confection industrielle dont la demande en matières

premières permettra de « tirer » vers le haut la production textile avec la création de mini filatures et /ou la ré ouverture de certains sites industriels ;

- mettre en place un programme d'investissements directs étrangers mettant en évidence les niches porteuses et permettant de développer l'artisanat d'entreprises exportatrices afin de profiter des facilités offertes par l'AGOA ;
- disposer d'une plateforme technique performante avec l'utilisation d'équipements modernes et un approvisionnement sécurisé.

Même s'ils ne maîtrisent pas les circuits commerciaux américains, les entrepreneurs sénégalais évoluant dans la confection, l'ameublement et le linge de maison ont toutefois une idée assez précise des exigences du marché américain ; la plupart ayant déjà participé aux formations dispensées par le WATH, puis à plusieurs salons internationaux organisés aux Etats Unis.

Le premier problème qu'ils disent rencontrer est la taille des commandes. En effet, la capacité de production industrielle est souvent insuffisante et non implantée de façon à ne pas subir les adaptations technologiques rapides.

Comme réponses à ce problème de capacité de production les industriels évoluant dans la confection doivent :

- privilégier la sous-traitance et la co traitance entre confectionneurs sénégalais ;
- disposer d'une structure de formation moderne et hautement technologique leur permettant de gagner rapidement en qualification et en productivité du personnel (projet du Centre de Promotion du Textile et de la Confection de la Grappe « Textile Confection » de la Stratégie de Croissance accélérée) ;

La création textile par excellence du Sénégal concerne celle des produits fabriqués avec le pagne tissé. Le pagne tissé traditionnel a été transformé par les créateurs et créatrices en une étoffe qui est passé d'une largeur de 20 cm à 140 cm, avec un grain beaucoup plus fin, ainsi qu'une grande variété des couleurs, des textures et des motifs obtenus de manière scientifique.

Le secteur de l'ameublement a connu un essor qualitatif et créatif fulgurant avec la création de tissus d'ameublement à base de tissés en coton enrichis d'autres matières telles que le raphia, donnant ainsi au tissage brillance et opulence. Ces tissages traditionnels qui faisaient déjà partie intégrante des tissus de confection surtout dans le haut de gamme, ont ainsi été propulsés dans la gamme des textiles de décoration.

Ces tissus d'ameublement ont pu être sélectionnés par des maisons comme Hermès, Fendi Casa et utilisés par de nombreux designers de renommée tels Jacques Grange, Christian Liaigre et Peter Marino.

La promotion de cette niche du haut de gamme dans le mobilier et le linge de maison permettra aux exportateurs de la filière de l'artisanat textile sénégalais d'orienter leurs partenaires vers une exportation de valeur et non de quantité.

Les besoins en investissements dans ce secteur se résument comme suit :

- la mécanisation de la production manuelle pour une meilleure productivité ;
- la création d'une usine de filature permettant d'amoindrir les coûts de revient des tissus d'ameublement comme les rideaux, le linge de maison et le linge de table;
- la promotion de la production de coton bio pour une utilisation industrielle.

Au total, du point de vue de l'offre, le Sénégal ne manque pas d'atouts. Il est non seulement un pays producteur de coton mais partage une frontière de plus de 400 km avec le Mali premier producteur africain de coton et premier pays client du Sénégal.

La localisation géographique du Sénégal ainsi qu'une tradition textile bien ancrée dans notre pays ont convaincu l'Etat de retenir le textile et l'habillement comme une des grappes économiques nationales encore porteuses de croissance.

Aussi, le Sénégal dispose d'une main d'œuvre à la fois qualifiée, abondante et reconnue très habile avec de très bonnes prédispositions à la confection et la création dans le domaine de l'habillement.

2.3.6 Produits agricoles

La filière horticole est l'une des filières les plus porteuses pour l'Afrique dans le cadre de l'AGO. Jusqu'à présent, l'Afrique n'a pas encore exploité le potentiel existant. Les Etats-Unis importent pour plus de \$40 milliards de dollars de produits horticoles par an. Les 10 plus grands pays d'exportation qui se partagent 61% du marché sont : le Canada, le Mexique, l'Indonésie, le Brésil, la Chine, l'Italie, l'Inde, la Thaïlande, la Colombie et la Malaisie.

Selon Monsieur Richard Pasco, expert en politique agricole aux Etats-Unis, les produits horticoles tels que les fruits et légumes, fleurs et plantes constituent l'un des marchés d'exportation les plus prometteurs et les plus lucratifs compte tenu de la forte demande américaine et du potentiel africain non encore exploité.

La Côte-d'Ivoire, premier pays exportateur africain de produits horticoles vers les Etats-Unis vient à la 26^{ième} place ; elle est suivie du Ghana, de l'Afrique du Sud, du Maroc, du Liberia, de l'Ethiopie, du Nigéria, du Kenya et de l'Egypte pour ne citer que ces pays là.

Les exportations de toute la zone sub-saharienne tournent autour de 0,6% du total des importations des USA en 2011. Notons que pour l'ensemble des produits agricoles, la part de l'Afrique Sub-saharienne représente 1,3%.

Les fruits et légumes occupent une place importante dans les exportations sénégalaises les plus demandées sur les marchés internationaux. Pour certains produits tels que la mangue, le haricot vert, le melon, les tomates cerises, le poivron etc., il existe une demande régulière et forte sur le marché américain.

Toujours dans le cadre des opportunités d'exportation de produits sénégalais agricoles aux Etats-Unis, il y a un ambitieux projet de création d'un institut du beurre de karité et du neem. Ce projet est le fruit d'un partenariat entre un américain, le Docteur Samuel Hunter, fondateur de l'Institut américain du Beurre de Karité et le Docteur Doudou Faye, fondateur d'Africa Bound Corporation ainsi que de la Fondation Neem Sénégal. Quelques privés sénégalais et américains sont aussi parties prenantes du projet.

Ce projet vise à mettre à profit le potentiel économique du Neem et du beurre de Karité au Sénégal à travers un Centre International d'Echanges, de Formation et de Recherche sur le Karité et le Neem. La mission de l'Institut du beurre de Karité et du Neem repose sur la fabrication au Sénégal de produits innovants exclusivement dérivés de l'arbre du Karité et de l'arbre du Neem.

En effet, plus de 3000 femmes en zone rurale, plus particulièrement dans les régions de Kédougou, Tambacounda et Ziguinchor travaillent dans le beurre de karité. En ce qui concerne le Neem, de timides micro-activités existent mais rien encore à l'échelle industrielle. Les huiles essentielles sont également très prisées aux Etats Unis.

Il est ainsi possible de créer un hub africain du Karité et du Neem au Sénégal, scientifiquement assis, focalisé sur la satisfaction client, orienté sur l'innovation et les nouvelles technologies, produisant une très forte valeur ajoutée et générant des milliards de F CFA de revenus annuels.

Le Sénégal devrait donc se positionner sur cet important segment de la consommation américaine en pleine croissance pour le comprendre, l'accompagner et le dominer.

D'autres produits comme le bissap, le moringa, le baobab ont été aussi identifiés comme disposant d'opportunités sur le marché américain.

2.3.7 Produits artisanaux

Les exportations des produits artisanaux du Sénégal vers les Etats-Unis sont régulières mais assez faibles. Sur les trois dernières années, les exportations de produits artisanaux sont passées de 129 000 dollars en 2009 à 182 000 dollars en 2011.

Le potentiel d'exportation est énorme mais au préalable, des efforts devraient être faits en direction de la protection des œuvres culturelles et artistiques, pour se prémunir de la contrefaçon, de l'accès aux matières premières, de la mécanisation des équipements de production et de l'accès à un financement à court et à moyen termes.

L'artisanat peut aider à résoudre une partie du problème du chômage au Sénégal tout en aidant à mieux pénétrer le marché américain. Mais auparavant il faudra que les artisans deviennent de véritables entrepreneurs.

2.3.8 Produits de la mer

Les eaux sénégalaises notamment celles qui bordent la presqu'île du Cap-Vert, sont parmi les plus poissonneuses du Globe. Les principales prises sont les petits pélagiques (sardinelle, chinchard, maquereau...) qui représentent 72 % des prises, le reste étant constitué des espèces démersales, de céphalopodes et de mollusques.

En 2011, les Etats-Unis ont importé 16 milliards de dollars en produits halieutiques, dont 11,8 millions de dollars du Sénégal.

Les produits de la mer, bien que représentant le premier poste d'exportation vers les Etats-Unis, peuvent gagner davantage de parts de marché.

2.8.9 Produits cosmétiques et cheveux synthétiques

S'il y a un secteur d'activité complètement dominé par les africains, c'est le secteur des tresses ou Hair Braiding. Ce secteur a une forte rentabilité financière et emploie plus de 80 % des femmes africaines aux Etats-Unis à temps plein ou partiel. Ce secteur ne dépense pas moins de 5 millions de dollars dans l'achat de cheveux pour les extensions. Le marché d'approvisionnement est aujourd'hui complètement dominé pour les produits made in Corée ou République de Chine.

Avec la participation des femmes sénégalaises d'Amérique, il est possible de bénéficier des avantages offerts par l'AGOA.

3. STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS SOUS AGOA

Au regard des filières ciblées parce que porteuses d'un potentiel d'exportation appréciable (textile incluant l'ameublement et linge de maison, agro industrie, artisanat d'art, produits horticoles, produits de la mer et produits cosmétiques), la stratégie de développement s'articule autour des éléments ci-après :

3.1 Vision

Faire du Sénégal l'un des pays les plus compétitifs sur le marché américain et un hub pour les investissements en Afrique.

3.2 Objectif global

Multiplier par 10 les exportations sénégalaises sous AGOA sur la période 2014 - 2016.

3.3 Objectifs stratégiques

- Renforcer l'offre et la compétitivité des produits et des acteurs ;
- Assurer une meilleure maîtrise de la demande américaine ;
- Développer des relations d'affaires
- Améliorer l'environnement export.

3.4 Axes stratégiques

Axe 1: renforcement de la capacité de l'exportation sur le marché américain ;

Axe 2 : sensibilisation sur l'AGOA et mise à disposition d'information sur les opportunités du marché américain

Axe 3 : Promotion de « l'Origine Sénégal » sur le marché américain

Axe 4 : facilitation des échanges commerciaux.

3.5 Projets

Les axes stratégiques sont déclinés en projets présentés ci-après :

Projets Axe 1 : Renforcement de la capacité de l'exportation sur le marché américain

1. Amélioration de la qualité intrinsèque et commerciale des produits
2. Diversification des produits à l'export
3. Renforcement des capacités commerciales et techniques des entreprises

Ces projets ont pour objectif de renforcer l'offre exportable sénégalaise et d'améliorer sa compétitivité à l'export dans les produits pour lesquels le Sénégal dispose d'avantages comparatifs sur le marché américain.

La finalité des projets est d'assurer l'accroissement des parts de marché à l'export des entreprises sénégalaises sur le marché américain grâce à une meilleure compétitivité de leurs produits.

Les entreprises prêtes à l'export seront identifiées et une assistance technique ciblée leur sera fournie pour le traitement, le conditionnement et la commercialisation de leurs produits. Il sera organisé à leur intention des sessions de formation (exigences du marché américain, certification des produits, etc.).

Projets Axe 2 : Sensibilisation sur l'AGOA et mise à disposition d'information sur les opportunités du marché américain

4. Sensibilisation des acteurs aux opportunités offertes par l'AGOA

5. Renforcement du système d'informations économiques et commerciales et de veille sur le marché américain

Une meilleure sensibilisation sera faite auprès du public, des acteurs économiques et les décideurs politiques sur les enjeux économiques liés au commerce des biens et services avec les Etats unis.

Des informations seront fournies sur : les opportunités offertes par l'AGOA ; les procédures d'exportation vers les Etats-Unis ; les procédures administratives nécessaires pour chaque type de produit ; les barrières non tarifaires spécifiques au marché américain et les meilleures pratiques de contrôle de qualité des produits destinés à l'exportation.

Dans ce cadre, le Centre de Ressources AGOA, dont les capacités du point focal doivent être renforcées, collaborera avec tous les acteurs de la chaîne export afin que la composante « information sur le marché américain » soit opérationnelle.

Dès lors, il serait important de disposer d'un système d'information continue avec des informations pertinentes destinées aux entreprises cibles. Pour ce faire, il est nécessaire de mettre en place un dispositif de veille commerciale et de diffusion des informations économiques et commerciales sur le marché américain.

Projets Axe 3 : Promotion de « l'Origine Sénégal » sur le marché américain

6. Accompagnement des entreprises sur le marché américain
7. Renforcement de la communication promotionnelle des produits et des entreprises

Ces projets visent à offrir une meilleure visibilité aux produits sénégalais exportés ou exportables par l'accompagnement des entreprises sur le marché américain. Ceci permettra d'identifier les acheteurs potentiels de produits « made in Sénégal » aux Etats-Unis et de positionner les produits sur le marché américain.

Des missions acheteurs/vendeurs seront organisées pour favoriser des discussions sur : les spécifications des acheteurs des Etats-Unis ; les mécanismes commerciaux de l'exportation pour l'introduction des produits aux Etats-Unis ; les opportunités de co-

investissement avec les groupes de producteurs ou processeurs ouest-africains afin d'améliorer les techniques et équipements de traitement.

Projets Axe 4 : Facilitation des échanges commerciaux

8. Opérationnalisation du cadre de concertation sur l'AGOA
9. Appui au financement des activités d'exportation des entreprises

Ces projets visent à améliorer et à coordonner le dispositif d'intervention sur le marché américain et le cadre institutionnel de mise en œuvre de la politique de l'exportation sous AGOA.

De même, pour améliorer l'efficacité du pilotage, une bonne organisation de la mise en marché des produits d'exportation sera assurée par, entre autres, la définition de stratégies sectorielles de pénétration, par produit, du marché américain.

Aussi, il faut noter que la promotion et le développement des exportations résultent de la création d'un environnement propice qui est lui même le résultat d'un ensemble de mesures et d'actions diversifiées, complémentaires et coordonnées sur les plans à la fois institutionnel et réglementaire.

Dans ce cadre, l'assistance aux entreprises prêtes à l'export doit comprendre leur accompagnement pour mieux accéder au financement commercial. Ceci se ferait en étroite collaboration avec les banques et autres institutions financières. L'ASEPEX pourrait aussi cofinancer les audits financiers de sociétés exportatrices afin de renforcer leurs capacités d'accès au financement de l'exportation mais aussi assurer directement le financement à frais partagés d'activités de développement des exportations.

3.6 Logique d'intervention

Les matrices, ci-après, présentent la logique d'intervention, par axe stratégique, à travers :

- l'objectif global de chaque axe stratégique qui contribue à l'objectif global de multiplier par 10 les exportations sénégalaises sous AGOA sur la période 2014 – 2016 ;
- les objectifs spécifiques et les résultats attendus des neuf (09) projets ;
- les activités de chaque projet.

Axe stratégique 1: Renforcement de la capacité de l'exportation sur le marché américain	
Objectif global	Développer l'offre exportable sénégalaise et améliorer sa compétitivité sur le marché américain
Objectifs spécifiques	<p>Objectif spécifique 1 : assurer une conformité des produits aux exigences du marché américain ;</p> <p>Objectif spécifique 2 : appuyer la diversification des produits ;</p> <p>Objectif spécifique 3 : mettre à niveau et renforcer les capacités des entreprises exportatrices</p>
Résultats	<p>Résultat 1 : la qualité des produits est améliorée et est conforme aux exigences du marché américain</p> <p>Résultat 2 : les produits connaissent une diversification sur le marché américain</p> <p>Résultat 3 : les entreprises concernées disposent des capacités techniques et commerciales pour réaliser leurs opérations d'exportation sur le marché américain</p>
Projets de l'Axe 1	Activités
Amélioration de la qualité intrinsèque et commerciale des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Identification de l'offre exportable sur le marché américain • Appui au suivi et au contrôle de la qualité sanitaire et phytosanitaire pour les produits des secteurs cibles • Amélioration de la qualité de présentation des produits • Appui aux techniques et coaching des entreprises sur le design et la finition des produits textile et artisanaux
Diversification des produits à l'export	<ul style="list-style-type: none"> • Appui à la recherche et au développement de nouveaux produits exportables sur le marché américain
Renforcement des capacités commerciales et techniques des entreprises	<ul style="list-style-type: none"> • Formation sur les conditions d'accès au marché américain sous AGOA ; • Formation en langue anglaise ;

Axe stratégique 2: Sensibilisation sur l'AGOA et mise à disposition d'information sur le marché américain	
Objectif global	Assurer une appropriation et une meilleure connaissance des opportunités offertes par le marché américain
Objectifs spécifiques	<p>Objectif spécifique 1 : sensibiliser et faire connaître les opportunités offertes par l'AGOA</p> <p>Objectif spécifique 2 : mettre en place un système d'information qui permet de fournir des informations économiques et commerciales pertinentes sur le marché américain</p>
Résultats	<p>Résultat 1 : les acteurs ont pris connaissance des opportunités commerciales en vue de les exploiter</p> <p>Résultat 2 : le système d'information sur les marchés extérieurs est renforcé et permet de fournir des informations économiques et commerciales et de veille favorisant la prise de bonnes décisions</p>
Projets de l'Axe 2	Activités
Sensibilisation des acteurs aux opportunités offertes par l'AGOA	<ul style="list-style-type: none"> • Conférence annuelle de presse sur l'AGOA • Institution de « l'AGOA DAY » • Edition et publication d'une Newsletter mensuelle
Renforcement du système d'information économiques et commerciales et de veille sur le marché américain	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place et développement d'un dispositif d'information et de veille commerciale et d'une base de données comportant des informations économiques et commerciales pertinentes pour les exportateurs sur le marché américain • Production et diffusion d'informations économiques et commerciales sur le marché américain

Axe stratégique 3: Promotion de « l'Origine Sénégal » sur le marché américain	
Objectif global	Assurer une meilleure visibilité des produits d'exportation du Sénégal sur le marché américain
Objectifs spécifiques	<p>Objectif spécifique 1 : promouvoir le « made in Sénégal » sur le marché américain</p> <p>Objectif spécifique 2 : permettre aux entreprises de mieux communiquer sur leurs produits</p>
Résultats	<p>Résultat 1: les produits sénégalais sont plus présents sur le marché américain et le niveau des exportations a augmenté</p> <p>Résultat 2 : les entreprises disposent de supports de communication adaptés pour assurer une meilleure promotion de leurs produits sur le marché américain</p>
Projets de l'Axe 3	Activités
Accompagnement des entreprises sur le marché américain	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation de manifestations économiques et commerciales (rencontres acheteurs-vendeurs (B2B, B2C), • Participation aux foires, salons et expositions aux Etats Unis • Participation au Forum AGOA • Accompagnement des entreprises dans la mise en place d'une infrastructure de stockage et de conservation à Miami
Renforcement de la communication promotionnelle des produits et des entreprises	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation de supports de communication en anglais (catalogues, guides, plaquettes, kakémonos, répertoire des exportateurs, dépliants, gadgets, portail, films, spots TV, etc.) sur les produits des entreprises et du « made in Sénégal » et sur des supports ponctuels pour la participation à des manifestations commerciales • Création d'une vitrine d'exposition permanente des produits « made in Sénégal » à la représentation diplomatique du Sénégal aux USA • Participation à des émissions radio/télévisées pour toucher la diaspora

Axe stratégique 4: Facilitation des échanges commerciaux	
Objectif global	Contribuer à la mise en place d'un environnement incitatif et favorable au développement des exportations sous AGOA
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif spécifique 1 : développer des synergies entre les acteurs • Objectif spécifique 2 : renforcer l'accès des entreprises aux financements de leurs activités export
Résultats	<ul style="list-style-type: none"> • Résultat 1 : la synergie des acteurs est obtenue et le cadre de dialogue et de concertation est renforcé • Résultat 2: l'accès des entreprises aux financements de leurs activités export est renforcé
Projets de l'Axe 4	Activités
Opérationnalisation du cadre de concertation sur l'AGOA	<ul style="list-style-type: none"> • Animation du cadre de concertation
Appui au financement des activités d'exportation des entreprises	<ul style="list-style-type: none"> • Contribution à la mise en place d'un fonds d'impulsion sous AGOA • Financement interne à frais partagés

4. MECANISME DE MISE EN ŒUVRE ET SUIVI/EVALUATION

Le pilotage de la stratégie sera assuré par la Direction générale de l'ASEPEX qui se donne pour missions :

- de coordonner la mise en œuvre des différentes mesures retenues pour atteindre les objectifs fixés ;
- d'identifier et de mobiliser les ressources nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie;
- de suivre et d'évaluer les actions identifiées.

La mise en œuvre de la stratégie se fera à travers le Plan d'action, ci-après présenté, qui comportera les activités à mener, les indicateurs des résultats attendus, les coûts ainsi que les responsables et partenaires impliqués.

La mission transversale de l'ASEPEX lui commande de rechercher des synergies pour une plus grande efficacité du dispositif d'intervention au profit des exportations. Le partenariat, qui par essence permet l'établissement de relations entre les différents acteurs et intervenants, est un des moyens les plus appropriés pour rechercher cette efficacité. Ainsi, il s'agira pour l'ASEPEX de nouer des relations de partenariat avec des intervenants tels que les IAC, les OP, les institutions de recherche et de formation, les laboratoires, les réseaux thématiques, les organisations régionales et sous-régionales, les ONG et les partenaires techniques et financiers intervenant dans le commerce.

La mise en œuvre réussie de la stratégie repose fortement sur la disponibilité de ressources appropriées à temps. Malgré les ressources allouées par l'Etat (subvention annuelle et ristournes de la redevance statistique) et le prélèvement COSEC, d'autres ressources additionnelles continueront à être sollicitées auprès des partenaires au développement pour prendre en charge intégralement le plan d'actions de la stratégie AGOA.

Au cours de l'exécution, une action de suivi et une évaluation continue et participative seront assurées. A cet égard, la structure organisationnelle et fonctionnelle sera examinée,

en conséquence, pour assurer une exécution et une performance optimales dans l'accomplissement de sa mission.

Le Suivi consistera à s'assurer de l'efficacité dans l'utilisation des ressources et la mise en séquence des activités. En tant que processus itératif et continu de collecte, de traitement et d'analyse d'informations, il mesurera les performances des projets ou de l'organisation vers les objectifs préalablement fixés. Sa mise en œuvre reposera sur une organisation, des indicateurs, des outils et des acteurs.

Ainsi cette composante a, entre autres, pour objectifs:

- de suivre les activités et les produits des différents projets de l'Agence en exploitant les données issues de la mise en œuvre du Plan d'action par le biais des indicateurs de réalisation : c'est le **Suivi d'exécution**;
- de mesurer le niveau d'atteinte des résultats et les performances des projets à travers les indicateurs de résultats (indicateurs de produits et d'effets) : c'est le **Suivi des résultats**;
- de suivre les risques identifiés dans la mise en œuvre des projets en vue de mieux les gérer et d'en réduire au maximum les effets : c'est le **Suivi des risques**.

Quant à l'Evaluation, elle suivra l'efficacité dans l'obtention des résultats (c'est-à-dire les produits et les résultats).

5. PLAN D'ACTION

AXE STRATÉGIQUE 1

RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DE L'OFFRE EXPORTABLE ET DES ACTEURS

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
Objectif spécifique 1.1 : assurer une conformité des produits aux exigences du marché américain											
Résultats attendu 1.1 : la qualité des produits est améliorée et est conforme aux exigences du marché américain											
1.1- Projet d'amélioration de la qualité intrinsèque et commerciale des produits	Identification de l'offre exportable sur le marché américain	Etude diagnostique	L'offre exportable est connue	1 étude réalisée	X			ASEPEX PTF UNCCIAS ADEPME	5		
		Atelier national de restitution	L'étude est partagée et validée	1 atelier tenu	X			ASEPEX OP UNCCIAS PTF ADEPME	1		
	Appui et coaching aux techniques de design et de finition des produits textile et artisanaux	Session de formation pour les entreprises sur les techniques de design et de finition	Les entreprises maîtrisent les techniques de design et de finition	10 entreprises formées Niveau de maîtrise des techniques de design et de finition	X	X	X	ASEPEX IAC PTF DPME ADEPME APDA	5	5	5
		Appui-conseil en entreprises	Les produits sont mieux positionnés sur des marchés de niche, notamment moyen / haut de gamme	10 entreprises conseillées Nombre de design développés Niveau de qualité atteint dans la production export	X	X	X		7	7	7

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
	Appui au suivi et au contrôle de la qualité sanitaire et phytosanitaire pour les produits des secteurs cibles	Organisation de sessions de formation dans le domaine de la sécurité sanitaire et phytosanitaire	Les entreprises sont formées	3 sessions de formation tenues 100 entreprises formées Niveau de connaissance de la sécurité sanitaire et phytosanitaire des produits	X	X	X	ASEPEX DPV PTF FOS UNCCIAS DPME ADEPME ITA	10	10	10
	Amélioration de la qualité de présentation (tableaux nutritionnels + étiquettes, code barres)	Appui à l'élaboration de tableaux nutritionnels	La qualité de la présentation des produits est améliorée	50 tableaux réalisés	X	X	X	ASEPEX PRDCC II IAC PTF ISRA ITA LABOS GS1	20	20	20
1.2 Projet de diversification des produits à l'export	Objectif spécifique 1.2 : appuyer la diversification des produits										
	Résultat 1.2 : les produits sénégalais connaissent une diversification sur le marché américain										
	Appui à la recherche et au développement de nouveaux produits	Appui financier aux initiatives de R&D des entreprises	Les entreprises ont développé leurs initiatives de R&D	5 entreprises appuyées Nombre d'initiatives de R&D développées	X	X	X	ASEPEX PTF FOS UNCCIAS DPME ADEPME DI ITA	5	5	5
1.3 Projet de											

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
renforcement des capacités des entreprises	Objectif spécifique 1.3 : mettre à niveau et renforcer les capacités des entreprises										
	Résultat 1.3 : les entreprises concernées disposent des capacités techniques et commerciales pour réaliser leur opération d'exportation et les OP concernées disposent des capacités nécessaires pour offrir des services adaptés aux besoins de leurs membres										
		Formations sur les exigences du marché américain	Les entreprises sénégalaises maîtrisent les conditions d'accès sous AGOA	3 sessions de formation par an pour les secteurs Textile, Agricole et Produits de la mer. 25 entreprises par secteur Niveau de connaissance des conditions d'accès	X	X	X	ASEPEX DCE USAID SCA ADEPME BE US Consultants	2	2	2
	Formation en langue anglaise	Les entreprises ont une meilleure maîtrise de la langue anglaise	4 sessions de formations par an 50 entreprises formés	X	X	X	ASEPEX PTF UNCCIAS DPME ADEPME	2	2	2	

AXE STRATÉGIQUE 2

SENSIBILISATION ET MISE A DISPOSITION D'INFORMATION SUR LE
MARCHE AMERICAIN

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
2.1 Projet Sensibilisation des acteurs aux opportunités offertes par l'AGOA	Objectif spécifique 2.1 : Assurer une appropriation et une meilleure connaissance des opportunités et du marché américain										
	Résultat 2.1 : les acteurs ont pris connaissance des opportunités commerciales en vu de les exploiter										
	Conférence annuelle de presse		Une meilleure connaissance du marché américain	Nombre d'entreprises ayant pris invitée	X			ASEPEX DCE DI PTF ARM APIX BE	2	2	2
	Institution de « l'AGOA DAY »		Tenue annuelle d'une journée AGOA	Une journée de l'AGOA organisée	X	X	X	ASEPEX DCE DI PTF ARM APIX BE	3	3	3
Edition et publication de Newsletters AGOA		Une newsletter est publiée tous les mois	12 newsletters réalisées par an	X	X	X	ASEPEX DCE DI PTF ARM APIX BE	5	5	5	

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
2.2 Projet de renforcement du système d'information économiques et commerciales et de veille sur le marché américain	Objectif spécifique 2.2 : mettre en place un système d'information qui permet de fournir des informations économiques et commerciales pertinentes sur les marchés cibles aux entreprises sénégalaises exportatrices et à leurs organisations professionnelles										
	Résultat 1 : le système d'information sur les marchés extérieurs est renforcé et permet de fournir des informations économiques et commerciales et de veille favorisant la prise de bonnes décisions.										
	Mise en place et développement d'un dispositif d'information et de veille commerciale et d'une base de données comportant des informations économiques et commerciales pertinentes pour les exportateurs sur le marché américain	Souscription à aux sources d'information payantes	Un outil de veille sur le marché américain est disponible	Degré de couverture des besoins en information Nombre d'informations fournies	X			ASEPEX DCE UNCCIAS DI PTF ARM BE CRADES	5		
		Développement d'une base de données informatisée sur les acteurs de l'export, les produits et les marchés	Une base de données sur le marché américain est disponible et accessible	Nombre de demandes d'informations reçues et traitées des entreprises	X	X	X	ASEPEX DCE UNCCIAS DI PTF ARM BE CRADES	5		
Production et diffusion d'informations économiques et commerciales sur le marché américain	Production de fiches produits et pays et profils de marché	Une meilleure connaissance du marché américain ; Disponibilité de l'information technique sur les produits	1 fiche pays et 1 profil marché élaborés et diffusés 15 fiches produits, par an produites et diffusées	X	X	X	ASEPEX DCE UNCCIAS DI PTF ARM BE CRADES	0	0	0	

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
			d'exportation.								
		Publication « Guide d'exportation sous AGOA »	Un guide d'exportation sous AGOA est mis à la disposition des entreprises exportatrices	1 guide publié	X	X	X	ASEPEX DCE UNCCIAS DI PTF ARM BE CRADES	10	10	10

AXE STRATÉGIQUE 3

PROMOTION DE « L'ORIGINE SENEGAL » SUR LE MARCHE
AMERICAIN

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
3.1 Projet d'accompagnement des entreprises	Objectif spécifique 3.1 : promouvoir l'origine Sénégal sur le marché américain										
	Résultats 3.1: les produits sénégalais sont plus présents sur le marché américain, et le niveau des exportations a augmenté										
	Organisation de manifestations économiques et commerciales	Missions acheteurs-vendeurs aux Etats Unis	Les produits sénégalais sont mieux connus sur le marché américain De nouvelles opportunités d'affaires sont enregistrées	1 mission acheteurs/vendeurs organisée chaque année 20 nouveaux contacts par entreprises: 10 opportunités d'affaires enregistrées par entreprise 5 intentions d'achat/contrats par entreprise	X	X	X	ASEPEX DCE UNCCIAS DI PTF ARM BE	25	25	25
	Participation aux foires, salons et expositions aux Etats Unis	Organisation de la participation collective des entreprises à 2 salons (Salon Fancy Food, Salon Textile Las Vegas)	Les produits « Origine Sénégal » sont mieux connus Des contacts d'affaires sont noués	Nombre de contacts noués Nombre d'opportunités d'affaires enregistrées et exploitées	X	X	X	ASEPEX BE UNCCIAS OP DCE USAID	20	20	20
Organisation de la participation du Sénégal forum AGOA		Des opportunités d'affaires sont enregistrées	Chiffre d'affaires réalisé par les entreprises	X	X		ASEPEX CP CO Ambassade	10	5	10	

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
			Les produits « origine Sénégal » exportés/ exportables sont mieux connus sur le marché national	Nombre d'entreprises encadrées Nombre de nouveaux produits découverts							
3.2 Projet de renforcement de la communication promotionnelle des produits et des	Accompagnement des entreprises dans la mise en place d'une infrastructure de stockage et de conservation à Miami	Etude de faisabilité pour l'exploitation d'entrepôts de stockage des produits exportés aux Etats Unis	Les produits sénégalais disposent d'un point relais et d'un centre de distribution	Une étude réalisée Un plan opérationnel disponible	X			ASEPEX BE PTF Consultant	5		
		Exploitation d'entrepôts de stockage des produits exportés aux Etats Unis		1 entrepôt opérationnel et exploité		X	X	ASEPEX		25	25
Objectif spécifique 3.2 : permettre aux entreprises de mieux communiquer sur leurs produits											
Résultat 3.2 : les entreprises disposent de supports de communication adaptés pour assurer une meilleure promotion de leurs produits sur le marché américain											

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
entreprises	Réalisation de supports de communication en anglais	Réalisation de supports ponctuels pour la participation des entreprises aux foires et salons aux Etats Unis	Des supports de communications sont disponibles pour les entreprises et les produits « Origine Sénégal »	Nombre de supports réalisés 10 entreprises soutenues par an	X	X	X	ASEPEX Consultants Sociétés Com	7	7	7
		Réalisation de supports de communication pour les entreprises			X	X	X		5	5	5
		Réalisation de supports de communication sur les produits « Origine Sénégal »			X	X	X		5	5	5
	Création d'une vitrine d'exposition permanente des produits « Origine Sénégal » à Washington DC	Etude du projet, Sélection et transport des produits	Les produits « origine Sénégal » sont visibles et promus	1 vitrine créée Nombre de produits exposés Nombre de visiteurs reçus et leur degré de satisfaction	X	X	X	ASEPEX Prestataires de services	5	1	1
		Installation de la vitrine			X				5	0	0
		Animation de la vitrine			X	X	X		0	0	0

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
	Participation à des émissions radio/télévisées pour toucher la diaspora sénégalaise basée aux Etats Unis	Animation d'émissions	Les services de l'ASEPEX sont plus connus, L'offre exportable est présentée aux acteurs économiques Américains	Nombre d'émission Nombres d'auditeurs et leur appréciation Nombre de contacts reçus	X	X	X	ASEPEX DCE UNCCIAS DI PTF IAC OP	5	5	5

AXE STRATÉGIQUE 4

FACILITATION DES ECHANGES COMMERCIAUX

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
4.1 Projet d'opérationnalisation du cadre de concertation sur l'AGO	Objectif spécifiques 4.1 : contribuer à la mise en place d'un environnement incitatif et favorable au développement des exportations sous AGOA										
	Résultat 4.1 : Un environnement incitatif et favorable au développement des exportations sous Agoa est mis en place										
	Animation du cadre de concertation	Elaboration d'un programme de travail annuel	Le club AGOA est opérationnel Les contraintes sont identifiées et des recommandations proposées	Plan d'action élaboré Nombre de rencontres tenues Propositions faites	X	X	X	ASEPEX USAID ADPME BMN Bureau Economique Ambassade E.U			
Tenue de rencontres tous les deux mois		X			X	X	1		1	1	
4.2 Projet d'appui au financement des activités d'exportation des entreprises											
4.2 Projet d'Appui au financement des activités export	Objectif spécifique 4.2 : renforcer l'accès des entreprises aux financements de leurs activités export										
	Résultat 4.2 : l'accès des entreprises aux financements de leurs activités export est renforcé										
	Contribution à la mise en place d'un fonds d'impulsion sous AGOA	Etude de faisabilité	Une ligne de crédit d'impulsion AGOA est disponible	étude réalisée Convention signée Nombre de crédits accordés Nombre de projets financés	X				5		
Signature d'une convention avec la BNDE		X			X	X					

Projets	Activités	Actions	Résultats attendus	Indicateurs de réalisation	Période d'exécution			Intervenants	Budgets estimatifs (en millions FCFA)		
					2014	2015	2016		2014	2015	2016
	Financement interne à frais partagés	Appui financier des activités export	Les entreprises bénéficient de financements de leurs activités export à frais partagés						100	150	200

6. TABLEAU RECAPITULATIF DU BUDGET

Budget Plan d'action triennal 2014-2016 (en millions FCFA)			
Axes stratégiques	2014	2015	2016
Axe 1 - Renforcement et amélioration des capacités de l'offre exportable	57	51	51
Axe 2 - Sensibilisation et mise à disposition d'information sur les marchés	30	20	20
Axe 3 - Positionnement de « l'Origine Sénégal » sur le marché américain	92	98	103
Axe 4 - Facilitation des échanges commerciaux	106	151	201
Total	285	320	375