

## **ASSOCIATION DES ÉTATS DE LA CARAÏBE (AEC)**

### **DOCUMENT DE SYNTHÈSE SUR L'ÉTUDE DES FLUX COMMERCIAUX DANS LA GRANDE CARAÏBE ET LES OPPORTUNITÉS POUR LE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE ET DE L'INVESTISSEMENT**

L'AEC a été créée pour renforcer la coopération et l'intégration des pays du bassin caribéen. La constitution de ce groupe élargi est née d'une prise de conscience des avantages accrus qui pouvaient découler de l'augmentation des échanges commerciaux, des investissements et de la coopération fonctionnelle, y compris dans des domaines tels que le tourisme, le transport, les échanges culturels et la gestion de l'environnement, entre autres.

Le commerce est considéré comme un important moteur de la croissance des États membres de l'Association des États de la Caraïbe (AEC). En fait, la taille relativement réduite et les structures productives assez peu diversifiées de la plupart des pays créent une forte dépendance des pays membres à l'égard du commerce. Les exportations sont un élément fondamental des échanges extérieurs et les importations contribuent aux investissements et à la consommation interne. L'AEC s'est activement efforcée, à travers des projets et d'autres initiatives, de contribuer à accroître la quantité et la qualité des produits et services commercialisés de la région, en ce qu'ils constituent un catalyseur pour la croissance, l'emploi et le renforcement de l'intégration.

Il faut noter qu'en 1997, deux ans à peine après la fondation de l'AEC, les pays qui en faisaient partie regroupaient une population de 220 millions d'habitants, soit 45,3% de la population de l'ensemble Amérique latine-Caraïbe (ALC), et que leur produit intérieur brut était de plus de 694 milliards de dollars, soit plus d'un tiers (34,3%) de celui de l'ensemble du sous-continent." (Étude de l'AEC sur les obstacles au commerce, 1999)

Le groupe que constitue l'AEC demeure un important marché permettant de développer les possibilités d'échanges commerciaux et d'investissements qui génèrent des bénéfices accrus pour les pays de la région. Bien qu'à l'origine elle ait été conçue avant tout comme un accord de coopération, l'AEC s'est proposé d'autres domaines d'intégration au profit de la sous-région. L'un des composants essentiels de ce mandat élargi est la facilitation de mesures destinées à accroître la quantité et la qualité des produits et services commercialisés et des

investissements dans la Grande Caraïbe, ce qui est jugé fondamental pour améliorer l'emploi et le niveau de vie, réduire les inégalités et encourager la cohésion sociale dans la région.

### **Exportations au sein de l'AEC**

En ce qui concerne les exportations au sein de l'AEC, l'étude révélait que le marché dominant était le Groupe des Trois (G-3) pendant la période étudiée (2000-2009), ce qui reflète son importance eu égard à sa taille, à la demande de son marché et à sa capacité d'exportation. La moyenne des exportations de ce groupe a presque triplé, passant d'US \$4.792 millions en 2000 à US \$14.84 millions en 2009, la majorité provenant du Venezuela.

En Amérique centrale, les exportations ont augmenté de neuf pour cent en moyenne (9%) au cours de cette décennie et ont presque doublé, passant de US\$6.87 millions en 2000 à US\$13.351 millions en 2009, ce qui reflète une augmentation à deux chiffres des exportations de la région en direction des autres pays du groupe, à l'exception du Panama<sup>1</sup> (pays non-aligné), du Guatemala et de El Salvador.

Quoique les exportations en provenance de la CARICOM, à l'exception des pays États membres associés, aient été plus réduites que celles d'autres régions, elles ont augmenté de près de quatorze pour cent (14%) en moyenne, autrement dit d'US\$3.291 millions en 2000 à US\$7.289 millions en 2009. Les exportations de la CARICOM provenaient en majorité des plus grosses économies, Jamaïque, Trinité-et-Tobago et Bahamas. Les exportations des pays non regroupés ont aussi affiché une hausse dynamique de 17.6%, leurs exportations passant d'US \$3.92 millions en 2000 à US \$7.773 millions en 2009.

Les exportations intra-AEC des pays membres représentaient 7,2% du total de leurs exportations mondiales en 2000 et ont atteint 10,8% en 2009. Cela indique que l'importance des exportations intra-régionales s'est accrue dans la sous-région, mais pas encore suffisamment pour modifier la structure et l'orientation du commerce.

---

<sup>1</sup> La République du Panama a été identifiée comme faisant partie de l'Amérique Centrale au niveau des données examinées (pages 57, 62, 65) bien qu'elle soit classée dans la catégorie des pays non-alignés au sein de l'AEC.

**Les importations au sein de l'AEC**

L'étude montrait que les importations au sein de l'AEC sont passées d'US \$22.396 millions en 2000 à US \$42.231 millions en 2009. Soixante pour cent (60%) des importations dans la sous-région provenaient des pays du G-3 dont les importations en direction des pays de l'AEC, de 2000 à 2009, représentaient en moyenne soixante pour cent (60%) du total. Il était suivi de l'Amérique centrale, dont les importations équivalaient à un quart (25%) du total pendant cette période, tandis que la CARICOM, les non regroupés et les Membres associés totalisaient respectivement dix pour cent (10%), sept pour cent (7%) et cinq pour cent (5%).

Les importations au sein de l'AEC n'atteignaient en moyenne que 9,7% du total des ses importations mondiales, ce qui met en lumière la dimension réduite du commerce intra-régional de marchandises.

Le niveau de composition des produits commerciaux permet de mesurer la qualité de la spécialisation des pays de la région. En 1999, les exportations au sein de l'AEC étaient composées de divers produits manufacturés, dont les combustibles et les produits chimiques. D'autres produits manufacturés représentaient 26,3% du total des exportations cette année là, les combustibles 26.2% et les produits chimiques 15.5%.

Les exportations de services de l'AEC en direction du reste du monde se sont accrues de onze pour cent (11%) entre 2000 et 2009, passant d'US\$39.017 millions à US\$62.835 millions. Les pays du groupe du G-3 étaient aussi les principaux exportateurs de services de la région, en partie grâce au tourisme et à d'autres services, dans le cas du Mexique, au transport et à d'autres services dans le cas de la Colombie et du Venezuela.

L'exportation de services des pays d'Amérique centrale a affiché une croissance assez forte de 14,2% en moyenne, passant d'un chiffre assez bas d'US \$6.229 millions en 2000 à US \$13.382 millions en 2009, le Panama<sup>2</sup> (pays non-aligné), le Costa Rica et le Guatemala venant en tête des exportations de services de l'Amérique centrale. Les exportations de services de la CARICOM représentaient seize pour cent (16%) du total de l'AEC, ce qui reflète une spécialisation relative. Plus de la moitié de la part de la CARICOM correspondait aux Bahamas et à la Jamaïque, ce qui souligne l'importance des exportations liées au tourisme dans ces deux pays.

---

<sup>2</sup> La République du Panama a été identifiée comme faisant partie de l'Amérique Centrale au niveau des données examinées (pages 57, 62, 65) bien qu'elle soit classée dans la catégorie des pays non-alignés au sein de l'AEC.

Un certain nombre de facteurs inhérents à l'environnement commercial ont fait obstacle au commerce au sein de l'AEC. On a insisté sur le fait qu'au nombre de ces problèmes figuraient la facilitation des échanges commerciaux, l'accès à l'information, les politiques commerciales et les mesures adoptées par certains États.

### **Transport et logistique**

La logistique se réfère à une série d'actions incluant le transport, le groupage des cargaisons, l'entreposage, le dédouanement aux frontières et la distribution des produits dans les pays, ainsi que les systèmes de paiements, qui facilitent le commerce (Arvis et. al., 2007). Les coûts, l'efficacité et la productivité des systèmes de transport et de logistique sont d'importants indices de la rentabilité du commerce. En dépit de certaines mesures destinées à les améliorer, les pays membres de l'AEC se situent en-deçà de nombreux pays d'Asie et des pays développés pour ce qui est de la fourniture et la qualité de leurs services de transport et logistique.

### **Politique commerciale de l'AEC**

La politique commerciale et la stratégie de l'AEC ont évolué afin de mettre l'accent sur une croissance s'appuyant sur les exportations dans le cadre d'un régionalisme ouvert. Au cours de la dernière décennie, les pays ont axé leurs efforts sur l'achèvement du processus de libéralisation du commerce tout en maintenant des protections adéquates, mettant au point des régimes de taux de change plus compétitifs et développant leurs capacités commerciales.

### **Accès à l'information**

On a admis que le principal obstacle au commerce auquel se heurtent les entités économiques des États membres et membres Associés est le manque de connaissance des réglementations et des processus leur permettant d'atteindre leurs objectifs commerciaux.

L'étude avait aussi pour objet de soumettre des recommandations qui aideraient à accroître les échanges commerciaux entre les pays Membres, et de présenter d'autres possibilités et perspectives pouvant être considérées comme viables pour les nouveaux domaines commerciaux et les investissements dans la région de la Grande Caraïbe

Ces domaines d'investissements potentiels et la possibilité d'accroître les échanges commerciaux dans tous les secteurs correspondent aux secteurs émergents, aux marchés inexploités et à l'esprit d'innovation de chaque pays membres de l'AEC. Il y a aussi les bénéfices qui pourraient découler d'une réforme des politiques et des approches stratégiques dans la recherche du développement durable et d'une croissance économique viable.

L'AEC devrait être considérée comme une facilitatrice du commerce intra-régional pour soutenir le développement de la région. A cet égard, il faut continuer à travailler aux initiatives visant à éliminer les obstacles au commerce intra-régional et améliorer le transport, entre autres.

L'efficacité des services portuaires et douaniers est aussi fondamentale pour accroître les échanges commerciaux au sein de l'AEC. A l'heure actuelle, de nombreux ports sont dépourvus d'équipement propres leur permettant de traiter de grands volumes de marchandises en vrac, et les démarches douanières sont souvent lourdes et bureaucratiques.

On pourrait consolider de nouvelles lignes de coopération et d'échange tels que les investissements étrangers intra-régionaux. Ceci exige une amélioration des mécanismes actuels de promotion des exportations et des techniques innovatrices.

L'AEC doit concevoir des stratégies conjointes pour promouvoir l'exportation de services. Le commerce global de la région est lié aux services, et tout d'abord au tourisme, qui est une importante source de développement. Un certain nombre d'autres créneaux en matière de services acquièrent de plus en plus d'importance et peuvent constituer un point de départ pour passer de la conception traditionnelle de l'économie de service à des domaines où les mots d'ordre sont l'innovation et la créativité.

Il est également fondamental de développer le secteur des industries créatives et d'autres produits spécialisés qui permettraient d'exploiter les capacités de la région au profit des pays membres.