

CONSORTIUM POUR LA RECHERCHE ECONOMIQUE EN AFRIQUE (CREA)

RAPPORT D'ETUDE SUR LE THEME :

**L'IMPACT DES RELATIONS COMMERCIALES SINO-
AFRICAINES : *LE CAS DU MALI.***

Par :

Professeur Abdrahamane Sanogo

Faculté des Sciences Economiques

Et de Gestion (FSEG)

Université de Bamako

RESUME DE L'ETUDE SUR L'IMPACT DES RELATIONS COMMERCIALES SINO-MALIENNES.

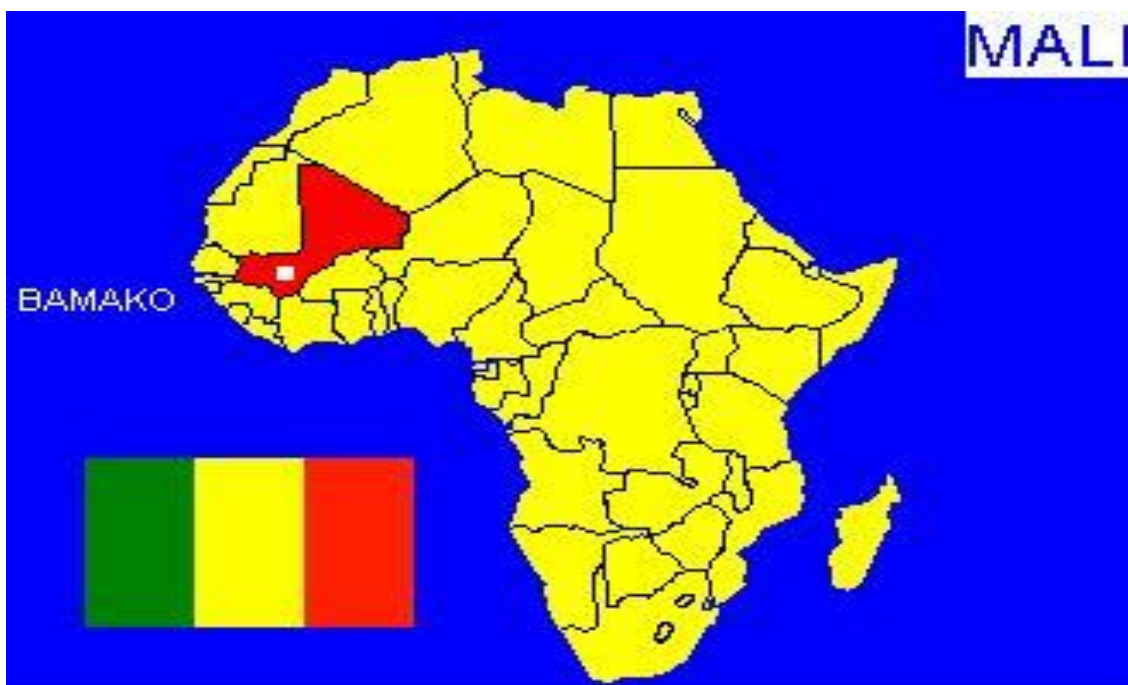
Le commerce bilatéral entre le Mali et la Chine s'améliore et connaît un développement très rapide, avec un record de 230 millions de dollars américains en 2008. La Chine n'en pas douter tire le plus gros avantage, dans la mesure où elle trouve un débouché supplémentaire pour ses produits manufacturés, et au-delà étend sa domination au Mali, en continuant d'influencer à son compte les habitudes de consommation. Quant au Mali, la balance des relations commerciales ne lui est pas favorable. Mais, il arrive à répondre aux besoins croissants de ses populations qui aspirent au bien-être qui ne peut être atteint que par la consommation de biens indispensables, qui malheureusement ne sont pas produits sur place. Et quand ils sont importés de l'Occident, leurs prix font qu'ils sont hors de la portée des couches pauvres de la population et qui hélas sont les plus nombreuses.

Pour tirer le meilleur profit des relations commerciales avec la Chine, c'est avant tout la coopération qui doit se poursuivre, mais sur une base d'avantages réciproques. En réalité, dans le monde contemporain, aucune nation ne saurait demeurer en autarcie et se développer.

Pour parvenir à ses objectifs de développement, c'est la voie de la diversification qui s'impose pour Mali. Un ou deux produits, en l'occurrence l'or et le coton ne suffiront pas à la relance de l'économie. Ce sont des produits primaires. Loin de pouvoir être associée à des politiques protectionnistes, une politique de diversification réussie doit par conséquent s'appuyer sur une participation active à la mondialisation.

Les entreprises maliennes doivent pouvoir élaborer des produits complémentaires pouvant entrer dans la confection de produits plus élaborés en Chine. Il faut au Mali des industries entraînantes. Mais, il n'en a pas les moyens, car cette exigence à son tour demande des investissements massifs, alors que l'épargne intérieure ne suffit pas pour ce genre d'opération.

Le Mali doit donc pouvoir attirer suffisamment d'investissements directs étrangers (IDE) pour assurer son début d'industrialisation, et améliorer sa coopération avec la Chine dans ce domaine. Sans ce début d'industrialisation, et de coopération industrielle entre le Mali et la Chine, les termes de l'échange seront toujours défavorables.





**SOM-
MAIRE**
Pages

I/ INTRO- DUCTION	5
I1. Problématique des relations commerciales sino-maliennes.....	5
I2. Objectifs de l'étude.....	6
I3. Organisation du rapport.....	7
II/ CONTEXTE HISTORIQUE	7
II1. Généralités sur le commerce bilatéral.....	9
II2. Cadre de la politique commerciale du Mali en général et avec la Chine en particulier	11
III/ REVUE DE LA LITTERATURE	14
III1. Théorie de la littérature.....	14
III2. Méthodologie d'approche.....	16
IV/ CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE	16
IV1. Choix du cadre théorique macroéconomique.....	16
IV2. Choix du cadre théorique microéconomique.....	17

V/ ANALYSE EMPIRIQUE.....	18
V1. Constats macroéconomiques.....	20
V11. Evolution des échanges commerciaux du Mali avec la Chine.....	20
V12. Impacts du commerce sino-malien sur le développement économique.....	24
V13. Impacts sur l'un et l'autre pays.....	24
V14. Impact de la crise financière sur le commerce sino-malien.....	32
V2. Constats microéconomiques.....	34
V3. Etude de cas.....	39
VI/ CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS.....	40
BIBLIOGRAPHIE.....	45
ANNEXE	50

SIGLES ET ABREVIATIONS :

APD : Aide Publique pour le Développement

BATEXI : Bakary Textiles (Nouvelle société issue de l'ancienne Industrie Textile du Mali)

BCEAO : Banque Centrale des Etats d'Afrique de l'Ouest

BDM : Banque de Développement du Mali

CAD : Comité d'Aide au Développement

CEDEAO : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest

CMDT : Compagnie Malienne de Développement Textile

COMATEX : Compagnie Malienne des Textiles

CNUCED : Conférence de Nations Unies sur le Commerce et le Développement

CSLP : Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté

DNCC : Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence

DNSI : Direction Nationale de la Statistique et de l'Informatique

EMCES : Enquête Malienne de Conjoncture Economique et Sociale

FMI : Fonds Monétaire International

GATT : General Agreement on Tariffs and Trade, en français Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce

IDE : Investissement Direct Etranger

IDH : Indice Humain du Développement

ITEMA : Industrie Textile du Mali

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

OXFAM: Oxford Committee for Famine Relief

PIB : Produit Intérieur Brut

PMA : Pays Moins Avancés

SMIG : Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

I/ INTRODUCTION :

Le Mali, pays enclavé de l'Afrique de l'Ouest, est un des Etats le plus vaste d'Afrique avec une superficie de 1 241 238 km² et une population qui se chiffre environ à 13 913 000 d'habitants en 2006. Il partage ses frontières avec sept autres Etats (Algérie, Burkina Faso, Niger, Côte d'Ivoire, Guinée, Sénégal et Mauritanie). Le Mali souffre de son enclavement. Ne possédant aucune façade maritime, il est dépendant des ports des pays de la sous région.

L'indicateur de pauvreté humaine (47,4%) le classe 73^{ème} sur 88 pays en développement, alors que l'indice de développement humain (IDH) le positionne au 175^{ème} rang sur 177 en 2006, et 173^{ème} en 2007/2008. Le revenu moyen par habitant estimé à 380 dollars US en 2007 est très inférieur à la moyenne pour l'Afrique subsaharienne (510 dollars). En 2001, 63,8% de la population vit dans la pauvreté et 21% dans l'extrême pauvreté. Si le taux de pauvreté a reculé sur la période 2001-2006, il reste élevé avec une moyenne de 47,4% en 2006. Le taux d'analphabétisme en 2006 est de 81%. La croissance réelle du produit intérieur brut (PIB) est estimée à 5,3% en 2006 contre 6,1% en 2005 et l'inflation a été contenue en 2006 à 1,5% contre 6,4% en 2005. Pour 2007, le taux de croissance a été de l'ordre de 5,2%.

Le Mali et la Chine ont établi des relations diplomatiques et de coopération depuis son accession à l'indépendance dans les années 1960.

La Chine quant à elle, est le troisième pays du monde par la superficie de 9,598.094 millions de km², après la Russie et le Canada. Située en Extrême-Orient, entre la Sibérie et l'Asie du Sud Est, elle constitue une masse continentale qui s'étend d'ouest en est sur 5000 km (du 74^{ème} au 135^{ème} méridien, et 18.000 km de façade maritime), elle est bordée au nord-est par la Corée du Nord, au nord par la Russie et la Mongolie, à l'ouest par le Kazakhstan, le Kirghizistan, le Tadjikistan, l'Afghanistan, le Pakistan, au sud par l'Inde, le Népal, le Bhoutan, la Birmanie, le Laos et le Vietnam.

11/ Problématique des relations commerciales sino-maliennes

Avec une population totale de 1,3 milliard d'habitants, la Chine est le pays le plus peuplé de la planète (20,7% de la population mondiale). Avec un PIB de quelque 2 600 milliards de dollars, la Chine est la 3^{ème} économie du monde après les Etats-Unis (PIB : 12 980 milliards de dollars), et le Japon (PIB : 4 220 milliards de dollars), et ainsi dépasse l'Allemagne depuis 2008. Elle apparaît aujourd'hui, comme une puissance économique redoutable. L'un des aspects le plus remarquable des changements de l'économie chinoise, c'est son ouverture internationale. En réalité, la Chine fonctionnait pratiquement en autarcie jusqu'en 1979. Depuis, elle a connu une large vague de réformes sous la direction de Deng Xiaoping et sous son mot d'ordre « *Enrichissez-vous !* ». L'enrichissement personnel (individualisme) et la consommation (soutenue par des politiques néo-keynésiennes dès 1997) sont devenus le nouveau credo économique.

En décembre 1978, la Chine commence ses grandes réformes, notamment sa « politique de porte ouverte ». Les premières années de réformes sont marquées en particulier par des baisses de protection tarifaire (d'une moyenne de 56% en 1982 à une moyenne de 15% en 2001) avec des exemptions de taxe pour les matières importées et les importations de parties et composants de produits manufacturés. La politique d'ouverture autorise également les investissements directs étrangers particulièrement dans de grandes zones économiques spéciales.

La Chine poursuit alors une politique classique de promotion des exportations comme l'ont fait 25 ans plus tôt les nouveaux pays industrialisés. Du fait de sa grande taille et de sa population, son arrivée dans le commerce international révolutionne toutes les tendances commerciales antérieures. Les entreprises étrangères ont également pris une très grande part dans cette évolution. On considère par exemple que plus de 90% des exportations de biens électroniques en provenance de Chine sont le fait de filiales de multinationales étrangères.

La Chine prend une place croissante depuis la fin des années 1990 dans les échanges commerciaux. En fait, « depuis la fin des années 1970, la Chine a mis la modernisation de son économie au premier rang des priorités et elle a tout fait pour y parvenir : elle a abandonné progressivement le plan pour le marché, elle a mobilisé ses immenses ressources de main d'oeuvre et a ouvertement tiré parti de la mondialisation en devenant l'usine du monde ». Avec l'ouverture de la Chine, c'est plus de 100 millions de travailleurs industriels (deux fois plus que dans le G7) qui se trouvent intégrés dans l'économie mondiale. Ainsi, elle est devenue la plus grande plate-forme mondiale de production à bas coûts. La Chine arrive à bousculer sérieusement les pays de l'OCDE dans les échanges de produits et services, et à marquer fortement de son empreinte les économies de l'Afrique subsaharienne, qui depuis la période coloniale sont demeurées la chasse gardée de l'Europe.

En 2005, la Chine s'est placée au 6^{ème} rang au niveau du PIB et elle a réalisé le meilleur taux de croissance au monde. En 2007, la Chine, avec 5,5% du PIB mondial et 11,4% de croissance, contribue plus à la croissance mondiale que les Etats-Unis qui font 27,4% du PIB mondial et 2,2% de croissance. Entre 2000 et 2007, ses exportations dans le monde ont quadruplé. Dans le même temps, ses exportations vers l'Afrique ont été multipliées par 7 et ses importations ont évolué au même rythme. Le commerce sino-africain (70 milliards de dollars en 2007) dépassera les 100 milliards

d'ici à 2010. Une telle progression contribuera certainement à réintégrer l'Afrique subsaharienne dans les flux formels du commerce international. En 2007/2008, elle est désormais le deuxième exportateur mondial de produits HT (haute technologie) après les Etats-Unis, grâce essentiellement à ses exportations de matériel électronique. Elle a régulièrement un taux de croissance à deux chiffres -plus de 10% par an- depuis quelques années. Ainsi certains observateurs l'ont qualifiée « d'usine du monde » tant il est vrai que la Chine fabrique tout, peluches, jouets, habits, réveils électroniques, climatiseurs... Considérée comme le « plus grand atelier du monde » elle fabrique près de 30% des vêtements vendus à travers le monde. A la fin de l'année 2006, s'est tenu à Pékin le sommet Chine - Afrique. Cette rencontre historique à laquelle ont participé 48 Etats africains a permis à la Chine de renforcer ses liens commerciaux avec un continent devenu pour elle stratégique. Ainsi, dans une étude il y a trois ans (Broadman, 2006) conclut que « l'échelle et l'allure des flux de commerce et d'investissement de la Chine et de l'Inde avec l'Afrique sont nettement sans précédent ». En effet, pour alimenter sa croissance, la Chine a besoin de ressources énergétiques dont regorge le continent noir. L'Afrique est aussi un débouché pour les exportations chinoises de produits manufacturés à bas prix. Le plan d'action triennal adopté lors du sommet Chine-Afrique en 2006, prévoit de continuer à ouvrir les marchés chinois aux exportations des pays africains les moins avancés en portant de 190 à 440 le nombre de produits entrant en franchise de droits. La Chine est devenue en 2006, après justement le sommet Chine/Afrique, le premier fournisseur de l'Afrique subsaharienne et un des premiers, sinon le premier bailleur de fonds bilatéral.

Par ailleurs, l'on sait que l'Afrique est pourvoyeuse de matières premières, alors que l'appétit de la Chine pour celles-ci semble désormais sans limite, et qu'elle cherche à les acquérir à tout prix.

La Chine, pourtant elle-même pays en développement, prend rapidement un rôle essentiel dans le développement de l'Afrique subsaharienne. Sa forte croissance et les besoins en pétrole et autres produits de base qu'elle entraîne ont stimulé le commerce avec l'Afrique.

Dans le cas particulier du Mali qui nous intéresse, les relations avec la Chine sont sous-tendues par une coopération en plein essor. Il s'agit entre autre d'une coopération historique, car la Chine et le Mali ont établi des relations diplomatiques depuis le 25 octobre 1960. Depuis cette date, la coopération entre les deux pays dans les domaines politique, économique, culturel, sanitaire et militaire ne cesse de se développer. La Chine est l'un des premiers partenaires du Mali.

I2/ Objectifs de l'étude

L'objectif essentiel de cette étude consiste à identifier et à analyser les traits caractéristiques et les incidences du commerce de la Chine avec le Mali, et d'évaluer ses impacts spécifiques sur le développement du Mali. Il s'agit entre autre, de voir si le Mali comme le reste de l'Afrique subsaharienne peut-il acquérir dans ses relations commerciales avec ce pays quelques opportunités, et améliorer sa situation économique, ou en réalité si il est entrain de basculer vers un autre type de domination économique comme depuis 50 ans avec la France ? En clair, il s'agit de voir si la Chine, dans sa croissance extraordinaire a-t-elle par le biais du commerce un effet d'entraînement positif perceptible sur l'économie du Mali.

De manière spécifique, il s'agit de:

- L'identification et l'analyse des caractéristiques essentielles, des structures et des développements des principaux canaux à travers lesquels les impacts de la croissance de la Chine sont transmis au Mali ;
- L'évaluation qualitative et quantitative de la nature, la dimension et l'ampleur des périodes considérées du secteur spécifique et de l'ensemble des impacts subis ;
- L'identification et l'analyse des défis et opportunités spécifiques du secteur en ce qui concerne le Mali comme résultant de l'impact produit par les relations économiques et de la croissance chinoise ;

- L'analyse de scénario des évolutions futures de la croissance de la Chine en relation avec le Mali ;
- L'articulation et l'analyse de la situation du Mali et des mesures de politiques et de stratégies de développement pour maximiser l'ensemble des bénéfices et des défis émanant des relations commerciales avec la Chine.
- L'identification et l'analyse des gains et pertes des acteurs principaux en ce qui concerne les exportations et les importations et les sources de gains et pertes ;
- L'examen de l'évolution de la politique commerciale du Mali et de la Chine, en se focalisant sur les principaux secteurs commerciaux, et les conditions d'accès au marché dans les deux pays ;
- L'analyse du fait que si la Chine en inondant le marché malien d'innombrables produits bon marché, arrive-t-elle à satisfaire les besoins économiques des maliens ;
- L'explication dans quelle mesure la crise financière avec la tentation protectionniste sur les économies, est susceptible d'avoir un impact sur les relations commerciales entre la Chine et le Mali ;
- La proposition de réponses de politique visant à maximiser des avantages, en prenant en considération les défis émanant des relations commerciales avec la Chine.

13. Organisation du rapport

Le travail qui suit consistera à évoquer d'abord le contexte historique des relations commerciales entre la Chine et le Mali, pratiquement depuis 1960 (accession du Mali à la souveraineté nationale). Il s'agit là d'évoquer comment les deux pays ont noué ces relations et d'en cerner la dynamique qui les a sous-tendues en terme d'évolution. La revue de la littérature va suivre, et tentera de faire le point des interventions ayant abordé et développé la question du commerce entre les deux pays soit d'un point de vue général, soit d'une manière spécifique. Il s'agira alors d'évaluer les différentes contributions.

Ensuite, dans un troisième point, l'effort consistera à placer la question des relations commerciales sino-maliennes dans un cadre théorique et d'en préciser la méthodologie d'approche, en l'occurrence le cadre intégré de Kaplinsky. Cela nous mènera à envisager l'analyse empirique, où les résultats de l'étude seront présentés tant dans leur dimension macroéconomique que microéconomique, avec les nouvelles interrogations qu'ils vont susciter.

Enfin, dans une dernière partie, nous tirerons les différentes conclusions qui aideront à formuler les recommandations que les décideurs pourront utiliser afin d'améliorer les politiques commerciales.

II/ CONTEXTE HISTORIQUE :

L'intégration de l'économie de mondiale s'accélère. L'élimination progressive des obstacles aux échanges de marchandises, engagée au lendemain de la guerre par les pays industrialisés, s'est systématisée et élargie à l'ensemble des pays du monde à l'occasion des *rounds* de négociation du GATT. Les accords de Marrakech ont entrepris de libéraliser les échanges de produits agricoles et de services. La création de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) est un véritable symbole de l'adhésion quasi universelle aux principes du marché et du libre échange. L'augmentation continue de la part du commerce international dans la production et la consommation du monde, et de chacune des nations, accentue, d'année en année, l'interdépendance des économies. C'est dans ce contexte que les relations commerciales entre la Chine et l'Afrique sont très pertinentes. La stratégie de développement de la Chine, par exportations de biens manufacturés constitue un des points saillants de sa transition. La part des produits manufacturés exportés dans le total des exportations est passée d'environ 50%, en 1985, à près de 80% aujourd'hui. La spéculation s'est jusqu'à présent effectuée à l'instar des autres économies dynamiques d'Asie dans les industries légères (industries

de main d'œuvre telles que les textiles, habillement, produits de l'artisanat...) et dans les biens de consommation, ce qui lui a permis de bénéficier d'avantages comparatifs en termes de coûts salariaux. Le démarrage économique chinois date véritablement de 1992 ; il s'est concrétisé juste après l'adhésion de la Chine à l'Organisation Mondiale du Commerce en 2001 après 15 années de négociations. En effet, c'est en 2005, que le monde a vraiment découvert la nouvelle réalité de la Chine (pays le plus peuplé du monde, 20% de la population mondiale). Au cours de cette année, la Chine est réellement apparue comme une des locomotives de la croissance mondiale.

Obéissant à des objectifs plus politiques qu'économiques, les échanges entre la Chine et l'Afrique ont connu une première embellie dans les années 1960. Depuis les années 1980, leur reprise se fait sur des bases économiques et entre 2000 et 2005, alors que le commerce chinois a triplé, les échanges avec l'Afrique ont quintuplé. L'Afrique demeure cependant un partenaire mineur de la Chine. La place de l'Afrique dans le commerce extérieur chinois (3% en 2005 et 2,5% pour l'Afrique sub-saharienne) est deux fois plus élevée que sa place dans le commerce mondial. Ces échanges sont caractérisés par leur asymétrie : l'Afrique est un débouché modeste de la Chine, alors que la Chine est un des principaux partenaires de l'Afrique.

L'Afrique est aujourd'hui un débouché pour la Chine en ce qui concerne les exportations de produits manufacturés à bas prix. Sa forte croissance et les besoins en pétrole et autres produits de base qu'elle entraîne ont simulé le commerce avec l'Afrique où ces produits abondent. Les exportations de l'Afrique vers la Chine ont augmenté de 48% par an, entre 1999 et 2004. En 2005, 10% des exportations africaines sont allées en Chine. La Chine est le premier fournisseur de l'Afrique (produits manufacturés, habillement, textiles, machines et équipement de transport). Elle est le second débouché de l'Afrique après les Etats Unis et importe du pétrole et des matières premières.

La question centrale qui est susceptible d'être soulevée, est celle qui consiste à savoir si l'Afrique subsaharienne peut tirer quelques avantages du commerce international avec la Chine en vue d'assurer son développement ? La réponse à cette question n'est pas aisée.

D'abord, la description classique d'un pays en développement indiquera que la majorité des recettes d'exportation proviennent d'un seul ou de quelques produits primaires. Ce fut le cas du Mali où depuis l'indépendance en 1960, le coton a été le seul produit d'exportation, procurant à l'Etat 60% de ses recettes d'exportation. Ce n'est que récemment que l'or est apparu, et devenant ainsi un élément moteur de la croissance au Mali. Or, selon le Professeur François Perroux, « l'extraversion imprudente de l'économie nationale tend, au milieu des succès de l'exportation, à affaiblir le potentiel industriel de la nation et, dans les cas les plus graves, à désorganiser son appareil de production ». Mais, en réalité l'économie du Mali est relativement ouverte au commerce international, avec un volume d'échange (somme des exportations et importations) de 65% du PIB en 2004, contre 50% pour l'ensemble des pays à bas revenu et 42% pour l'OCDE. Un enjeu central du commerce extérieur du Mali est sa dépendance vis-à-vis des cours mondiaux de l'or et coton, qui constituent l'essentiel de ses exportations.

Le Mali tire en effet la plus grande partie de ses recettes à l'exportation d'un nombre restreint de ressources naturelles et de produits agricoles. Il y a une très faible diversification des exportations : environ 90 % des exportations du pays sont composées de deux produits, or et coton deux produits primaires à faible valeur ajoutée fortement dépendants des cours mondiaux et, pour le coton, des aléas climatiques.

L'or représente une part essentielle et croissante des exportations. Entre 1999 et 2004 les exportations d'or sont passées de 43 % à 56 % du total national. On notera que les liens du secteur avec le reste de l'économie s'élèvent à seulement 1-2 % du PIB (en tenant compte des exonérations d'impôt) ; la plupart des entrants sont importés et l'utilisation de travail est faible (FMI (2006)).

Le coton est exporté à l'état brut puisqu'il n'existe pas d'industrie de transformation substantielle. De plus, la part de coton dans les exportations totales ne cesse de diminuer. Malgré cela, la production de coton demeure la filière la plus importante de l'agriculture malienne : la production de coton constitue l'occupation principale de plus de 3 millions de personnes et la filière cotonnière fournit 98 % des recettes agricoles.

Ensuite, malgré son côté éclairant pour les pays en voie de développement, la théorie de l'avantage comparatif n'offre que le début d'une explication du développement du commerce international. Elle ne fournit pas de mécanismes pour expliquer les modalités d'évolution des économies dans le temps et quant à la structure de leur production, de leur consommation et de leur commerce. Les développements de la théorie ont servi à élucider certaines facettes de la croissance, mais ils laissent eux-mêmes beaucoup de choses inexplicables.

Le Mali, à l'instar de la plupart des pays d'Afrique subsaharienne a sa croissance économique et son développement liés surtout au commerce international, notamment à l'exportation de produits primaires (essentiellement coton, peaux et cuirs, or...) pour réunir les devises nécessaires à l'investissement d'une part. D'autre part, il s'agit d'importer des machines, équipements, matériels de transport et de construction nécessaires pour la production, et aussi les produits manufacturés dont les populations ont besoin pour leur propre épanouissement.

Dans le domaine du commerce, les relations entre la Chine et le Mali sont en nette progression. Le volume du commerce entre les deux pays s'est élevé à 145 millions de dollars US en 2005. En 2005, la Chine a exporté au Mali pour 89,130 millions de dollars US en divers articles, soit une augmentation de 57% par rapport à l'année 2002, et en 2006 pour 86,52 millions de dollars US. L'amélioration est encore plus nette en 2008.

Quant aux importations de la Chine en provenance du Mali en 2005, elles se sont chiffrées à 36,52 millions de dollars US, soit une augmentation de 98% par rapport à 2002.

La Chine, à n'en pas douter s'est installée avec force, pratiquement dans tous les secteurs économiques du marché malien. Cette situation nous mène à poser l'intérêt et les objectifs de la présente étude à travers le cas spécifique de l'impact des relations commerciales sino-africaine, à travers le cas spécifique du Mali.

III. Généralités sur le commerce bilatéral

Selon la CNUCED, le commerce international intervient à raison de plus de 50% dans le PIB des PMA en tant que groupe, et les taux élevés de croissance des exportations ont été un moteur essentiel de la forte croissance de leur PIB. Toutefois, la structure de leurs exportations reste concentrée sur les produits primaires et les activités manufacturières peu spécialisées à forte intensité de main-d'œuvre. La plupart des PMA sont des importateurs nets de produits alimentaires. La performance commerciale est soumise à l'évolution des prix des produits de base. Le déficit commercial s'accroît dans la plupart des PMA, en particulier ceux qui sont spécialisés dans l'exportation de produits agricoles. Malgré leur très bonne intégration dans l'économie mondiale et de bons résultats à l'exportation, la marginalisation des PMA dans ladite économie n'a pas beaucoup évolué si l'on ne tient pas compte du pétrole. Elle est liée à l'échec persistant de la montée en gamme de leurs exportations. Quelque 64% de l'accroissement total des exportations de marchandises des PMA entre 2004 et 2006 revient aux exportateurs de pétrole et 12% à ceux des minéraux.

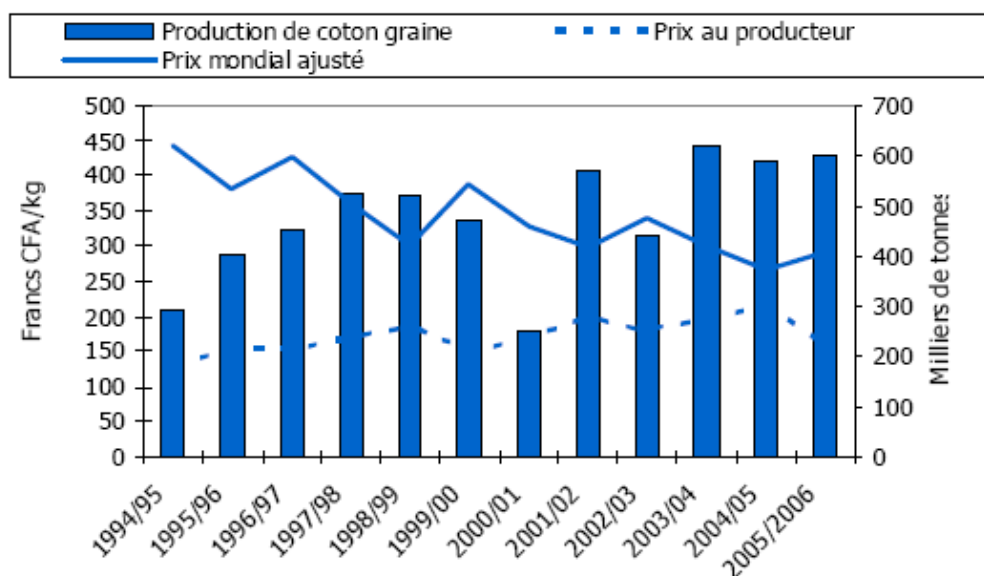
D'une manière générale, le commerce et la coopération économique Chine-Afrique sont entrés dans une nouvelle ère de croissance globale, rapide et stable depuis l'établissement, en 2000 du Forum Chine Afrique. Le volume du commerce entre la Chine et l'Afrique a plus que triplé à partir de 2000, avec l'amélioration de la structure des échanges. En effet, les échanges bilatéraux qui

s'élevaient à 10 milliards de dollars US en 2000, ont grimpé à près de 40 milliards de dollars US en 2005, tandis que pendant la même période, la part de la Chine du commerce africain s'est accrue de 2,6% à plus de 6%, faisant ainsi de ce continent son plus grand partenaire commercial après les Etats-Unis et la France.

En ce qui concerne le Mali, d'après la section des échanges et du commerce de l'Ambassade de Chine à Bamako, le commerce bilatéral a été sur une courbe ascendante, touchant un record de 230 millions de dollars américains en 2008. Pendant que le coton et d'autres produits agricoles y afférents sont convoyés en Chine par bateau en provenance du Mali, les machines, le thé et le textile vont dans le sens contraire. Dans ce cas spécifique d'ailleurs, une donnée importante, susceptible de renforcer les relations commerciales du Mali et de la Chine, en termes de « gagnant-gagnant » c'est bien évidemment les deux produits essentiels d'exportation du Mali que sont le coton et l'or. En fait, la Chine est le premier exportateur mondial de textiles et habillement, mais elle a besoin d'importer du coton -principalement des Etats-Unis- pour pourvoir aux besoins de sa production nationale et internationale.

Cependant, la part des pays africains exportateurs de coton dont le Mali, s'est accrue depuis le milieu des années 1990 (Pham 2006). Le Mali est le premier producteur de coton d'Afrique subsaharienne. Un quart de la population malienne vit directement de sa culture et le secteur représente près de 8% du revenu national du pays. La culture du coton est la principale source de revenu pour les agriculteurs qui doivent assurer leur nourriture et leur logement, leurs dépenses médicales et les frais de scolarité de leurs enfants. Le prix du coton est donc directement lié à l'accès à l'éducation et aux soins médicaux. Ainsi, la Chine qui a importé en 2007, du Mali 23 000 tonnes de coton pour un montant de 31,83 millions de dollars US, représentant ainsi 89% du total des importations chinoises en provenance du Mali, est susceptible d'être un marché potentiel pour ce pays. Cela est d'autant plus vrai, lorsque l'on sait que les subventions aux exportateurs de coton dans les pays développés ont entraîné un effondrement des cours du coton ces dix dernières années. Ce fait n'a pas épargné le Mali, ainsi qu'on peut le voir sur la figure suivante.

Figure 1. Production et prix du coton au Mali



Source : OCDE/BAfD (2006), *Perspectives économiques en Afrique*.

A ce sujet d'ailleurs, il convient de noter que lors du sommet de l'OMC tenu en juillet 2008, les négociations pour la libéralisation du commerce mondial des produits agricoles et industriels se sont soldées par un échec. A cette date, 153 pays étaient réunis par l'OMC à Genève pour tenter de parvenir

à des accords pour relancer le processus de Doha, initié en 2001. Quant à la question du coton, le Burkina Faso, le Tchad, le Mali et le Bénin se sont frottés aux Etats-Unis, et n'ont pas atteint leur objectif. En effet, le club des 4 réclamait une baisse des subventions américaines sur le coton, estimant qu'elles « plombent » le marché mondial et pénalisent les pauvres. La Chine a d'ailleurs en la circonstance, prit la défense de l'Afrique, arguant que les subventions avaient « provoqué des torts importants pour les producteurs de coton dans les pays en développement, en Afrique et pour quelques 150 000 millions d'entre eux en Chine ». Mais, rien n'y a fait, la demande du club des 4 a été rejetée par les Etats-Unis.

Alors que le retentissant commerce bilatéral bénéficie aux deux parties, le Mali et la Chine, de nombreuses entreprises chinoises, telles que China Overseas Engineering Group Co. Ltd, China GEO-Engineering Corporation and China Light Industrial Corporation for Foreign Economic and Technical Cooperation, sont entrées au Mali pour des projets contractés et des entreprises communes.

II 2. Cadre de la politique commerciale du Mali en général et avec la Chine en particulier

Orientation générale :

Le rôle du commerce extérieur dans une économie en développement est multiple. D'abord, les entrées de devises générées par les exportations permettent de financer les importations nécessaires au fonctionnement d'un appareil productif moderne, qu'il s'agisse d'intrants dans la production agricole ou industrielle ou de biens de consommation nécessaires à la vie quotidienne des populations. Quant aux exportations, elles contribuent au maintien des grands équilibres macroéconomiques : celui de la balance commerciale et celui de la balance des paiements.

En second lieu, les exportations donnent aux entreprises nationales l'accès à des marchés plus vastes que le marché local, leur permettant ainsi de valoriser leurs investissements et de réduire leurs coûts unitaires en produisant à plus grande échelle.

En troisième lieu, le marché mondial permet d'amortir les chocs naturels sur la production agricole dont la place est prépondérante dans l'économie malienne. Lorsque la récolte est abondante, sans débouché d'exportation, les prix locaux s'effondreraient, privant les agriculteurs des bénéfices de leur travail. De façon symétrique, en l'absence d'importations, une mauvaise récolte entraînerait l'envolée des prix locaux, amenant ainsi les ménages urbains dans la pauvreté. Le commerce international sert ainsi d'amortissement des chocs naturels.

Ainsi, la vision stratégique du Mali en termes de développement commercial procède directement de la volonté, exprimée dans la Déclaration de Politique Commerciale de décembre 2007, de saisir les opportunités offertes par le système commercial multilatéral et en particulier par l'évolution actuelle de l'économie mondiale. En effet, les potentialités de l'économie nationale se situent dans les créneaux porteurs des échanges mondiaux (notamment les produits agricoles).

La politique commerciale du Mali :

Au lendemain de l'accession à l'indépendance, le Mali avait opté pour une orientation économique de type dirigiste dans laquelle l'Etat était le principal opérateur tant dans les transactions de commerce extérieur que dans la commercialisation de la production agricole et dans la distribution des produits de première nécessité et de grande consommation. Suite à un nombre important de déséquilibres économiques et sociaux, le Gouvernement s'est engagé dans un vaste programme de réformes économiques à partir des années 1980 en collaboration avec ses partenaires au développement. Ces réformes ont introduit progressivement le Mali dans un système d'économie libérale.

La reforme comporte les points ci-après :

- le désengagement de l'Etat des secteurs productifs au profit des acteurs privés ;
- l'ouverture des activités de commercialisation aux négociants privés ;
- l'institution de la liberté des prix et de la concurrence ;
- la libéralisation du commerce (pas de restrictions à l'importation et à l'exportation) ;
- la simplification, la facilitation et l'allègement des procédures du commerce extérieur ;
- l'adaptation des lois et règlements au nouvel environnement économique et promotion de l'initiative privée.

La politique commerciale dans ce contexte est essentiellement fondée sur les grandes orientations comme, les créations d'emplois, l'accroissement des niveaux de vie par une augmentation durable du taux de croissance économique, l'affectation plus efficiente des ressources. Ses objectifs généraux consistent à :

- assainir le marché intérieur ;
- sécuriser l'approvisionnement correct et régulier du pays en biens de consommation et en biens d'équipement ;
- assurer un écoulement permanent des produits nationaux tant à l'intérieur qu'à l'extérieur ;
- diversifier la production et les exportations ;
- accroître les exportations à un taux moyen de 15% par an;
- améliorer le fonctionnement des tribunaux de commerce.

C'est dans ce contexte de libéralisation, d'ouverture et de simplification des activités commerciales que le Mali a pu tisser des liens commerciaux florissants avec la Chine.

Le traité de l'UEMOA prévoit en son article 4 l'union douanière et en son article 82 la définition d'une politique commerciale commune. Avec la mise en place de l'union douanière en 2000, un seul territoire douanier s'est substitué aux territoires nationaux. De ce fait, les Etats membres ont cessé d'être souverains en matière de tarif douanier et de politique commerciale qui, en étant commune, est conçue désormais par les organes de l'Union en étroite collaboration avec les services compétents des Etats membres.

Ainsi, c'est l'équipe du Secrétariat général de la CEDEAO qui négocie les APE avec l'Union européenne à travers le secrétariat exécutif des ACP avec l'assistance des Etats membres. Le même scénario est mis en place pour ce qui concerne l'UEMOA.

En attendant, le Mali a mené les actions tendant à réformer sa politique commerciale dans le sens d'une plus grande libéralisation. L'objectif principal de cette politique est sans doute l'assainissement de l'environnement des affaires, l'augmentation des capacités d'exportation, la diversification des produits d'exportation et des pays de destination, l'exploitation au mieux des opportunités offertes par les accords commerciaux, les accords de l'OMC, l'accord de Cotonou, l'AGOA etc....

Les principaux instruments de cette politique sont le code du commerce, le tarif douanier, l'organisation institutionnelle des producteurs, l'encadrement et la promotion du commerce extérieur.

Cadre législatif et institutionnel

Le Code du commerce adopté par la Loi n° 92-002 du 27 août 1992 et modifié par la loi du 07 juin 2001, régit l'exercice des activités commerciales. Mais, depuis 2000 ce code a été mis

en harmonie avec les dispositions des 8 Actes Uniformes de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA).

La politique commerciale du Mali est désormais régie par le Décret présidentiel 00-505 du 16 octobre 2000, qui énonce le principe du libre commerce. Ses modalités d'applications sont précisées dans l'arrêté interministériel N° 03-2694/MIC-MEF, qui indique les mesures s'appliquant aux importations et aux exportations. Le Décret N° 98-332/P-RM du 02 octobre 1998 fixe l'organisation et les modalités de fonctionnement de la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence. Les procédures douanières sont, elles, spécifiées dans les Décrets N° 98-383/P-RM du 18 novembre 1998 et N° 01-282/P-RM du 03 juillet 2001.

L'élaboration de la politique commerciale en général, ainsi que le suivi des accords commerciaux, relèvent de la compétence du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Investissements. Les APE (Accords de Partenariat Economique négociés avec l'Union Européenne en remplacement de la Convention de Cotonou) sont du ressort du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération Internationale.

Créée par l'Ordonnance 98/019 du 20 août 1998, la Direction nationale du commerce et de la concurrence (DNCC) dont la mission inclut, entre autres, d'« organiser, développer et appuyer les activités de promotion commerciale en vue d'accroître leur rôle dans le développement économique et commercial du pays » est au entre du dispositif national de développement et du commerce. Outre son rôle de réglementation en matière de commerce et concurrence, elle assure le suivi du Cadre Intégré et donc l'élaboration d'une stratégie nationale de développement du commerce. Elle a également la responsabilité des relations avec l'OMC, en particulier des notifications et de la mise en conformité de la législation nationale avec les accords multilatéraux, et du suivi du respect, par les partenaires du Mali, de leurs engagements multilatéraux, ainsi que l'impact des accords de l'OMC sur l'économie nationale.

Nous savons que la libéralisation va de pair avec la concurrence. Ainsi, le Mali ayant opté pour le libéralisme a institué la liberté d'entreprendre, la liberté des prix et nécessairement l'instauration de la concurrence. Dans ce cadre, il a été créé le Conseil National de la Concurrence et une réglementation appropriée conformément aux directives anticoncurrentielles de l'UEMOA entrée en vigueur en 2003.

La politique du commerce bilatéral du Mali avec la Chine

Grâce aux efforts faits par les deux pays, les 8 mesures annoncées par la Chine lors du Sommet de Pékin du Forum de coopération Chine Afrique en novembre 2006 sont mises en application avec succès au Mali, permettant ainsi un approfondissement de la coopération mutuelle dans les différents domaines.

Mais, en réalité le commerce entre les deux pays remonte depuis l'indépendance du Mali en 1960. Les échanges commerciaux entre le Mali et la Chine ont été successivement régis par « l'accord sur les échanges commerciaux de marchandises et de paiements » du 28 février 1961 et par l'accord commercial du 07 octobre 1978. En outre, un accord sur la coopération et un accord sur l'assistance technique ont été signés respectivement le 22 août 1961 et le 09 novembre 1962. Un protocole d'accord relatif aux paiements des frais locaux résultant de la mise en œuvre des projets concernés par les précédents accords a été signé en décembre 1963.

L'accord de février 1961 est basé sur le clearing. L'article V de cet accord stipule que la Banque de Développement du Mali (BDM) ouvrira dans ses livres au nom de la Banque Populaire de Chine, un compte en francs maliens intitulé « compte chinois » ; la Banque Populaire de Chine

aussi ouvrira dans ses livres au nom de la BDM un compte en monnaie nationale, intitulé « compte malien ».

L'accord commercial de 1978 institue le règlement des échanges en devises librement convertibles en lieu et place des accords de paiement à travers le système clearing. Avec cette procédure, les opérateurs économiques privés ont commencé à participer de plus en plus aux échanges entre les deux pays.

Améliorer les débouchés des pays à faible revenu est une des priorités de la communauté internationale depuis quelques années, surtout dans le cadre du cycle de Doha et de diverses instances bilatérales et régionales. Avec la baisse des obstacles tarifaires et non tarifaires multilatéraux qui, dans les pays industriels, visent les exportations africaines, celles-ci devraient s'accroître sensiblement. Mais les pays africains font face au même type de barrières dans l'hémisphère Sud, y compris dans les pays asiatiques en développement. En outre, les barrières tarifaires et non tarifaires qui entravent les échanges dans certains pays d'Afrique créent parfois des distorsions qui nuisent aux exportations africaines.

Les droits de douane asiatiques sur les exportations africaines diminuent progressivement mais lentement, surtout vis-à-vis des pays africains les moins avancés (PMA). Les droits sur certains produits sont *plus élevés* pour les PMA d'Afrique que pour les PMA des autres régions. Ces produits (matières premières brutes non comestibles, aliments et animaux sur pied) représentent les deux tiers des exportations totales des PMA africains vers l'Asie.

D'après des données récentes, il semblerait que, toutes choses égales par ailleurs, les droits de douanes, les droits de douanes élevés appliqués par l'Asie à certains produits africains soient dissuasifs. Mais, le marché chinois est relativement déréglementé, puisque 45% des importations ne sont pas taxées ou sont soumises à un tarif douanier proche de zéro.

La structure de certains tarifs douaniers asiatiques est particulièrement problématique en ce qui concerne les perspectives d'exportation de l'Afrique vers l'Asie. Des droits élevés sont perçus sur les produits transformés afin de conserver les activités à plus forte valeur ajoutée sur le marché intérieur, tandis que des droits moins importants sont appliqués aux matières premières également disponibles dans le pays, ce qui incite les entreprises asiatiques à acheter des intrants peu chers à l'étranger pour les transformer sur le territoire national. La progressivité des tarifs douaniers appliqués aux différents stades de transformation décourage l'Afrique d'exporter des produits transformés vers l'Asie. Pour certains produits, les producteurs maliens à l'instar de beaucoup d'africains, ne peuvent pas profiter des tarifs assez faibles pratiqués sur les marchés asiatiques, car leur capacité de production est insuffisante. Le Mali n'a pas réellement la possibilité de pénétrer sur le marché chinois, faute d'avoir les capacités de production requises pour proposer des produits de bonne qualité.

Malgré ces problèmes d'organisation et de capacité, le Mali et la Chine sont tous deux membres de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).

La Chine a proposé au Mali un accord de préférence tarifaire non réciproque auquel le Mali a réagi. Cependant la suite réservée à ce dossier par les autorités chinoises n'est pas encore connue.

Enfin, le Mali et la Chine ont un accord sur le « tarif zéro » en vertu duquel la Chine accepte l'entrée de plus d'une centaine de produits maliens sur son territoire sans droits de douane. Une telle mesure incitative devra contribuer à n'en pas douter, à relancer les exportations du Mali vers la Chine.

III/ REVUE DE LA LITTÉRATURE :

Aucune étude approfondie n'a encore été réalisée sur les possibles relations impacts de l'essor économique chinois sur l'économie du Mali. Certes, certains travaux portant sur l'Afrique en général font quelques références partielles au Mali, mais aucune n'a été consacrée uniquement au cas de ce pays.

III1. Théorie de la littérature

Avant les années 1950, il était communément admis que la voie la plus rapide vers le développement consistait à se conformer à l'avantage comparatif, à exporter des produits alimentaires et des matières premières, à élever le revenu individuel et à permettre l'évolution structurelle qui en résultait. Les Etats-Unis, le Canada et le Danemark devinrent des pays avancés en suivant, au moins partiellement cette voie, et l'Argentine s'engagera fortement dans cette direction. Certains pays en développement (Mexique, Ghana, Nigeria, Malaysia et Philippines) ont connu, par suite de leurs exportations de produits primaires, une évolution structurelle importante, mais qui ne leur a fait franchir qu'une partie du chemin vers le développement.

En considérant les exemples de cet ordre, les spécialistes de la question ont noté que la croissance fondée sur l'exportation des produits primaires offrait trois catégories d'avantages, en améliorant l'emploi des facteurs disponibles, en étendant les dotations de facteurs et en assurant des effets de liaison.

L'économiste birman Hla Myint a observé que les régions d'Afrique et d'Asie soumises à la colonisation européenne ont pu, grâce à l'expansion du commerce international qui en est résultée, assurer un emploi plus intensif de leur sol ou de leurs actifs pour produire des produits alimentaires comme le riz, le cacao et l'huile de palme pour l'exportation. Myint applique à ces exemples (comme à ceux du sol excédentaire des Amériques et de l'Australie) l'expression d'Adam Smith, le potentiel de surplus de production, notion qui implique qu'une partie du sol ou des actifs sont oisifs avant les échanges et que ceux-ci permettent aux pays concernés d'exploiter plus intensivement leurs terres ou leurs actifs.

Une école de pensée influente, conduite par l'économiste argentin Raul Prebisch et par Hans Singer, de l'université de Sussex, a soutenu que, à l'avenir, les produits primaires s'exporteraient en fonction d'une demande à la croissance léthargique, mais que, en outre, ils se vendraient à des prix mondiaux en baisse par rapport à ceux des achats manufacturiers des pays en voie de développement aux pays avancés. Pour mesurer ces prix relatifs, on recourt le plus couramment aux termes réels de l'échange, T_n , T_n est le rapport de deux indices : 1. le prix moyen des exportations d'un pays (P_x), dont le montant approximatif peut s'obtenir en divisant l'indice du volume de ses exportations par l'indice de ses recettes d'exportation. 2. le prix moyen de ses importations (P_m), dont la fixation s'effectue de la même manière que pour P_x . Les termes de l'échange des marchandises augmentent si les prix d'exportation s'élèvent par rapport aux prix d'importation.

Pour ce qui est des relations sino-africaines, l'engagement croissant de la Chine auprès de l'Afrique est grandement passé inaperçu dans les études africaines. L'essentiel de la littérature qui existe sur les relations sino-africaines traite de la période de guerre froide (cf. Larkin 1971 ; Ogunanwo 1974 ; Snow 1981). Ce n'est que récemment que les africanistes ont reconnu que le profil de la Chine a connu un changement notoire depuis la fin de la guerre froide et que ce pays est devenu un acteur extérieur essentiel sur le continent à l'ère de la mondialisation néolibérale (Alden 2005 ; Tull 2006 ; Kaplinsky et al, 2006 ; Holslag, 2006). Pour certains chercheurs (Jaffe et Lewis 2002 ; Hirst 2006), derrière l'engagement croissant de la Chine envers l'Afrique se trouve le besoin d'obtenir des ressources énergétiques pour l'expansion économique accélérée du pays. Piet Konings (2007) soutient

que la Chine voit dans l'Afrique un partenaire de réalisation de ses objectifs stratégiques, à savoir la sécurité des ressources, de nouveaux marchés et opportunités d'investissement. Il montre que la Chine est devenue un partenaire attrayant pour de nombreux pays africains. Les élites gouvernantes des affaires africaines voient de nouvelles opportunités en Chine dans les domaines du commerce et des investissements (Alden 2005). La Chine semble offrir à l'Afrique quelque chose de nouveau, à savoir des relations d'affaires simples entre égaux, fondées sur l'intérêt mutuel et la non ingérence dans les affaires internes de ses alliés (Sautman 2006). Selon Goldstein, Pinaud et Chen (2006) rapportant les données d'une étude faite par Kennan et Stevens (2005), sept catégories d'importations chinoises intéressant les exportateurs africains principalement de produits primaires ont connu une augmentation à un rythme 1,5 fois plus important que la moyenne des importations chinoises pendant la période 1998-2003. Ce sont les produits d'alimentation animale pour le Burkina Faso, l'Ethiopie, le Nigeria, le Soudan, la Tanzanie ; le cobalt pour l'Afrique du Sud, et la République Démocratique du Congo ; le cuivre pour la Zambie et l'Afrique du Sud ; l'alumine pour la Guinée ; les métaux ferreux pour la Mauritanie, l'Afrique du Sud et le Zimbabwe ; les produits chimiques pour le Niger.

On peut remarquer d'une part, que la progression des importations de produits de base sur le marché mondial est inférieure à celle des importations de ces mêmes produits par la Chine et l'Inde. D'autre part, en ce qui concerne le Mali, il ne joue pas un rôle majeur dans ce commerce florissant avec la Chine.

Un autre élément important se rattachant aux échanges est constitué par les prix. La littérature montre que les interventions des géants asiatiques sur le marché mondial influence le cours de ces produits. Deux tendances sont observées : la hausse d'une part, mais aussi la volatilité des cours d'autre part.

Le prix de quatre produits de base, pétrole brute, minerais métalliques, bois et pierres précieuses a connu depuis 2001, une augmentation. Celui du coton, dont le Mali est un des grands producteurs africains, a enregistré une chute brutale en 2004. Le cours du pétrole par contre connaît une augmentation régulière de 18,7% pendant la période 2000-2004. Celui du cuivre suit la même tendance et s'accroît de 53% avec de fortes fluctuations.

Stevens et Kennan (2006) apportent une approche innovatrice dans le domaine de l'analyse des impacts des relations commerciales avec la Chine sur l'économie des petits pays. Ils utilisent des données commerciales beaucoup plus désagrégées. Ils commencent par calculer des indices de complémentarité commerciale en identifiant les produits les plus importés et exportés par la Chine et dont la variation des échanges a été rapide et qui sont en même temps intensivement échangés par les pays en voie de développement. Cette méthode a l'avantage de prendre en compte en même temps les effets directs et les effets indirects.

Les résultats de leurs travaux montrent qu'il y a plus d'économies subsahariennes gagnantes que perdantes. La plupart des gains viennent de l'importation de biens que la Chine exporte. Quelques pays sont pénalisés par la concurrence chinoise sur le marché des exportations et très peu de pays sont perdants en important les mêmes produits que la Chine demande.

III.2. Méthodologie d'approche

Dans la littérature qui analyse l'incidence de la Chine sur les économies africaines, on peut souligner deux tendances.

Une première tendance, c'est celle qui estime positives les relations économiques de la Chine avec l'Afrique (Benno Ndulu, 2007 ; CEA, 2007 ; Kaplinsky, 2007). Selon ces auteurs, les pays africains

ont l'opportunité de diversifier leurs échanges et sources de financement longtemps dominés par les pays de l'Union Européenne. En plus, les financements de la Chine interviennent dans les secteurs générateurs de croissance comme les infrastructures longtemps négligés au profit des secteurs sociaux. La part des IDE destinés à l'Afrique s'est accrue grâce aux relations économiques avec la Chine. Ces auteurs recommandent aux pays africains de renforcer leurs relations économiques avec la Chine et de tirer profit des nouvelles opportunités offertes avec l'émergence de ce nouvel acteur dans l'économie mondiale.

Une seconde tendance estime plutôt que cette influence risque d'aggraver la dépendance de l'Afrique dans la spécialisation régressive, celle limitée au rôle de pourvoyeur de matières premières et donc de contrecarrer les efforts de diversification engagés par certains pays (Goldstein et al, 2006 ; Van der Walt et Schmidt, 2006 ; Sauvageot, 2007 ; Kaplinsky, 2007). En plus, les industries de transformation comme le textile en Afrique australe (Lesotho, Kenya, Afrique du Sud, etc.) risquent de souffrir de la concurrence des produits chinois bon marché. De même la dette pourrait connaître un accroissement alors qu'une partie de celle-ci a été supprimée dans le cadre de l'Initiative des Pays Pauvres très Endettés (PPTE) conduite par le FMI et la Banque Mondiale. Enfin, le respect du droit social et de l'environnement risque d'être compromis par des entreprises chinoises beaucoup astreintes à la rentabilité et peu soucieuses de droits et obligations mis en place par le dispositif légal.

IV/ CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE

IV1. Choix du cadre théorique (Macro)

L'approche méthodologique utilisée pour cette étude sur les impacts des relations entre la Chine et le Mali est celui du cadre adapté des documents cadre, particulièrement celui de Kaplinsky (2007). Ce cadre identifie les divers canaux de l'impact des exportations vers la Chine et des importations de Chine au Mali. Il nous permettrait d'identifier les opportunités et les menaces, ainsi que les gagnants et les perdants des échanges accrus entre le Mali et la Chine. Différents acteurs dans le même pays peuvent être affectés différemment, et il est même possible qu'un acteur soit à la fois gagnant et perdant. Les groupes de gagnants et perdants sont susceptibles d'être des consommateurs, des travailleurs, des entreprises locales et même le gouvernement.

Les impacts probables du commerce avec la Chine peuvent être classés comme complémentaires/compétitifs, aussi bien que les impacts directs/indirects. Pour tenter une évaluation macroéconomique du commerce avec la Chine, nous examinerons l'évolution à la fois des prix d'importation et d'exportation et en conséquence celui des termes de l'échange ; d'abord avec la Chine et pour des marchandises spécifiques, et ensuite pour le Mali avec l'ensemble des termes de l'échange. Notre attente est que l'ensemble des termes de l'échange du Mali sera amélioré dès lors que la Chine aurait augmenté l'offre des firmes (abaissement des prix des principales importations du Mali) et aussi la demande de matières premières (augmentation du prix des principales exportations du Mali).

Pour cette étude, nous utiliserons à la fois des données primaires et des données secondaires. Les données secondaires nous permettront d'analyser l'évolution (exportations et importations) par secteur et par destination et source, avec une attention particulière pour la Chine. Ces données seront essentiellement collectées auprès de la DNSI (Direction Nationale de la Statistique et de l'Informatique), du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Commerce, de la BCEAO (Banque Centrale des Etats d'Afrique de l'Ouest), de la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC), de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali, du Bureau Economique Chinois au Mali, etc. La période de l'analyse portera sur une période minimum de dix ans, de 1997 à 2007.

IV2. Choix du cadre théorique (Micro)

Les données primaires obtenus à partir d'entretiens détaillés avec des informateurs/ structures clé et d'études de cas constitueront une composante importante de cette étude. Cela nous permettra d'identifier les parties prenantes clé du commerce (exportations et importations), et d'évaluer leurs gains et pertes et les sources de ces gains et pertes. Comme déjà indiqué, les groupes de gagnants et de perdants du commerce avec la Chine sont susceptibles d'être les consommateurs, les travailleurs (ouvriers, fonctionnaires...), les firmes locales et/ou le gouvernement. Les interviews viseront en conséquence ces groupes. Les consommateurs et les vendeurs de marchandises importées de Chine seront ciblés en vue de recueillir leur opinion sur les prix, la portée de ces marchandises, la qualité et l'ensemble de l'impact sur les moyens de subsistance. Un certain nombre d'entreprises seront enquêtées : celles exportant en Chine, celles important de Chine, celles vendant au détail des produits fabriqués en Chine, celles produisant des produits similaires à ceux provenant de Chine, et celles utilisant des produits intermédiaires et productifs importés de Chine comme intrants.

Des entreprises et des travailleurs du secteur informel subissant la compétition des produits chinois -textiles surtout, et bâtiments et travaux publics- seront interviewés également. Leur opinion pourra nous édifier sur la façon dont la compétition chinoise pèse sur eux et comment ils la gèrent.

Pour compléter en fait l'information statistique, il a fallu recourir dans ce travail à deux types d'enquête, d'abord auprès des consommateurs de produits chinois, et ensuite auprès des commerçants des mêmes produits. Dans chaque cas, l'enquête a porté sur un échantillon de 200 personnes des différents quartiers de Bamako. Puisque la plupart des maliens sont concernés dans les deux cas, il a fallu utiliser un échantillonnage au hasard. Ainsi, dès que l'on a rencontré un consommateur ou un commerçant quelque part dans le district de Bamako, le questionnaire lui a été soumis.

L'enquête réalisée auprès des consommateurs a surtout consisté à comprendre leur réaction par rapport à la réceptivité ou non des produits chinois, leur motivation à les accepter ou non, et aussi la manière dont ces produits contribuent à la satisfaction de leurs besoins. Un autre objectif était savoir qui sont en réalité les consommateurs de produits chinois (sexe, tranche d'âge, catégorie sociale...).

En ce qui concerne les commerçants de produits chinois, il s'est agi surtout de comprendre comment est ce que les uns et les autres sont venus dans cette activité, quels gains la vente de ces produits leur procure ? Cette activité améliore t'elle leur niveau de vie, et facilite t'elle leur insertion sociale? Aussi, il a fallu comprendre qui sont-ils ces commerçants (origine sociale, niveau d'instruction...) ?

Les données recueillies suite aux deux enquêtes ont été traitées à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) qui fait partie des programmes les plus largement utilisés pour l'analyse statistique en sciences sociales.

V/ ANALYSE EMPIRIQUE

Il convient avant toute chose, de faire le point sur les données et réalités du commerce entre la Chine et le Mali, en termes quantitatif et qualitatif.

La Chine on le sait, est désormais la première puissance commerciale en Asie. Elle a dépassé le Japon comme principal marché pour les industries manufacturières d'Asie et l'a presque rattrapé comme fournisseur de la région en produits manufacturés. Portée par la vague de globalisation, la Chine a pris une place de premier plan dans le commerce mondial. En 2004, elle est devenue la troisième puissance commerciale du monde, derrière l'Allemagne et les Etats-Unis. Son poids dans

les exportations mondiales de produits manufacturés est passé de 1% en 1980 à 4% en 1993 et à 9% en 2004.

Ce parcours formidable de la Chine se poursuit sans relâche. Ainsi, sur ces 25 dernières années, elle enregistre une croissance moyenne annuelle de son PIB de 9% et tire pus de 250 millions de Chinois de la pauvreté absolue. Son commerce extérieur réalise une croissance annuelle de plus de 15%. Entre 1980 et 2006, la part de la Chine dans le commerce mondial, est ainsi passée de 1% à 8,2%.

Tableau n° 1 : Principaux exportateurs et importateurs dans le commerce mondial marchandises, 2007 (en milliards de dollars et en %)

Rang	Exportateurs	Valeur	Part	Rang	Importateurs	Valeur	Part
	Monde	13 570			Monde	13940	-
1	Allemagne	1 327	9,5	1	Etats-Unis	2017	14,2
2	Chine	1 218	8,8	2	Allemagne	1059	7,5
3	Etats-Unis	1 163	8,4	3	Chine	956	6,7
4	Japon	713	5,1	4	Japon	621	4,4
5	France	552	4	5	Royaume-Uni	617	4,3
6	Pays-Bas	551	4	6	France	613	4,3
7	Italie	492	3,5	7	Italie	505	3,6
8	Royaume-Uni	436	3,1	8	Pays-Bas	491	3,5
9	Belgique	432	3,1	9	Belgique	416	2,9
10	Canada	418	3	10	Canada	390	2,7
11	Corée du Sud	372	2,7	11	Espagne	374	2,6
12	Russie	355	2,6	12	Hong Kong Chine	371	2,6

Source : OMC 2008, PRESS/520/Rev.1, 17 avril 2008, Importations FOB.

En 2008, la Chine devient le premier pays exportateur de marchandises au monde, alors qu'en 2007 elle était encore devancée par l'Allemagne. Elle a dépassé les Etats-Unis en 2006 et le Japon en 2004. Le ratio d'ouverture de la Chine, évalué par le rapport des seules exportations sur le PIB et comparé à celui des Etats-Unis, indique qu'entre 1978 et 2000, le taux passe de 8% à 26%, alors que celui des Etats-Unis ne progresse lui-même que de 10% à 11%. En 2007, pour la première fois, les échanges chinois (exportations plus importations) ont dépassé les échanges combinés du Japon et de la République de Corée, deuxième et troisième nations commerçantes d'Asie (OMC, avril 2007, Communiqué de presse, « Le commerce mondial en 2007 et perspective pour 2008 »). Le développement de la Chine exige également plus d'importations ; ces dernières croissent à un taux annuel de près de 18%.

Cette montée en puissance de la Chine dans le commerce mondial constitue sans doute le principal choc commercial de la mondialisation.

Tableau n°2: Evolution des exportations de la Chine par catégorie de produits (Structure, en%)

Produits	1993	2005
Machines et équipement	18	46
Textile et habillement	38	17
Articles manufacturés divers	11	14
Produits chimiques, matériaux de construction	9	7
Métallurgie, produits métalliques	5	7
Produits agricoles et alimentaires	12	2

Matériel de transport	2	4
Matières premières et combustibles	5	3
Total	100	100

Source : Statistiques douanières de la République populaire de Chine.

A travers les données consignées dans le tableau ci-dessus, la conquête chinoise du continent africain ne fait l'ombre d'aucun doute. La place de l'Afrique dans le commerce extérieur chinois (3% en 2005 et 2,5 % pour l'Afrique subsaharienne) est deux fois plus élevée que sa place dans le commerce mondial. Ces échanges sont caractérisés par leur asymétrie : l'Afrique est un fournisseur et un débouché modeste de la Chine, alors que la Chine est un des principaux partenaires de l'Afrique.

En fait, l'Afrique, pour assurer son développement a besoin de machines, d'équipements, de matériels de transport et de matériaux de construction... Les populations ont aussi besoin de produits manufacturés pour leur propre épanouissement et que l'Afrique ne produit pas, ou alors les produit mais, pas suffisamment. Qui plus est, les produits en question sont proposés par la Chine à des prix défiant toute concurrence.

L'Afrique constitue désormais un réel débouché pour les exportations chinoises.

Actuellement, la Chine reste le premier exportateur mondial d'habillement avec une part du marché mondial qui dépasse 20%, et le deuxième exportateur de textiles (avec 15% du marché, elle derrière l'Union européenne). Entre autre, la Chine est devenue un acteur majeur dans l'offre et la demande mondiales de produits liés aux nouvelles technologies (technologies de l'information et de la communication ou TIC). En 2004, la Chine est un des premiers producteurs et le premier exportateur de produits de nouvelles technologies, dont le Mali est devenu un consommateur potentiel. Cette année, elle réalise environ 15% des exportations mondiales d'électronique.

Par ailleurs, il convient de signaler que la Chine est spécialisée dans les produits bon marché. Lorsque l'on analyse les échanges internationaux en termes de gamme de prix (haute, moyenne, basse), on constate qu'en 2004, plus de 70% de ses exportations sont dans la gamme de prix bas. Même dans les produits de haute technologie, la structure des exportations de la Chine apparaît déformée vers le bas. Ainsi, au début des années 2000, les trois quarts des exportations chinoises de produits électroniques de haute technologie se font dans la gamme de prix la plus basse, et seulement 8% dans le haut de gamme. Le bas prix des exportations chinoises vient sans doute de ce qu'elles sont composées majoritairement des variétés de produits les moins sophistiquées.

Le commerce bilatéral entre le Mali et la Chine s'améliore et connaît un développement ne très rapide. Ainsi, selon la section des échanges et du commerce de l'Ambassade de Chine à Bamako, le commerce bilatéral entre les deux pays a été sur une courbe ascendante, touchant un record de 230 millions de dollars américains en 2008. Pendant que le coton et d'autres produits agricoles sont acheminés en Chine, le Mali reçoit de ce pays en contrepartie de nombreux produits (machines, thé, textiles...).

Le volume des échanges commerciaux entre le Mali et la Chine est demeuré limité depuis l'établissement en 1960, des relations diplomatiques, et ce jusqu'à la période récente. Toutefois, ces dernières années, lesdits échanges connaissent un accroissement rapide. En 2004, le volume des échanges bilatéraux a atteint 166 millions de dollars US. En 2007, le montant des échanges bilatéraux s'est élevé à 161 millions de dollars US, d'où un léger fléchissement (exportations chinoises : 125 millions de dollars US ; importations chinoises : 36 millions de dollars US). De janvier à octobre 2008, le montant des échanges bilatéraux a atteint 202 millions de dollars US, soit environ une augmentation de 58,8% par rapport à la même période de l'année précédente. Ledit montant est

constitué de 140 millions de dollars US au titre des exportations chinoises et de 62 millions de dollars US au titre des importations chinoises. Les produits que la Chine exporte vers le Mali par ordre d'importance sont, les produits électromécaniques, le thé vert, les produits d'industries légères et textiles. En retour, la Chine importe en provenance du Mali du coton. En mars 2007, les deux pays ont signé un échange de notes octroyant au Mali le droit de douane préférentiel spécial chinois à certains produits maliens. A la lumière de ces informations, il ressort clairement que le Mali et la Chine continuent de renforcer leurs liens dans le domaine du commerce.

V1. Constats macroéconomiques

Ici, nous évoquerons les incidences du commerce sino-malien sur quelques grandes variables macroéconomiques de l'un et l'autre pays, notamment sur la croissance, l'emploi, la balance du commerce extérieur.

V11. Evolution des échanges commerciaux du Mali avec la Chine

Dans le domaine du commerce, les relations entre la Chine et le Mali sont en nette progression.

Le Mali importe essentiellement de la Chine les produits suivants : le thé vert de chine, le riz, le lait et autres produits alimentaires, du textile, de la bonneterie, des matériaux de construction, des véhicules, équipements et pièces détachées, des produits chimiques et pharmaceutiques et divers. Le volume du commerce entre les deux pays s'est élevé à 145 millions de dollars US en 2005. En 2005, la Chine a exporté au Mali pour 89,130 millions de dollars US en divers articles, soit une augmentation de 57% par rapport à l'année 2002, et en 2006 pour 86,52 millions de dollars US.

Quant aux importations de la Chine en provenance du Mali en 2005, elles se sont chiffrées à 36,52 millions de dollars US, soit une augmentation de 98% par rapport à 2002. Et pour la première fois en 2003, la Chine a importé du coton malien.

Ainsi, la Chine, à n'en pas douter s'est installée avec force, pratiquement dans tous les secteurs économiques du marché malien. Les importations maliennes de Chine portent sur les biens d'équipement et les biens de consommation même les plus ordinaires, comme on peut l'observer sur les tableaux ci-après relatifs aux importations de produits chinois au Mali.

Tableau n°3 : Importations de produits chinois au Mali (en US \$ Année 2005)

Boissons, jus de fruits	9 060
Riz	6 174 150
Lait	122 520
Thé vert de chine	7 384 547
Autre thé	42 615 255
Café	92 641
Sel	112
Tabac	3 370
Huiles et graisses alimentaires	82 792
Pâtes alimentaires	147 730
Tomates, Concentrés de Tomates	341 950
Chewing-gum, bonbons	5 922
Autres produits alimentaires	801 362
Textiles bonneteries	7 518 020
Véhicules Equipement Pièces détachées	34 775 250
Librairie- Papeterie	441 125
Ciment	860

Barres et Fils métalliques	1 493 030
Autres matériaux de construction	92 676
Médicaments	3 041 306
Insecticides, Fongicides, Herbicides	7 252 775
Autres produits chimiques et pharmaceutiques	3 672 205
Essence d'aviation	8 395
Autres produits pétroliers	224 625
Divers	6 005 713
TOTAL	125 348 697

Source : Direction Nationale du Commerce et de la concurrence (DNCC Mali)

Tableau n°4 : Importations de produits chinois au Mali (en US \$ Année 2006)

Farine	300
Sucre	172
Boissons, jus de fruits	66 570
Riz	807 112
Thé vert de chine	1 1437 995
Autre thé	13 961
Sel	300
Huiles alimentaires et Graisses	55 845
Pâtes alimentaires	82 605
Tomates, concentrées de tomates	898 806
Chewing-gum, Bonbons	33 657
Autres produits alimentaires	425 645
Textiles bonneteries	5 199 086
Véhicules Equipements Pièces détachées	37 807 990
Librairie Papeterie	4 020 055
Barres et fils métalliques	2 445 567
Autres matériaux de construction	7 701 895
Médicaments	2 713 090
Insecticides, Fongicides, Herbicides	1 357 985
Autres produits chimiques et pharmaceutiques	7 809 700
Autres produits pétroliers	228 795
Divers	7 229 965
TOTAL	90 270 626

Source : Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC Mali)

Les tableaux ci-dessus montrent bien à suffisance l'accaparement de tous les secteurs de l'économie malienne par les produits chinois. Il s'agit essentiellement de véhicules, équipements, pièces détachées, de textiles/bonneterie, du thé vert et autres produits alimentaires... Il n'est pas surprenant que le thé vert occupe le second rang après les véhicules, équipements et pièces détachées, car c'est la boisson préférée des maliens. Aucune cérémonie sociale, culturelle ou religieuse (mariage, baptême, funérailles, anniversaire...) n'est célébrée sans le thé vert de Chine. Ce produit est véritablement entré dans la consommation quotidienne des maliens. Jeunes et vieux, femmes et hommes, chaque malien prend du thé à tout moment de la journée. Ensuite, le Mali paie beaucoup de médicaments, de produits chimiques et de matériaux de construction à la Chine.

Quant aux exportations maliennes en direction de la Chine, elles portent essentiellement sur des produits agricoles, tels que le coton et la graine de karité, plus les peaux et cuirs.

Tableau n°5 : Exportations du Mali vers la Chine en 2003 (en US \$)

PRODUITS	VALEUR
Coton égrené	13 925 275
Divers	90 622
Graines de karité	1 086
TOTAL	14 016 983

Source : Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence

Tableau n° 6 : Exportations du Mali vers la Chine en 2005 (en US \$)

PRODUITS	VALEUR
Coton égrené	35 971 652
Divers	5 776 066
TOTAL	4 1 747 718

Source : Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence

Tableau N° 7 : Exportations du Mali vers la Chine en 2006 (en US \$)

PRODUITS	VALEUR
Fruits	38 260
Graines de sésame	587 765
Oléagineux	198 765
Divers	306 828
TOTAL	1 131 618

Source : Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence

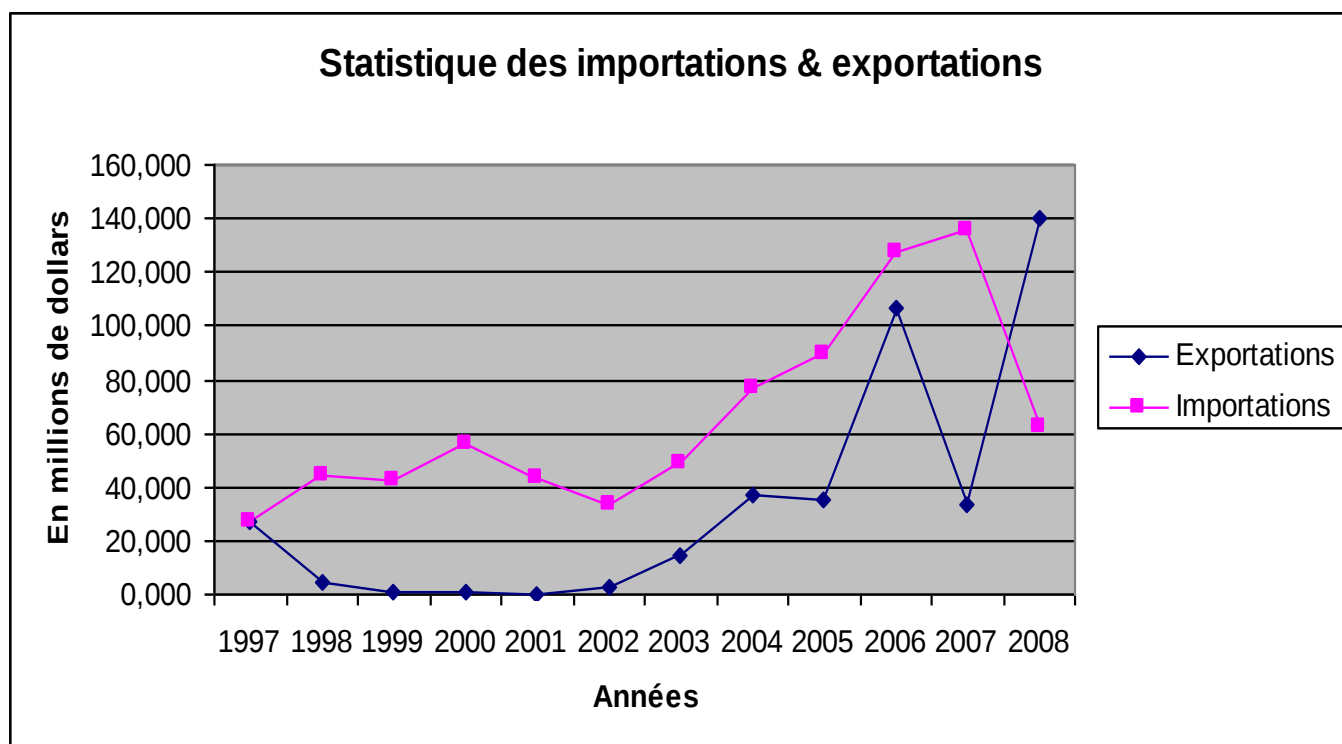
En faisant un rapprochement des importations et des exportations du Mali à l'endroit de la Chine, la dépendance en ce qui concerne le Mali paraît plus nette. Cette situation joue négativement sur la balance commerciale du Mali. Par ailleurs, on observe qu'en 2006, le Mali n'a pratiquement pas exporté de coton en Chine. Ce déclin du Mali est surtout dû à une saturation du marché du coton, suite à une offre massive du produit, en raison de la suprématie des producteurs américains qui bénéficient de plus en plus de subventions de leur gouvernement. Selon OXFAM, les Etats-Unis ont versé à leurs 25 000 producteurs de coton pendant la saison 2001-2002 des subventions et autres aides d'un montant total de 3,9 milliards de dollars, soit deux fois plus qu'en 1992. En mai 2002, le Gouvernement américain a adopté un texte de loi visant à accroître le montant des subventions versées aux agriculteurs. Cette nouvelle Loi sur les fermes prévoyait d'accorder 83 milliards de dollars supplémentaires, en plus des 100 milliards consacrés aux programmes existants.

Les producteurs de coton, qui sont essentiellement de grandes entreprises agricoles, devraient recevoir 2,5 milliards de dollars supplémentaires par an de 2003 à 2008. Ces subventions favorisent les producteurs aux Etats-Unis et se traduisent par l'arrivée massive sur le marché mondial, de coton vendu à des prix inférieurs aux coûts de production. Ainsi, n'arrivant plus à faire face à la concurrence des cotons culteurs du Nord, les agriculteurs maliens ont dû renoncer à la culture cotonnière, réduisant ainsi les superficies consacrées à ce produit. Le prix au producteur du coton ayant baissé suite à l'accroissement de l'offre, il a fallu opter pour d'autres cultures, notamment vivrières. Du coup, le Mali qui était premier producteur de coton en Afrique subsaharienne a été relégué au second plan après le Burkina Faso, et a vu ses exportations diminuer.

Tableau n°8: Statistiques des importations et exportations du Mali à l'égard de la Chine (chiffres en millions de US \$)

Année	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Import.	27.054	4.380	1.045	0.454	0.0313	2.945	14.0173	36.876	35.122	106.791	33.163	140.00
Export.	27.469	43.852	42.858	55.865	43.260	33.530	49.074	77.170	89.122	127.256	135.53	62.00

Source : Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (conversion sur base : 1\$ = 460 francs CFA).



Il ressort indiscutablement du tableau ci-dessus (n° 8) que le commerce entre la Chine et le Mali prend un tournant décisif à partir de l'année 2000, avec une consolidation des échanges entre les deux pays. En fait, le commerce bilatéral évolue de manière exponentielle entre les deux pays, qui en la matière deviennent de véritables partenaires. La situation s'améliore considérablement pour le Mali à partir de 2004 où il réalise régulièrement en Chine le chiffre d'affaires annuel de plus de 34,782 millions de dollars. Si le Mali trouve ainsi des opportunités en Chine, de la même manière la Chine arrive à s'implanter solidement sur le marché malien, écoulant ainsi un gros volume de marchandises, et récupérant jusqu'à plus de 86,95 millions de dollars en 2005. Mais, en tout état de cause, même si la balance commerciale du Mali demeure constamment déficitaire, en ce qui concerne le commerce avec la Chine, il est indéniable que sa relance est une lueur d'espoir pour la croissance économique du pays. Cette amélioration du commerce malien avec la Chine arrive sur-

tout à un moment, où il y a sans doute un ralentissement des exportations du Mali vers l'Occident, en raison des subventions que les pays riches apportent à leurs coton-culteurs, et aussi depuis l'année 2008 de la crise financière qui désormais limite les capacités d'importation des entreprises du Nord, confrontées à de graves difficultés. L'amélioration de l'accès au marché chinois dope les exportations du Mali, mais celui-ci doit engager des réformes pour produire plus, diversifier sa production, pour en exploiter tout le potentiel économique.

Compte tenu de l'évolution des deux économies, la signature d'un accord d'encouragement, de garantie et de protection des investissements et de non double imposition pourrait se révéler utile. Il faut d'ailleurs rappeler que le Mali a déjà signé avec la Chine, l'accord sur le « tarif zéro » en vertu duquel la Chine accepte l'entrée de plus d'une centaine de produits maliens sur son territoire sans droits de douane.

V12. Impacts du commerce sino-malien sur le développement économique

La présence chinoise au Mali dans le domaine commercial semble avant tout être une véritable aubaine, dans la mesure où elle contribue en première ligne à l'atténuation du phénomène de pauvreté. Ceci explique en partie la situation, lorsque l'on sait que la pauvreté des conditions de vie ou pauvreté de masse traduit une situation de manque dans les domaines les plus divers (alimentation, éducation, santé...). Ainsi, les entreprises chinoises mettent à la disposition des consommateurs maliens, toutes catégories confondues des biens manufacturés divers, indispensables à la vie contemporaine (appareils électroniques divers, téléphones, valises, sac...). Aussi, les ménages maliens qui s'équipent en biens durables, le font aujourd'hui grâce à la Chine qui propose des marchandises bon marché. Il s'agit là de répondre à une des préoccupations essentielles du CSLP, à savoir, « Améliorer l'environnement économique, politique, juridique, social et culturel en faveur des pauvres ».

Par ailleurs, il faut le préciser, les relations sino-maliennes dans la dimension commerciale, ont sans doute contribué à remodeler la société malienne, en propulsant une nouvelle race d'hommes d'affaires dynamiques qui font la jonction régulière entre la Chine et Bamako. En effet, ce sont de nombreuses personnes, formées ou non, hommes et femmes, qui ont réussi à se positionner efficacement dans les relations commerciales entre la Chine et le Mali. Ce sont de nombreux jeunes sans emploi, ou reconvertis, qui excellent dans le commerce des produits chinois (matériels informatiques et/ou électroniques, téléphones, habits, jouets, montres, bijoux...). Certains brassent beaucoup d'argent et deviennent les grands bénéficiaires du commerce sino-malien. En outre, ils font vivre de milliers de petits revendeurs, urbains ou ruraux qui dès le petit matin prennent d'assaut les grandes artères de la ville. Il faut entre autre repérer cet autre grand gagnant du commerce sino-malien qu'est l'Etat malien lui-même qui par le biais de la douane arrive à renflouer sérieusement son compte au trésor.

En sens inverse, la Chine est un nouveau marché pour le Mali qui on le voit, arrive à écouler une partie de son coton et de ses peaux et cuirs dans ce pays, et ainsi parvient à augmenter ses revenus à l'exportation.

Cependant, il faut se rendre à l'évidence et reconnaître que l'ouverture des frontières du Mali avec la Chine ne favorise pas de manière intégrale l'insertion dynamique du pays dans le processus mondial. La libéralisation des échanges entre les deux pays a contribué à une disparition massive des activités manufacturières au Mali, et par conséquent un accroissement rapide du chômage d'artisans. Ceci est surtout manifeste dans le domaine du textile. C'est le constat fait par Jean Pisani Ferry, selon qui « il est théoriquement indubitable que la mondialisation supprime des emplois ». Un exemple manifeste de cette situation au Mali, c'est le recul de l'activité de milliers de petits tailleurs et couturiers, de tisserands qui sont les victimes de la concurrence des grandes entreprises tex-

tiles chinoises, dont les habits de tout genre saturent le marché. Ces vêtements qui sont des plus variés et vendus à des prix défiant toute concurrence, amènent le consommateur malien à rompre avec les petits tailleurs, jugés lents et chers. Lors des fêtes, ce sont des milliers d'enfants habillés par les entreprises chinoises, qui sillonnent les rues de toutes les grandes villes, et même des villages. Les populations elles-mêmes sont à la recherche de ces biens importés et disponibles. Ainsi, face à cette situation, des milliers de petits tailleurs et tisserands n'ayant pas suffisamment de clients même à l'approche des fêtes ont progressivement abandonné le métier. Beaucoup n'arrivant pas à se reconverter sont venus gonfler le rang des chômeurs déjà nombreux. Il en est de même pour la plupart des activités manufacturières qui sont en voie de disparition en raison de la compétition sauvage que leur imposent les entreprises chinoises. Ainsi, le commerce sino-malien est une lame à double tranchant, car le Mali arrive certes à gagner de nouveaux marchés, à saisir des opportunités dans le cadre du processus de mondialisation, à augmenter ses exportations et à relancer sa croissance. Mais, en sens inverse, les importations chinoises provoquant la disparition des pans entiers de l'économie, et engendrant le chômage, tuent en partie les initiatives économiques du pays. Par ailleurs, les conditions techniques optimum n'étant pas réunies pour garantir aux entreprises maliennes une certaine productivité et par-delà de la compétitivité, il va de soi que le commerce chinois via la mondialisation n'est pas totalement profitable. En effet, la prolifération des marchandises bon marché en provenance de la Chine, n'est pas de nature à créer chez les potentiels hommes d'affaires maliens le goût du risque et à se lancer dans les investissements. En réalité, il se pose pour eux la cruciale question de la compétitivité. Ne disposant pas ainsi des capacités techniques, des compétences organisationnelles, et de l'appui institutionnel indispensable pour affronter les entrepreneurs chinois sur leur propre marché, ils préfèrent plutôt acheter des produits chinois et les revendre que d'investir. Par ailleurs, n'ayant pas encore trouvé de solution aux caprices de l'Europe en matière économique, se trouve ouverte une autre voie d'étouffement par la Chine, et qui peut encore compromettre l'avenir économique.

V13. Impacts du commerce sino-malien sur l'une et l'autre économie

Le commerce entre le Mali et la Chine est susceptible d'affecter l'une ou l'autre économie, tant positivement que négativement. Il faudrait alors procéder ici à un inventaire et une analyse de ces impacts.

Impacts sur l'économie de la Chine

Si les échanges entre la Chine et l'Afrique dont le Mali, relèvent géographiquement du commerce Sud-Sud, entre pays en développement, leur structure s'apparente à un commerce Nord-Sud. En réalité, l'objectif du commerce de la Chine avec l'Afrique consiste surtout à permettre à ce géant d'Asie de se doter des matières premières et notamment des ressources énergétiques dont elle a besoin, pour maintenir sa croissance. De ce point de vue, la Chine attend beaucoup plus des pays pétroliers comme, le Soudan, l'Angola, le Nigeria, que du Mali où elle a très peu de choses à tirer. La Chine d'ailleurs est le second importateur mondial de pétrole, qui représente à lui seul 70% de ses importations d'Afrique, et plus précisément, ces trois pays - Soudan, Angola et Nigeria - lui assurent un tiers de ses besoins.

Mais, d'un autre côté la Chine ayant besoin de se procurer des marchés en Afrique pour écouler ses multiples biens manufacturés, cherche plutôt à s'imposer dans tous les pays du continent. Ainsi, il n'y a pas un pays africain où la Chine n'a pas su pénétrer, avec son comportement de neutralité politique. Pour justifier la pénétration française en Afrique, Jules Ferry disait en substance que « la politique coloniale est fille de la politique industrielle ». Les chinois de la même façon pourront dire que la neutralité politique est fille de leur politique industrielle. En tout cas, le commerce des produits chinois rapporte beaucoup d'argent à la Chine par l'ampleur de cette activité, si bien que la croissance économique de ce pays se poursuit. Ainsi, en faisant la somme de ses succès commer-

ciaux en Afrique, on se rend compte que les devises rapportées à la Chine lui permettent de développer davantage et de consolider les facteurs de production. Plus précisément, l'accumulation du capital continue alors que les créations d'emplois en faveur des chinois se poursuivent. Ainsi, la Chine arrive à donner du travail à près de 250 millions d'individus, qui sans les exportations de produits manufacturés seraient de potentiels chômeurs. On le sait, elle possède une main-d'œuvre abondante et peu qualifiée dont les bas salaires assurent la compétitivité de l'industrie

Aussi, il faut souligner que dans ses rapports de commerce avec le Mali, c'est tout un avantage pour la Chine, de profiter de la baisse des cours du coton, qui désormais, à cause des subventions est cédé à un prix dérisoire sur le marché international. De ce point de vue, il n'y a aucune surprise à voir les importations chinoises de cette matière première s'améliorer. Il faut d'ailleurs comprendre que l'essentiel des importations chinoises de produits intermédiaires vient d'Asie, si bien que l'Afrique subsaharienne en général n'est pas un grand partenaire de la Chine, encore moins plus spécifiquement le Mali. Malgré tout, on est en droit d'admettre que le coton malien contribue, dans une proportion très raisonnable tout de même à la croissance chinoise, dans la mesure où il rentre dans le textile, qui est un secteur clé de la production chinoise.

Impacts sur l'économie du Mali

Il y a lieu avant tout de rappeler la vigueur avec laquelle la Chine s'est emparée du marché malien avec ses multitudes de produits. Les chinois eux-mêmes déclarent qu'un partenariat stratégique sera bénéfique, et peut se traduire par une situation de « gagnant-gagnant » (Taylor 2005 a ; Alden 2005 ; Golstein et al, 2006 ; Tull 2006). Ainsi, selon Kaplinsky et al., 2006, « la gamme sans cesse croissante des importations en provenance de la Chine allant des chaussures et textiles aux produits high-tech est entrain d'inonder les marchés africains ». C'est bien le cas du Mali où le marché est saturé avec toute sorte de produits en provenance de la Chine. Ainsi, voilà la typologie des produits achetés, tel qu'il ressort de l'enquête.

Tableau n°9: Typologie des produits chinois achetés par les enquêtés

Type de produit chinois acheté	Fréquence	Pour cent
produit alimentaire	102	51
vêtement et textile	139	69,5
chaussure et cuir	127	63,5
produit électronique	156	78
pièces détachées	83	41,5
matériel de décoration	41	20,5
autres produits	7	3,5

Les consommateurs maliens qui dans leur ensemble ont un pouvoir d'achat faible (47,4% de pauvres en 2006) apprécient ces biens relativement bon marché, malgré que beaucoup reconnaissent que la qualité est inférieure à celle de produits similaires provenant de l'Occident.

Tableau n°10: Démotivation des consommateurs à acheter des produits chinois

Démotivation pour l'achat	Fréquence	Pour cent
non disponible	5	2,5
faible rapport qualité/prix	4	2
pas pratique	4	2

non durable	5	2,5
-------------	---	-----

En ce qui concerne les impacts de l'importation des produits chinois, ils peuvent à priori être positifs. Mais, en poussant l'analyse on peut également observer des effets négatifs tant au niveau macroéconomique que microéconomique.

Impacts positifs :

Au niveau macroéconomique, les impacts positifs concernent l'amélioration des avoirs financiers de l'Etat, la contribution des bas prix des produits manufacturés chinois à la réduction de l'inflation, la relance de la croissance économique, et la résorption en partie du chômage suite à la création d'emplois dans le secteur du commerce.

Un des grands gagnants du commerce sino-malien, c'est l'Etat malien lui-même qui par le biais de la douane arrive à renflouer sérieusement son compte au Trésor. En fait, l'administration des douanes est l'institution qui rapporte le plus d'argent au budget de l'Etat au Mali, jusqu'à 70 %. Certains disent même que ce sont les commerçants qui assurent la vie économique de l'Etat malien, en renflouant considérablement les caisses de l'administration douanière. Ainsi, l'intensification du commerce avec la Chine est très profitable au Mali, tant elle lui procure d'énormes ressources financières.

Par ailleurs, le commerce des produits chinois au Mali contribue à maintenir les prix à un niveau bas, du moins pour ce qui est des produits manufacturés, et de quelques biens d'équipement. Cela contribue dans l'ensemble à tirer beaucoup de prix vers le bas. Voilà à n'en pas douter une contribution efficace dans la lutte contre la pauvreté, lorsque l'on sait que celle-ci peut être définie comme un état de manque de biens indispensables, et aussi d'insuffisance de revenu pour acquérir l'essentiel. Ainsi en 2006, l'activité économique s'est déroulée dans un contexte marqué par le recul de l'inflation. Le taux d'inflation annuel moyen s'est situé à 1,5% en 2006, et à peu près à 0,8% en 2007, ce qui correspond à un niveau satisfaisant.

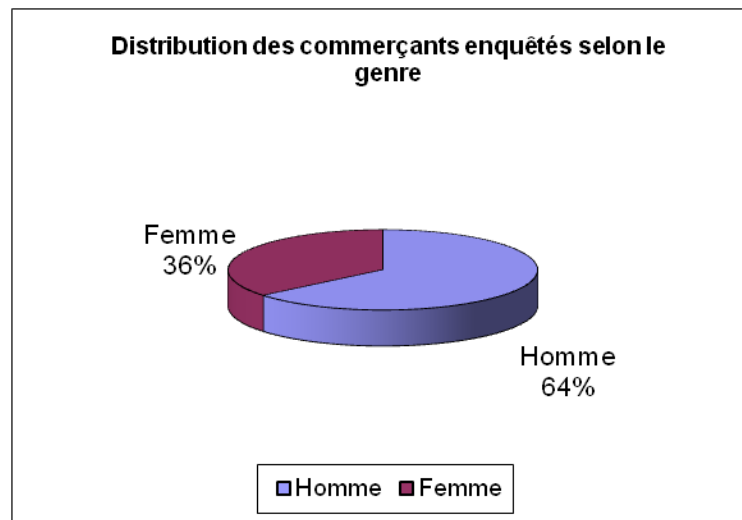
Ensuite, faut-il le reconnaître, le commerce sino-malien contribue à soutenir la croissance économique du Mali, tant la Chine commence à s'intéresser sérieusement à l'or et au coton maliens. La Chine est un nouveau marché pour le Mali qui on le voit, arrive à écouler une partie de son coton et de ses peaux et cuirs dans ce pays, et ainsi parvient à augmenter ses revenus à l'exportation. Le déficit du commerce malien avec la Chine a été évoqué. Malgré ce fait, et la situation de la balance commerciale qui demeure constamment déficitaire, il est tout de même indéniable que la relance du commerce avec la Chine est une lueur d'espoir pour la croissance du pays. Cette amélioration du commerce malien avec la Chine arrive surtout à un moment, où il y a sans doute un ralentissement des exportations de coton du Mali vers l'Occident, en raison des subventions que les pays riches apportent à leurs coton-culteurs. L'amélioration de l'accès au marché chinois dope les exportations du Mali, mais celui-ci doit engager des réformes pour produire plus, diversifier sa production, pour en exploiter tout le potentiel économique.

Compte tenu de l'évolution des deux économies, la signature d'un accord d'encouragement, de garantie et de protection des investissements et de non double imposition pourrait se révéler utile. Il faut d'ailleurs rappeler que le Mali a déjà signé avec la Chine, l'accord sur le « tarif zéro » en vertu duquel la Chine accepte l'entrée de plus d'une centaine de produits maliens sur son territoire sans droits de douane.

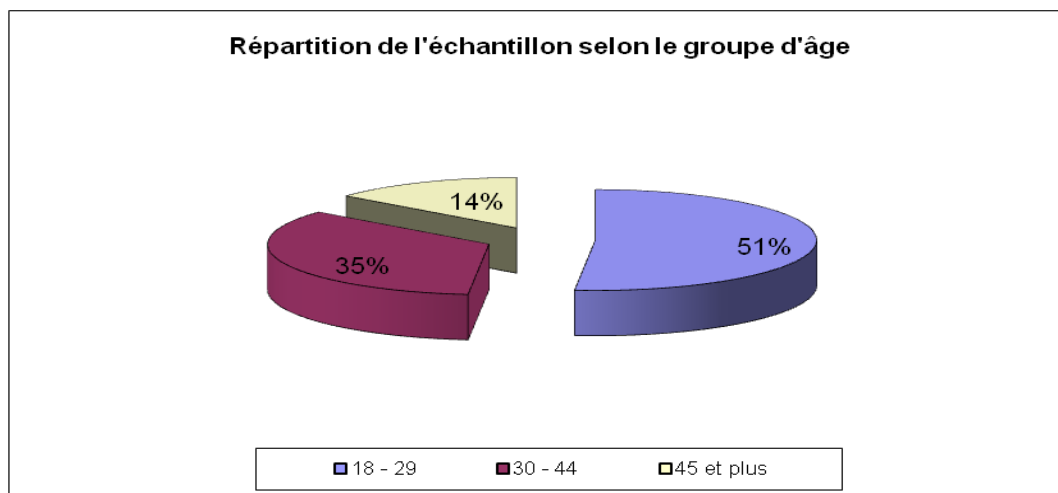
S'agissant de l'apport du commerce des produits chinois à la réduction du chômage au Mali, il faut préciser que les relations sino-maliennes dans cette dimension, ont sans doute contribué à remodeler la société malienne, en propulsant une nouvelle race d'hommes d'affaires dynamiques qui font la jonction régulière entre la Chine et Bamako. En effet, ce sont de nombreuses personnes, formées ou

non, hommes et femmes, qui ont réussi à se positionner efficacement dans les relations commerciales entre la Chine et le Mali.

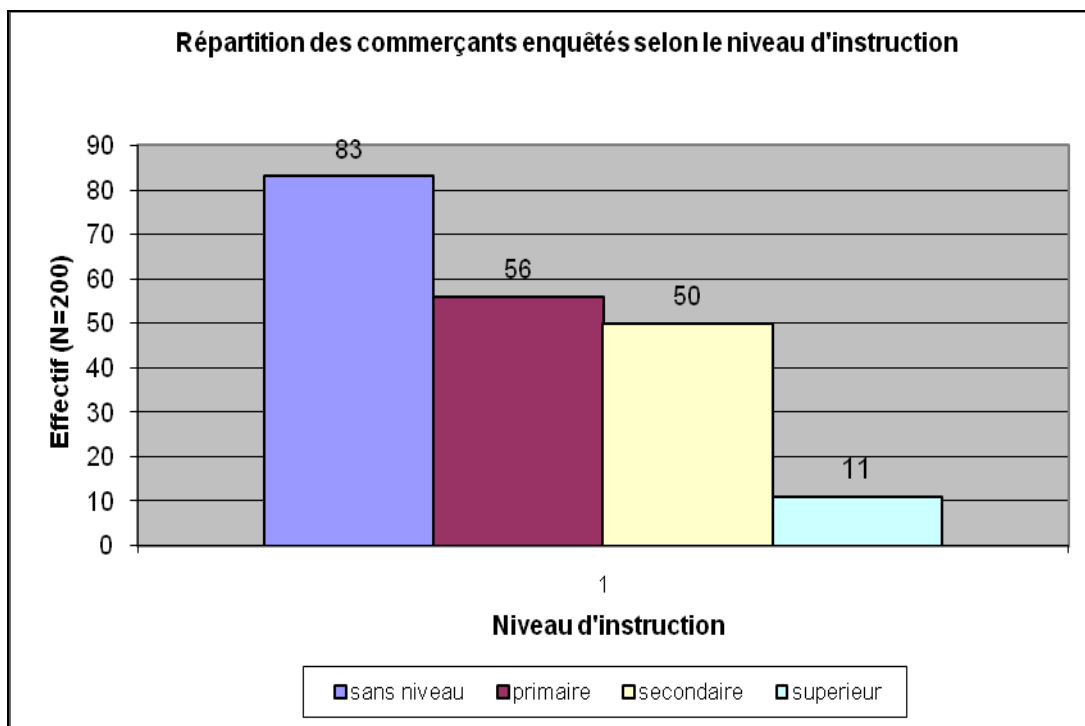
Ainsi, 36% des personnes enquêtées sont des femmes et ont pu s'insérer dans le secteur du commerce de produits chinois, même si les hommes sont les plus nombreux (64%).



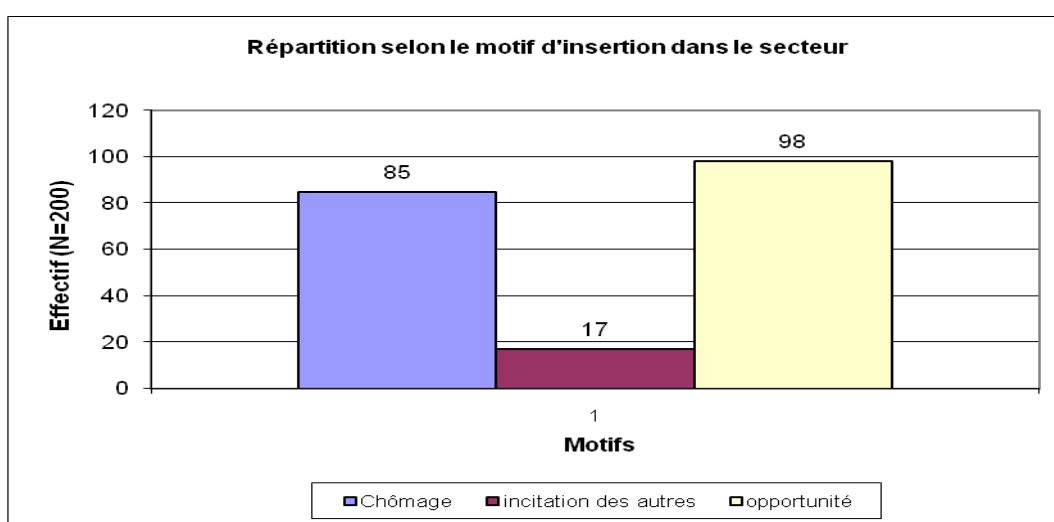
On observe aussi que ce sont surtout les jeunes dont l'âge est compris entre 18 et 21 ans (51%). Ils sont suivis par la tranche d'âge comprise entre 30 et 44 ans.



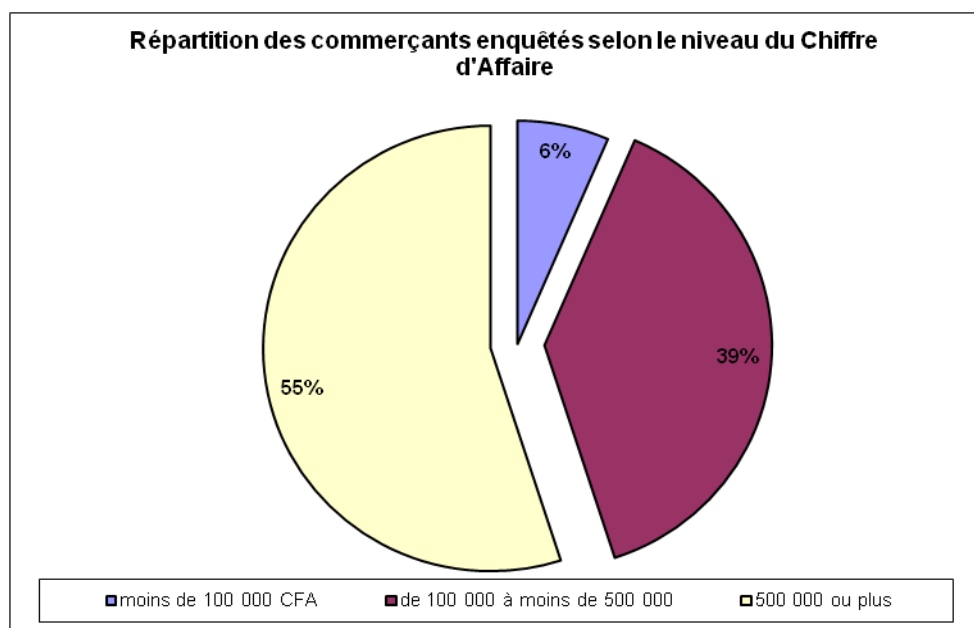
Par ailleurs, une forte majorité de ces jeunes sont sans niveau d'instruction (41,5%) ou ont tout au plus le niveau primaire (25%), soit au total 66,5%. Il s'agit là surtout de jeunes sans qualification et n'ayant pu s'insérer durablement dans le système éducatif.



Nous savons d'ailleurs, que la jeunesse malienne est confrontée au grave problème du chômage. Ainsi, selon l'Enquête Malienne de Conjoncture Economique et Sociale (EMCES), ce chômage est un phénomène essentiellement urbain. Toujours d'après la même source, au niveau de Bamako où se concentre 40% des chômeurs, le taux de chômage est de 14,9%. Les chômeurs sont en majorité des jeunes, et 65,6% ont tout au moins 35 ans. Par ailleurs, on estime à 100 000 le nombre de jeunes qui arrivent chaque année sur le marché du travail. Il faudrait alors reconnaître que le commerce des produits chinois qui accueille de nombreux jeunes sans emplois, constitue une opportunité, et règle en partie le problème du chômage. Mais, en dehors du problème du chômage, les enquêtés eux-mêmes dans une forte majorité ont reconnu être arrivés dans le secteur pour des raisons d'opportunité d'affaires.

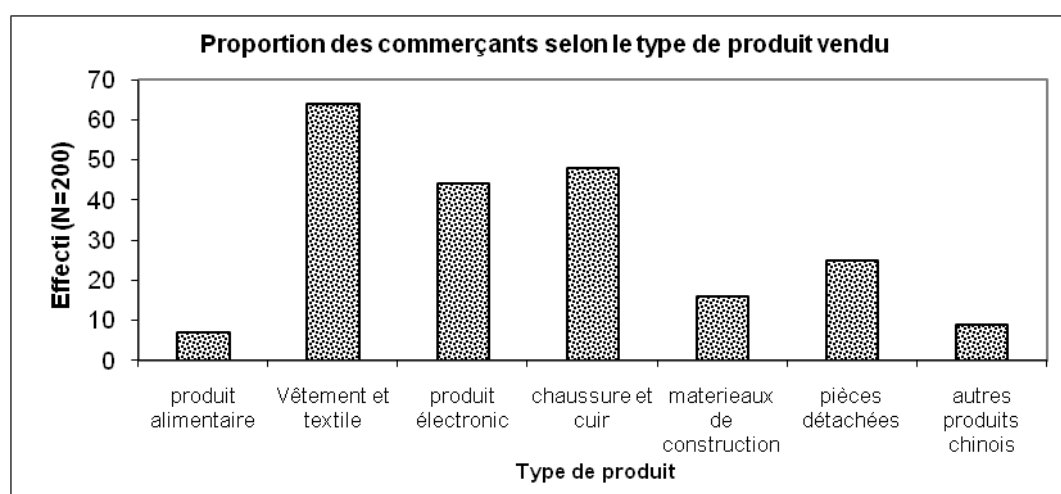


Aussi, faut-il noter que l'activité nourrit son homme. Ceci est tellement pertinent, ainsi qu'il apparaît dans le diagramme qui suit, où 55% des commerçants enquêtés ont un chiffre d'affaires de plus de 500 000 francs CFA, soit à peu près 1075 US \$, et 6% seulement n'ayant que moins de 100 000 francs, soit 215 US \$.



Lorsque l'on sait que le salaire minimum (SMIG) au Mali équivaut seulement à 54 US \$, il y a lieu d'admettre que l'activité de commerce des produits chinois au Mali procure des revenus qui permettent de vivre.

Ainsi, ce sont de nombreux jeunes sans emploi, ou reconvertis, qui excellent dans le commerce des produits chinois (aliments, matériels informatiques et/ou électroniques, téléphones, vêtements et textile, jouets, montres, chaussures...). Si les vendeurs de vêtements et textiles sont les plus nombreux, suivis de ceux des chaussures et cuirs, et de ceux des produits électroniques, par contre ceux qui font le commerce des produits alimentaires sont numériquement les plus faibles (voir diagramme ci-après). Cette situation est sans doute liée à tous les problèmes d'insécurité et santé que sous-tend la consommation de ces produits en provenance de Chine.



Certains commerçants brassent beaucoup d'argent et deviennent les grands bénéficiaires du commerce sino-malien. En outre, ils font vivre de milliers de petits revendeurs, urbains ou ruraux qui dès le petit matin prennent d'assaut les grandes artères de la ville.

Mais, en réalité la présence chinoise sur le marché malien, c'est comme une lame à double tranchant, si bien que des impacts négatifs sont susceptibles d'être repérés.

Impacts négatifs :

Malgré ces avantages socio-économiques et ces impacts quelque peu positifs sur l'économie, la présence commerciale chinoise a des effets ambigus sur le développement du Mali. Il faut d'ailleurs se rendre à l'évidence et reconnaître que l'ouverture des frontières du Mali avec la Chine ne favorise pas de manière intégrale l'insertion dynamique du pays dans le processus mondial. Dans quelques cas, les produits industriels chinois se substituent à des biens importés d'Europe ou du Japon, pour offrir à des distributeurs des produits moins chers, qui les mettent à la portée du plus grand nombre.

Ces produits chinois concurrencent dans quelques cas l'offre locale malienne, avec les conséquences dramatiques, allant du ralentissement de l'activité à la fermeture d'entreprises. Ce fut le cas pour l'usine de thé Faraco, qui d'abord a dû ralentir considérablement sa production, ne pouvant faire face à la concurrence chinoise. Par finir, elle a dû arrêter ses activités. D'autres entreprises de produits alimentaires (lait, biscuits, concentrée de tomates...) ont dû également mettre la clé sous le paillason, sans compter dans le secteur du textile, BATEXI qui vend difficilement ses tissus imprégnés « fancy » à côté de produits similaires chinois déversés sur le marché malien à des prix très abordables. Ainsi, si les vêtements sont aujourd'hui accessibles à tous les maliens quelque soit leur situation économique et sociale, ce sont les entreprises qui en pâtissent. Par ailleurs, après la suppression des quotas textiles imposés par les pays riches jusqu'en 2005, les exportations africaines y compris le « bogolan » malien, notamment vers les Etats-Unis, ont fortement souffert de la déferlante chinoise.

Ainsi, le commerce sino-malien est une lame à double tranchant, car le Mali arrive certes à gagner de nouveaux marchés, à saisir des opportunités dans le cadre du processus de mondialisation, à augmenter ses exportations et à relancer sa croissance. Mais, en sens inverse, les importations chinoises provoquant la disparition des pans entiers de l'économie, et engendrant le chômage, tuent en partie les initiatives économiques du pays. Par ailleurs, les conditions techniques optimum n'étant pas réunies pour garantir aux entreprises maliennes une certaine productivité et par-delà de la compétitivité, il va de soi que le commerce chinois via la mondialisation n'est pas totalement profitable. En effet, la prolifération des marchandises bon marché en provenance de la Chine, n'est pas de nature à créer chez les potentiels hommes d'affaires maliens le goût du risque et à se lancer dans les investissements. En réalité, il se pose pour eux la cruciale question de la compétitivité. Ayant ainsi peur d'affronter les entrepreneurs chinois sur leur propre marché, ils préfèrent plutôt acheter des produits chinois et les revendre que d'investir. Ainsi, n'ayant pas encore trouvé de solution aux caprices de l'Europe en matière économique, se trouve ouverte une autre voie d'étouffement pour l'avenir économique du Mali.

La libéralisation des échanges entre les deux pays a également contribué à une disparition massive des activités manufacturières au Mali, et par conséquent un accroissement rapide du chômage d'artisans. Ceci est surtout manifeste dans le domaine du textile. C'est le constat fait par Jean Pisani Ferry, selon qui « il est théoriquement indubitable que la mondialisation supprime des emplois ». Un exemple manifeste de cette situation au Mali, c'est le recul de l'activité de milliers de petits tailleurs et couturiers, de tisserands qui sont les victimes de la concurrence des grandes entreprises textiles chinoises, dont les habits de tout genre saturent le marché. Ces vêtements qui sont des plus variés et vendus à des prix défiant toute concurrence, amènent le consommateur malien à rompre avec les petits tailleurs, jugés lents et chers. Lors des fêtes, ce sont des milliers d'enfants habillés par les entreprises chinoises, qui sillonnent les rues de toutes les grandes villes, et même des villages. Les populations elles-mêmes sont à la recherche de ces biens importés et disponibles. Ainsi, face à cette situation, des milliers de petits tailleurs et tisserands n'ayant pas suffisamment de clients même à l'approche des fêtes ont progressivement abandonné le métier. Beaucoup n'arrivant

pas à se reconverter sont venus gonfler le rang des chômeurs déjà nombreux. Il en est de même pour la plupart des activités manufacturières qui sont en voie de disparition en raison de la compétition sauvage que leur imposent les entreprises chinoises. C'est le cas également des cordonniers qui fabriquent divers objets en cuir (sacs, chaussures, ceintures...), et qui faute de pouvoir supporter la concurrence de la Chine abandonnent le métier.

Une autre préoccupation pour le Mali en ce qui concerne les importations de produits chinois, c'est qu'il s'agit de biens qui ne sont pas toujours en conformité avec les normes de sécurité et de santé publique. Le problème du lait contaminé à la mélamine a déjà été soulevé. Si en Chine ce problème semble être résolu, il reste encore dans les préoccupations des maliens. Le marché malien est inondé d'une multitude de produits alimentaires de qualité douteuse provenant de Chine. Au nombre de ces produits figurent le lait, les conserves, les pâtes alimentaires, les biscuits, les bonbons, la farine de froment... provenant de Chine. Récemment, un communiqué de la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC) interdisait l'importation de tout lait en provenance ou d'origine de Chine. Les agents de la DNCC sillonnent actuellement les marchés afin de procéder à la saisie du lait incriminé ou de tout autre lait ne portant pas d'indication. Récemment, des stocks de lait frelaté ont été saisis à Mopti et à Tombouctou. 1000 cartons de la marque GAZA ont été saisis à Mopti. Tous les produits laitiers et lactés en poudre ou liquides en provenance de Chine sont concernés. On entend par produits laitiers, les produits dérivés de la transformation du lait (lait en poudre, fromage, margarine, lait caillé, yaourt...). Les produits lactés définissent les produits dans la composition desquels entrent le lait. Il s'agit du chocolat, des bonbons ou autres friandises. L'histoire du commerçant de Mopti déferla la chronique en la matière au Mali. En 2007, ce commerçant a reçu 18 000 cartons de 24 sachets chacun de lait GAZA. Ce lait fut envoyé partout au Mali, à Gao (769 cartons), à Tombouctou (234 cartons), à Ségou et Sikasso. Lorsque le scandale du lait contaminé a éclaté en, les services de santé du Mali ont dû procéder à une analyse d'un échantillon de ce lait. Les résultats ont prouvé que le lait GAZA est impropre à la consommation, et pour cause il contient 0,153% de mélamine, largement supérieur au taux normal selon l'expertise. Ce qui est encore dramatique, c'est le pauvre commerçant ne connaît même pas la firme qui a produit le lait « GAZ A ». C'est un démarcheur chinois qui a servi d'intermédiaire.

Autre produit reconnu bien souvent comme nuisible à la santé des enfants, ce sont les jouets. Ceux-ci souvent ne répondent pas aux normes de conformité exigée. Les enfants maliens bien évidemment utilisent ces objets. Ainsi, les rappels se sont multipliés, la plupart du temps concernant des jouets fabriqués en Chine en majorité et présentant une trop forte teneur en plomb, mais parfois aussi des jouets ayant des défauts de conception. Sous le feu des critiques à l'étranger, mais aussi en Chine, à cause de la mise sur le marché de produits dangereux, le gouvernement chinois a annoncé récemment une série de mesures destinées à protéger la santé des consommateurs.

V14. Impact de la crise financière sur le commerce sino-malien

On peut s'interroger de savoir si la crise financière actuelle qui secoue le monde est-il susceptible d'avoir quelques incidences sur le commerce sino-malien ? Pour répondre à une telle question, il est important de se rendre compte que les conséquences de la crise au niveau mondial sont telles qu'en 2009 (selon le FMI), tous les pays développés, à l'exception du Canada sont supposés être en récession. Les pays occidentaux affectés ont des niveaux d'endettement si élevés et des déficits si importants qu'ils sont totalement dépendants des pays excédentaires comme la Chine, le Japon ou la Russie. Mais aussi, ils dépendent des fonds souverains du Moyen-Orient et d'Asie, pour relancer leurs économies par des programmes keynésiens d'investissements publics, d'accroissement des exportations et de disponibilités de crédits à bon marché pour la reprise de la consommation. Les zones les plus dynamiques par ordre d'importance restent la Chine (8,5%), l'Inde (6,3%), la Russie (5,5%) et le Moyen -Orient (5,3%). Et en réalité, la Chine regorge de de-

vises au point de ne plus savoir que faire de son argent. Le comble de ce pays pauvre est d'être trop riche ! Sa balance des paiements en 2006, est excédentaire de 250 milliards de dollars (dont plus de 177 milliards pour le commerce extérieur), soit 9% du produit intérieur brut (PIB). L'épargne liquide des ménages chinois (en général déposée dans les banques) atteint 2 000 milliards de dollars fin 2006. Les réserves de change chinoises ont largement battu le record du monde avec 1 066 milliards de dollars fin 2006. Elles continuent de s'accroître de 20 milliards de dollars par mois. C'est un pactole sur lequel est assise la State Administration of Foreign Exchange (SAFE), gestionnaire de ces réserves de change. Quant à Central Huijin, c'est depuis 2003, l'acteur principal, parfaitement opaque et méconnu de la scène bancaire et financière chinoise. En l'espace de trois ans, ce fonds gouvernemental a construit un véritable empire bancaire et financier. La Central Huijin Investment Company est au secteur bancaire et financier chinois ce qu'est la State Asset Supervision and Administration Commission (SASAC) au secteur industriel, à la fois le bras armé de l'Etat, la holding et le principal vecteur des réformes. Elle se voit confier deux missions principales : devenir la holding de tête des quatre grandes banques publiques chinoises et réguler le système des marchés financiers. Central Huijin intervient désormais dans le système financier avec cette fois-ci une tout autre mission : la gestion d'une centaine de milliards de dollars à investir sur le marché domestique. En plus, avec 200 milliards de dollars dans la boîte, auxquels s'ajoutent les effets de levier sur les marchés, la Chine a désormais la capacité de bouleverser bien des secteurs : ce sera la grande affaire dans la mondialisation des prochaines années. Voilà des preuves comme quoi pour l'instant, la crise financière a épargné la Chine, logiquement n'est pas susceptible de jouer sur le commerce sino-africain.

Quant à l'Afrique, à priori, elle serait le continent le moins touché par la crise financière, compte tenu de sa faible intégration à la mondialisation économique et financière. Cette crise résulte surtout de la raréfaction des crédits en faveur des entreprises occidentales, ce qui explique que l'Afrique en fait est moins concernée que les autres. D'une manière générale, seulement 2% de la population a accès au crédit en Afrique subsaharienne, comparé au 26%, par exemple, en Amérique latine. Les organismes de crédit qui opèrent au Mali, à l'instar de ceux de toute la zone UEMOA, sont des banques commerciales qui accumulent des profits et des liquidités en finançant avec des crédits à court terme les besoins d'importation des Etats en pétrole, denrées alimentaires, biens d'équipements et autres produits de consommation. Leurs prêts aux entreprises locales ne sont pas très importants, et ceux à l'endroit des particuliers encore moins. Il n'est même pas surprenant de savoir que ces banques commerciales sont pour la plupart en situation de surliquidité. Par ailleurs, il faut rendre à l'évidence que la plupart des banques africaines ne sont pas dans la haute finance internationale. Les titres ne sont pas cotés sur ces marchés car ces banques sont de petites unités caractérisées par un volume de transactions relativement faible. En réalité, il s'agit essentiellement des banques de dépôts à court terme en provenance principalement des particuliers et surtout des salariés. Cette situation les met temporairement à l'abri de la présente crise financière internationale.

Il devient alors clair que s'agissant du cas spécifique du Mali, la crise financière n'affecte pas directement le pays. Cependant, il peut en subir les effets induits pour la simple raison que l'Europe et le reste du monde constituent des clients potentiels de la Chine pour ce qui du textile. Ainsi, en raison de la crise financière, les importations de ces pays en matière textile en provenance de la Chine peut fléchir. Dans ce cas, toutes choses étant égales par ailleurs, les besoins de la Chine en coton pourront faiblir, affectant ainsi les exportations du Mali en ce qui concerne ce produit. La crise est alors susceptible de créer un sérieux coup de revers, à la poursuite du développement économique du Mali, suite à la baisse de la vente du coton. D'ailleurs, en ce qui concerne l'Afrique subsaharienne, le constat est établi que le ralentissement de la conjoncture mondiale a entraîné les prix des matières premières à la baisse (voir graphique) pesant ainsi sur les recettes d'exportation. Les exportateurs de matières premières subissent une nette dégradation des termes de l'échange. Ainsi, concernant le Mali, le coton qui se trouvait déjà dans une impasse à cause des subventions accordées aux cotonculteurs du Nord, va certainement subir un autre choc à cause de la crise financière. Si la baisse des

prix des matières premières constitue un avantage pour la Chine, elle peut en sens inverse placer le Mali dans une situation difficile, d'autant qu'il s'agit de la deuxième source de recettes d'exportation après l'or. Voilà qui à son tour compromet les perspectives de croissance du Mali pour les mois à venir.

Par ailleurs, il faut remarquer qu'en raison de la diminution des transferts de fonds de migrants maliens dans les zones cotonnières (Fana, Koutiala, Sikasso, Bougouni...) suite à la crise, il peut en découler un rétrécissement des investissements dans le secteur cotonnier. Une telle situation peut à n'en pas douter, peut constituer une perte de revenus considérable des paysans dans les zones concernées.

Mais par contre, il faut savoir qu'en temps de crise économique, les valeurs refuges prisées par les investisseurs et les spéculateurs sont le pétrole et les métaux précieux tels que l'or dont le Mali est un des grands producteurs africains (3ème rang). La demande d'un tel produit évoluera positivement au fur et à mesure que le monde s'enfoncera dans la dépression. Voilà une situation qui à n'en pas douter est en faveur du Mali, qui pourra augmenter ses recettes d'exportation en Chine et ailleurs.

V2. Constats microéconomiques

A ce niveau, il s'agit d'évoquer la dynamique des marchés chinois et malien et d'entrevoir leurs inter-relations. Plus précisément, il s'agit de comprendre la percée extraordinaire des produits chinois sur le marché malien et d'évaluer la part du marché que les entreprises exportatrices chinoises contrôlent. Il s'agit entre autre de comprendre l'évolution croissante de la présence des produits chinois au Mali, d'en cerner les raisons profondes, et de voir en sens inverse quelle est la place des produits d'exportation maliens en Chine, et d'en tirer la balance.

V21. Situation des marchés

Place des produits chinois sur le marché malien

Durant la période récente, et plus précisément à partir de 2006, les produits chinois les plus variés (aliments, boissons, textiles, appareils divers, jouets, pièces détachées, médicaments, engrais, produits chimiques...) ont inondé le marché malien. Le récent essor du commerce entre le Mali et la Chine, ainsi que nous l'avons montré à travers l'évolution des échanges commerciaux entre les deux pays, illustre à suffisance la grande place que la Chine occupe désormais sur le marché malien. En effet, il n'y a pas un malien qui ne consomme pas au moins un produit chinois chaque jour, homme ou femme, enfant ou adulte. Mais en réalité, c'est surtout en milieu urbain où d'ailleurs il y a une forte concentration des consommateurs et aussi des marchés, et où la pauvreté est moins accentuée, que l'utilisation des produits chinois est intense. Le tableau suivant de la répartition des consommateurs selon le sexe et le niveau d'instruction, confirme bien cette situation ainsi que les enquêtes l'ont exprimé.

Tableau n° 11: Répartition des consommateurs enquêtés selon le sexe et le niveau d'instruction

niveau d'instruction	Sexe					
	Hommes		Femmes		Total	
	Effectif	% tableau	Effectif	% tableau	Effectif	% tableau
sans niveau	17	8,5	29	14,5	46	23
primaire	10	5	8	4	18	9
secondaire	31	15,5	19	9,5	50	25
supérieur	60	30	26	13	86	43
Total	118	59	82	41	200	100

En effet, homme ou femme, très instruit ou peu, c'est toute la population malienne qui semble être concernée par la consommation des produits en provenance de Chine. Par ailleurs, la fréquence d'achat des produits chinois par les maliens est très élevée. En fait, une forte proportion de la population enquêtée achète toujours les divers produits chinois, ainsi qu'il ressort du tableau suivant de la répartition des consommateurs selon la fréquence d'achat et les types de produits consommés.

Tableau n° 12: Répartition des consommateurs enquêtés selon leur fréquence d'achat de produits chinois et les types de produits consommés

		Fréquence d'achat			Total
		rarement	souvent	toujours	
produit alimentaire	Effectif	2	35	65	102
	% ligne	1,96	34,31	63,73	100
Vêtement et textile	Effectif	7	55	77	139
	% ligne	5,04	39,57	55,40	100
chaussure et cuir	Effectif	4	49	74	127
	% ligne	3,15	38,58	58,27	100
produit électronique	Effectif	12	58	86	156
	% ligne	7,69	37,18	55,13	100
motocycle	Effectif	8	41	67	116
	% ligne	6,90	35,34	57,76	100
pièces détachées	Effectif	1	28	54	83
	% ligne	1,20	33,73	65,06	100
matériel de décoration	Effectif	1	11	29	41
	% ligne	2,44	26,83	70,73	100
autres produits	Effectif		2	5	7
	% ligne		28,57	71,43	100

Les types de produits que les maliens achètent sont dans l'ordre décroissant et selon l'enquête que nous avons réalisée, les produits électroniques, les vêtements et textiles, les produits alimentaires...

Tableau n° 13: Typologie des produits chinois achetés par les enquêtés

Type de produit chinois acheté	Fréquence	Pour cent
produit alimentaire	102	51
Vêtement et textile	139	69,5
chaussure et cuir	127	63,5
produit électronique	156	78
pièces détachées	83	41,5
matériel de décoration	41	20,5
autres produits	7	3,5

Le premier constat de cette invasion commerciale du Mali par les produits chinois, c'est sans doute que la Chine semble être une opportunité pour des centaines de milliers de maliens. Une des raisons évidentes de cette situation, c'est le prix relativement bas des produits concernés. En réalité, le pouvoir d'achat des maliens est très bas, et la proportion des couches pauvres très élevée (61%), si bien que les ménages susceptibles de s'équiper avec des produits importés de l'Europe (télévi-

seurs, postes radio, réfrigérateurs, ordinateurs, téléphones, ventilateurs, climatiseurs...), sont peu nombreux.

Le fait que les coûts de production se traduisent par des prix plus bas que ceux des concurrents à qualité égale (compétitivité prix) est un atout pour la Chine. La couche des populations défavorisées et pauvres étant relativement importante au Mali, à l'instar de toute l'Afrique subsaharienne, avec des capacités d'achat limitées, il est évident que la demande de produits chinois, moins chers, devient plus forte.

Place des produits maliens sur le marché chinois

Le Mali en réalité n'exporte essentiellement que deux produits, à savoir l'or et le coton. Or, il se trouve que la Chine elle-même est grande productrice de coton, même si elle en importe du Mali, d'une part. D'autre part, nul ne doute qu'en raison des subventions agricoles des pays du Nord (Etats-Unis), l'offre de coton sur le marché est immense, si bien que le produit est pratiquement en déclin. Aussi, l'achat de 23 000 tonnes de coton malien par la Chine, même s'il s'agit d'une contribution positive à l'équilibre de la balance commerciale du Mali, ne correspond pas tout de même à un acte éminemment majeur pour la relance de la croissance économique. Quant à l'or, il semble plutôt être une valeur refuge, surtout à un moment où la crise financière pousse beaucoup de particuliers européens ou américains à convertir leurs avoirs monétaires en métal jaune. Il ne faut surtout pas oublier que la Chine importe surtout de l'Afrique du pétrole et du gaz naturel que le Mali, malheureusement n'en produit pas.

C'est vrai que la Chine constitue aujourd'hui un grand marché pour l'Afrique, avec l'ouverture de son espace à près de 400 produits africains. Malgré ce fait, le Mali malheureusement avec un potentiel économique très faible, surtout avec un manque crucial d'industries, n'arrive pas à profiter de cette opportunité qui lui est ainsi offerte. En clair, le système productif du Mali ne réunit guère les conditions lui permettant de s'imposer sur le marché chinois. Le Mali, à l'instar de la plupart des pays en développement, a une économie extravertie et surtout essentiellement fondée sur deux produits (l'or et le coton). Il n'est pas parvenu à faire naître et à élargir sa gamme de production, alors que la diversification économique est considérée depuis les années 1930 comme un enjeu important pour les politiques commerciales et industrielles. De nombreuses contributions économiques ont montré les avantages procurés par la diversification en termes de dilution des risques, de même que les théories de la croissance et du développement ont mis en évidence l'apport de la diversification au processus de développement. Il apparaît donc que le commerce entre le Mali et la Chine ne soit pas équitable, car le premier importe beaucoup de chez le second, alors que celui-ci en sens inverse importe très peu de chez l'autre. Il semblerait donc dans ce cas, que l'insertion dans le commerce international ne soit pas forcément un gage de développement, surtout pour les producteurs les plus petits comme le Mali. Le commerce équitable rapprocherait les marchés de la concurrence pure et parfaite, par exemple en permettant aux petits producteurs de pénétrer sur des marchés dont ils sont traditionnellement exclus, à l'instar du Mali en Chine.

Balance du commerce sino-malien

Les échanges commerciaux entre la Chine et le Mali sont tels qu'en réalité, c'est le Mali qui demeure un marché potentiel pour la Chine. Cette situation tient au fait que la Chine exporte massivement au Mali des produits de toute sorte, alors que le Mali en fait demeure presque mono-exportateur de coton en Chine. Et comme par malheur, le commerce de coton n'est plus tout à fait porteur. En fait, les subventions américaines et dans une moindre mesure les subventions de l'Union européenne aux producteurs espagnols et grecs stimulent la production, ce qui crée des surplus qui inondent le marché international et, en augmentant l'offre de coton, provoque une baisse des cours.

Véritable paradoxe, dans le fonctionnement des marchés internationaux des produits de base, ce ne sont pas les plus gros producteurs, mais les premiers exportateurs de coton qui en déterminent le prix, les cours mondiaux. Le plus gros producteur est la Chine, qui est aussi le premier consommateur, mouvement qui s'est amplifié à mesure que ce pays est devenu l'atelier textile du monde.

Les producteurs ouest-africains, dont le Mali, price takers sur le marché international, avaient anticipé cette chute des cours et négocié un prix de campagne plancher avec les sociétés de collecte de leurs pays à 175 francs CFA le kilo (0,38 dollar US). A ce plancher, les producteurs ne dégagent pas de bénéfices, ni les sociétés de collecte et de transformation de coton graine en fibre de coton comme la CMDT ; en dessous ils produisent à perte et devront réduire les surfaces cultivées en 2005.-2006. Ainsi, l'essor de la production enclenché au début des années 1990 est stoppé, en particulier les efforts entrepris par les producteurs maliens. Le coton, « l'or blanc », étant le second poste à l'exportation après l'or jaune du Mali, la baisse de production en valeur et le risque d'une en volume va creuser le déficit commercial de ce pays et réduire les entrées de devise. Les exportations vers la Chine n'y feront rien.

Par extension, il convient de faire remarquer que l'invasion commerciale chinoise est susceptible de freiner le processus d'intégration sous régionale, dont le commerce intra communautaire demeure un support indispensable. La Chine ayant envahi l'Afrique avec une multitude de produits manufacturés (électronique, textile divers...) a contribué à l'extension d'un commerce informel qui pourrait nuire au commerce intra africain. Bien que les statistiques disponibles soient peu précises à cet égard, il se peut que le commerce informel ait un effet nocif sur le commerce intra africain parce qu'il couvre souvent un vaste éventail de marchandises chinoises importées qui inondent les marchés intérieurs et sous régionaux et font une concurrence injuste aux produits locaux, en termes de qualité que de prix.

V22. Analyse psychologique du comportement des consommateurs

Ici, il s'agit avant tout d'évaluer la psychologie de consommation des ménages en ce qui concerne les produits chinois. Pour ce faire, il a fallu identifier dans l'enquête, les produits chinois fréquemment utilisés par les maliens, en plus des raisons qui incitent les maliens à les préférer à d'autres et à les acheter. Il s'agit de produits alimentaires (lait, thé, sucre, farine, biscuits, conserves...), de vêtements et autres produits textiles, de produits électroniques (jouet, radio, magnétophone, télévision, téléphone, montre, calculatrice, ordinateur...), de motocycles, de petits équipements (groupe électrogène, matériaux de construction, de matériels électriques, pièces détachées...), de matériels de décoration, de valises et sacs, de chaussures...

Tableau n°14: Répartition des consommateurs enquêtés selon leur fréquence d'achat de produits chinois et les types de produits consommés

		Fréquence d'achat			Total
		rarement	souvent	toujours	
produits alimentaires	Effectif	2	35	65	102
	% ligne	1,96	34,31	63,73	100
Vêtements et textile	Effectif	7	55	77	139
	% ligne	5,04	39,57	55,40	100
chaussures et cuir	Effectif	4	49	74	127
	% ligne	3,15	38,58	58,27	100
produits électroniques	Effectif	12	58	86	156
	% ligne	7,69	37,18	55,13	100
motocycles	Effectif	8	41	67	116

	% ligne	6,90	35,34	57,76	100
pièces détachées	Effectif	1	28	54	83
	% ligne	1,20	33,73	65,06	100
matériels de décoration	Effectif	1	11	29	41
	% ligne	2,44	26,83	70,73	100
autres produits	Effectif		2	5	7
	% ligne		28,57	71,43	100

Par ailleurs, il a fallu voir aussi si les consommateurs sont-ils prêts à utiliser des produits similaires d'autres origines. L'enquête a ainsi révélé que la Chine se trouve être installée avec force dans tous les secteurs du commerce malien. Ces produits viennent combler les besoins des maliens, toutes catégories socioprofessionnelles confondues. Ce faisant, la répartition des enquêtés selon qu'ils achètent ou non des produits s'établit ainsi qu'il suit :

Tableau n°15: Répartition des enquêtés selon qu'ils achètent ou non les produits chinois

Achat de produit chinois	Fréquence	Pour cent
oui	195	97,5
non	5	2,5
Total	200	100

De ce tableau, il ressort que 97,5% des personnes interrogées achètent des produits chinois. Cette situation n'est pas surprenante, lorsque l'on sait que le nombre de pauvres est élevé, et que ceux-ci peuvent plus facilement accéder aux produits chinois qui sont certainement moins chers que les autres (allemands, français, japonais...).

La présence chinoise dans le domaine commercial est donc une véritable aubaine, et permet d'atténuer le phénomène de pauvreté. Les ménages maliens qui s'équipent en biens durables, le font aujourd'hui grâce à la Chine qui propose des marchandises bon marché. Il s'agit là de répondre à une des préoccupations essentielles du CSLP, à savoir, « Améliorer l'environnement économique, politique, juridique, social et culturel en faveur des pauvres ».

Par ailleurs, les motivations des enquêtés à acheter des produits chinois se concentrent surtout autour de la non cherté de ceux-ci (92,5%) d'abord, ensuite de leur disponibilité (80,5%), et enfin le bon rapport qualité/prix intervenant pour 67%, ainsi qu'on peut l'observer sur le tableau n°14.

Tableau n°16: Motivation des enquêtés à acheter les produits chinois

Motivations	Fréquence	Pour cent
les produits sont pratiques	32	16
les produits ne sont pas chers	185	92,5
Bon rapport qualité/prix	134	67
les produits sont disponibles	161	80,5
produits sont durables	1	0,5
produits réparables	14	7
autres motifs	2	1

En fait, les maliens dans leur immense majorité réagiront toujours favorablement à l'acquisition de produits chinois tant que ceux-ci demeureront moins chers et disponibles, même si bien souvent ils ne sont pas durables et réparables. Les consommateurs en réalité seront guidés par le rapport qualité/prix (67% des enquêtés) dans leur option, en tenant compte de leur situation économique.

Cependant, malgré cette volonté des chinois à mettre les produits les plus variés à la disposition des populations maliennes, et indispensables pour la vie et le travail, quelques problèmes se posent tout de même. En fait, l'utilisation des produits manufacturés et autres en provenance de Chine fait peser des contraintes sur les consommateurs, si bien qu'ils ne donnent pas toujours entière satisfaction. Ainsi, si ces produits sont disponibles, moins chers, et présentent un bon rapport qualité/prix, pour la majorité des personnes enquêtées (tableau 14), beaucoup de consommateurs dénoncent néanmoins l'insuffisance en termes de qualité et fiabilité. Ils posent des problèmes de réparabilité (7%), et ne sont pas durables (0,5%). Par ailleurs, les nuisances de certains produits, et leurs externalités négatives sur les populations en termes de santé sont bien connues. La psychose du lait frelaté chinois a bien évidemment semé la panique chez les consommateurs maliens, à l'égard des produits alimentaires importés (lait, beurre, farine, conserves...). En Chine même, en 2008, quelques 53 000 enfants au total ont dû être soignés, pour avoir consommé du lait à la mélamine, alors que 13 000 restaient encore hospitalisés. Cet incident a mis en lumière une pratique fréquente en Chine : l'ajout de la mélamine à des produits alimentaires, pour tricher sur le taux de protéines et le faire paraître artificiellement élevé. Il en est de même aussi pour les jouets, qui posent des problèmes de sécurité. En fait, avec la radio et la télévision aidant à la diffusion de l'information, une très large proportion des maliens sont informés de la présence de produits dangereux en provenance de Chine et de leur méfait sur l'organisme humain. En tout cas, la Chine est sur la sellette pour ses produits alimentaires ou pharmaceutiques de mauvaise qualité et quelques fois toxiques, et les maliens en sont conscients. Quoiqu'il en soit, les vrais gagnants du commerce bilatéral sino-malien demeurent beaucoup plus les chinois, que la partie malienne. Cela représente d'énormes chiffres d'affaires pour la Chine, alors que côté malien, on produit pour acheter chinois, sans pur autant pouvoir établir l'équilibre.

Appréciation des produits maliens par les chinois

La question de la réaction des chinois à l'égard des produits maliens serait difficile à cerner, car la gamme des produits que les entrepreneurs maliens sont susceptibles d'exporter n'est pas large. En réalité, le Mali n'exporte que des produits primaires en Chine (or, coton, peaux et cuirs...). Par ailleurs, il ne serait pas facile d'envisager la solution d'un tel problème dans le cadre microéconomique. Malgré cette restriction, nous constatons néanmoins que la Chine réagit favorablement au coton malien, aux peaux et cuirs, qui trouvent bien leur place dans le secteur industriel chinois. Ces produits sont susceptibles d'être bien appréciés en référence à leur rapport qualité-prix. Ainsi, le cas du coton est bien connu, eu égard à la baisse de son prix sur le marché international suite aux subventions allouées aux coton- cultivateurs du Nord. Cependant, en tenant compte de la complexité de sa superficie et de la diversité de sa population, il devient difficile d'appréhender correctement l'appréciation que les chinois font de ces produits.

V3. Etude de cas : le secteur textile malien

Un secteur dans lequel le Mali excelle, et qui malheureusement est menacé par la Chine et se trouve même être en déclin, c'est celui du textile. En effet, le Mali se « vend » surtout en dehors des frontières à travers le textile, notamment le Bazin auquel il apporte une grande valeur ajoutée – dessin et teinture-, et le « Bogolan » (tissu traditionnel). Sénégalais, guinéens, burkinabés, ivoiriens et mêmes européens et américains, tous viennent s'approvisionner en Bazin au Mali. L'essor du Bazin semble être dû à la qualité du tissu qui est qui est essentiellement fabriqué à partir du coton, mais aussi et surtout à cause de la teinture « gala ». Les clients apprécient fortement la teinture malienne parce qu'elle est plus résistante. Cela serait dû selon les spécialistes en la matière, à la texture

de l'eau. Au Mali, il n'y a pas la mer comme chez les voisins. L'eau du fleuve ne contenant pas de sel, elle contribue à donner des couleurs vives, éclatantes et une longue durée au produit.

C'est vrai que le Bazin riche est fabriqué en Allemagne. Mais le problème est que la Chine est aussi entrée dans l'industrie du Bazin. Néanmoins, elle se limite à la fabrication du « Bazin moins riche », c'est-à-dire de qualité inférieure au riche allemand. Tous les « moins riches » viennent de la Chine. Ils sont déversés sur le marché malien et font le bonheur de la frange la plus démunie de la population. Un mètre de Bazin riche coûte 5500 francs CFA, soit environ 12,20 dollars US. Par contre, le « moins riche » est vendu à 1500 francs CFA, soit à peu près 3,33 dollars US. La différence est énorme. Dans ce cas les perdants auraient dû être les commerçants maliens qui se font beaucoup d'argent avec le Bazin riche. D'autres perdants auraient dû être aussi les teinturières, puisque les chinois imitent la teinture malienne et déversent une quantité importante de Bazin teint sur les marchés africains. Mais en réalité les commerçants maliens ne sont pas des perdants, même si les chinois ont tout aussi leur clientèle parmi les plus pauvres. En fait, dans la situation il n'y a de perdant ni d'un côté ni de l'autre. Il y a plutôt un partage du marché du Bazin. Bien au contraire, le Bazin riche est très bien vendu. Les clients qui foisonnent de partout – Côte d'Ivoire, Burkina, Niger, France, Allemagne – trouvent que le Bazin « riche » malien est de très bonne qualité. Ainsi, par ricochet, le métier de teinturière est en pleine évolution. Ce sont des milliers de femmes qui pratiquent ce métier à Bamako, et dans tous le Mali. A ce niveau la concurrence chinoise ne fait donc pas de perdant. Mais il vaut mieux prévenir que guérir.

Malheureusement, le Bazin n'est pas le seul bien exploité par la Chine. Le « bogolan » qui est un rare et merveilleux produit de l'artisanat textile malien se trouve à son tour être en souffrance à cause de la menace chinoise. Les chinois imitent bien ce produit, et font de la concurrence déloyale. Ils en font même de la production industrielle. Si on ne prend garde, ce sont des milliers d'emplois qui risquent de disparaître. A ce niveau, il y a néanmoins des perdants du côté malien, car ce sont de nombreux artisans qui progressivement perdent leurs emplois à cause de la concurrence déloyale chinoise.

Aussi, faut-il le rappeler, un des géants de l'industrie textile malienne, l'ITEMA pendant longtemps confrontée à la concurrence chinoise a dû fermer. En fait, lorsque cette entreprise était obligée de vendre le mètre de tissu imprimé « Fancy » à 2000 francs CFA (4,45 dollars US) pour couvrir ses coûts de production et espérer faire des bénéfices, le même produit en provenance de Chine était plutôt cédé à moitié prix. L'ITEMA qui a été un grand perdant de la concurrence chinoise, a donc mis la clé sous le paillason, pour être ensuite reprise en 2005 par un autre promoteur malien installé en Côte d'Ivoire, et qui va tenter de donner un nouveau souffle à la nouvelle société dénommée BATEXI. Le nouveau promoteur devait immédiatement faire face à l'état défectueux des équipements et ainsi renouveler l'ensemble des machines et rénover le bâtiment abritant les installations. Ce qui engendrait du coup un investissement de l'ordre de 45,8 milliards de francs CFA, soit environ 107 millions de dollars US. Cet investissement est énorme et résisterait difficilement à notre avis à la puissance chinoise surtout dans le domaine du textile. D'ailleurs, cinq ans après la reprise de l'entreprise, BATEXI n'arrive toujours pas à émerger réellement.

En dehors du secteur textile, il faut le souligner, la Chine s'est beaucoup intégrée dans le secteur informel malien, par la vente de cyclomoteurs et d'autres produits. Beaucoup de commerçants maliens s'approvisionnent sur le grand marché de la ville de « Yiwu », à 200 km de Shanghaï. Par exemple, les cyclomoteurs chinois arrivent en pièces détachées et sont assemblées au grand marché de Bamako par les maliens eux-mêmes. Ceci fait d'une bonne frange de la population de Bamako des gagnants en termes d'opportunités d'emplois et d'amélioration des ressources dans le secteur informel.

V. RECOMMANDATIONS ET CONCLUSIONS

La présente étude a sans doute permis une compréhension soutenue de l'impact du développement des relations commerciales entre le Mali et la Chine. Elle a contribué à mieux cerner l'évolution des rapports commerciaux entre les deux pays dans le contexte de mondialisation, et à mesurer quels avantages l'un et l'autre tirent de ce commerce bilatéral. La Chine à n'en pas douter tire le plus gros avantage, dans la mesure où elle trouve un débouché supplémentaire pour ses produits manufacturés, et au-delà étend sa domination au Mali, en continuant d'influencer à son compte les habitudes de consommation.

Quant au Mali, la balance des relations commerciales ne lui est pas favorable. Mais, il arrive à répondre aux besoins croissants de ses populations qui aspirent au bien-être qui ne peut être atteint que par la consommation de biens indispensables, qui malheureusement ne sont pas produits sur place. Et quand ils sont importés de l'Occident, leurs prix font qu'ils sont hors de la portée des couches pauvres de la population et qui hélas sont les plus nombreuses.

Pour tirer le meilleur profit des relations commerciales avec la Chine, c'est avant tout la coopération qui doit se poursuivre, mais sur une base d'avantages réciproques. En réalité, dans le monde contemporain, aucune nation ne saurait demeurer en autarcie et se développer.

Entre autre, pour parvenir à ses objectifs de développement, c'est la voie de la diversification qui s'impose pour Mali. Un ou deux produits, en l'occurrence l'or et le coton ne suffiront pas à la relance de l'économie. Ce sont des produits primaires. Loin de pouvoir être associée à des politiques protectionnistes, une politique de diversification réussie doit par conséquent s'appuyer sur une participation active à la mondialisation. La diversification économique est considérée depuis longtemps (années 1930) comme un enjeu important pour les politiques régionales et les politiques commerciales et industrielles nationales. De nombreuses contributions ont montré les avantages procurés par la diversification en termes de dilution des risques, de même que les théories de la croissance et du développement. Un pays ou une région dont l'activité économique est diversifiée est moins sensible aux aléas conjoncturels, dès lors que les aléas qui frappent les différents secteurs ne sont pas parfaitement corrélés positivement. Ainsi, les succès des pays émergents sont sans doute en partie imputables sur à leurs progrès significatifs sur la voie de la diversification. La Chine elle-même est devenue aujourd'hui le pays le plus diversifié au monde, et l'expérience récente a montré sa grande capacité à résister aux conséquences des fluctuations internationales malgré son ouverture économique croissante. A l'inverse, des pays dont les exportations sont peu diversifiées connaissent une forte instabilité économique, provoquée par celle de leurs recettes d'exportation.

Les entreprises maliennes doivent pouvoir élaborer des produits complémentaires pouvant entrer dans la confection de produits plus élaborés en Chine. Il faut au Mali des industries entraînant. Mais, il n'en a pas les moyens, car cette exigence à son tour demande des investissements massifs, alors que l'épargne intérieure ne suffit pas pour ce genre d'opération.

Le Mali doit donc pouvoir attirer suffisamment d'investissements directs étrangers (IDE) pour assurer son début d'industrialisation, et améliorer sa coopération avec la Chine dans ce domaine. Sans ce début d'industrialisation, et de coopération industrielle entre le Mali et la Chine, les termes de l'échange seront toujours défavorables

Dans ce contexte, la Chine qui veut permettre aux populations maliennes d'accéder aux biens les plus commodes et essentiels pour mieux vivre, et qui leur donne des infrastructures indispensables (terrains de sport, hôpitaux, ponts, bâtiments...) devra compléter sa gamme d'intervention par des délocalisations industrielles au Mali, et des investissements directs étrangers (IDE). Sur ce plan, en dehors de pays africains dotés en matières premières dont il importe le pétrole et les minerais (Angola, Nigeria, Soudan...), la Chine ne brille guère en la matière en Afrique subsaharienne. La Chine en a les moyens, car ces dernières années, la croissance soutenue de l'économie chinoise offre des conditions favorables aux investissements de ce pays à l'étranger. Le gouvernement chinois encou-

rage les entreprises performantes du pays à investir en Afrique et à développer la production locale. Jusqu'à la fin 2005, les investissements chinois en Afrique ont atteint 6,27 milliards de dollars US. Mais, en ce qui concerne le Mali, les investissements chinois, en réalité ne sont pas d'envergure comme en Occident ou même dans d'autres pays africains comme l'Angola, l'Afrique du Sud, le Nigeria ou le Soudan. Cela peut s'expliquer par le fait que le Mali ne constitue pas un grand enjeu économique pour la Chine. En réalité, un objectif majeur dans la collaboration chinoise avec l'Afrique a été avant tout de sécuriser son approvisionnement en matières premières et énergétiques, à travers une série d'acquisitions. Or, en la matière le Mali est loin d'être un champion.

Un investissement direct d'un pays à l'étranger est l'exportation de capitaux dans un autre pays afin d'y acquérir ou créer une entreprise ou encore d'y prendre une participation (le seuil est de 10% des votes). Le but est d'acquérir un pouvoir de décision effectif dans la gestion de l'entreprise.

Selon l'OCDE « l'IDE est une activité par laquelle un investisseur résidant dans un pays étranger obtient un intérêt durable et une influence significative dans la gestion d'une unité résidant dans un autre pays. Cette opération peut consister à créer une entreprise entièrement nouvelle (investissement, création) ou, plus généralement à modifier le statut de propriété des entreprises existantes (par le biais de fusions et d'acquisitions) ».

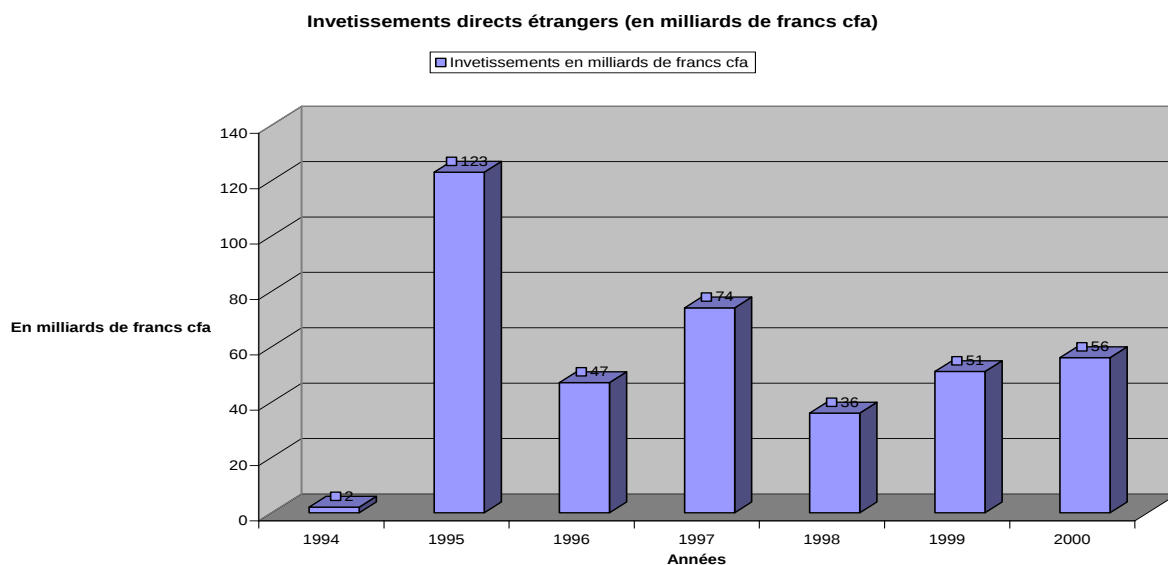
Au Mali, d'une manière générale, suite à l'instauration de la démocratie et l'Etat de droit, le climat des affaires a connu un développement notoire à partir de 1995. Ainsi, en raison de cette marque de confiance, les investissements étrangers prennent une allure positive, telle qu'on peut l'observer sur le tableau suivant.

Tableau N° 17 : Evolution du flux des investissements étrangers au Mali (en millions de dollars)

Pays	1989-1994 An-nuel-moyen	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1995-2000 Annuel-moyen ----- Total	Moyenne
Bénin	56	13	36	27	38	61	30	205	34,15
Burkina Faso	7	10	17	13	10	13	12	75	12,5
Côte d'Ivoire	75	268	302	450	314	279	290	1 903	317,15
Ghana	72	107	120	82	56	63	110	538	89,7
Guinée	15	-	24	17	18	63	33	155	25,5
Guinée Bissau	2	-	1	10	-	3	5	21	3,5
Mali	2	123	47	74	36	51	56	387	64,5
Mauritanie	6	7	5	3	-	2	2	19	3,2
Ile Maurice	24	19	37	55	12	49	277	449	74 ,8
Niger	17	16	20	25	9	-	11	81	13,5
Sénégal	19	35	5	177	60	136	107	520	86,7
Togo	6	38	27	23	42	70	60	260	43,3
Ouganda	23	121	121	175	210	222	254	1 103	183,8
Zimbabwe	13	118	81	135	444	59	30	867	144 ,5

Source: CNUCED, World Investment report 2001, p 291-298

L'évolution positive des investissements directs étrangers à partir de 1995 est encore mieux perceptible sur le diagramme qui suit, construit à partir des données consignées dans ce tableau.



Le tableau n°17 et le diagramme qui en découle, montrent en fait que le Mali depuis 1995 attire de plus en plus d'investissements directs étrangers. Les périodes 1995 et 1997 ont été relativement celles qui ont enregistré le flux le plus important. L'année 1998 par contre connaît certainement un ralentissement des investissements mais avec une reprise immédiate l'année suivante. La moyenne annuelle 1989-1994 qui était de 2 millions dollars US est passée à 64,5 millions de dollars US entre 1995 et 2000. Ce tableau montre certes une croissance timide, mais tout de même régulière des investissements directs étrangers au Mali. Au sein de l'UEMOA (Union Economique Monétaire Ouest Africaine), le Mali est le 3ème pays attirer le plus d'IDE sur la période après la Côte d'Ivoire et le Sénégal, alors qu'il occupait la dernière place jusqu'en 1994 avec la Guinée Bissau. On ne peut certes pas tirer de ces IDE la part de la Chine, mais on remarque tout de même une confiance renouvelée des investisseurs étrangers à l'endroit du Mali.

En ce qui concerne ces investissements directs étrangers, généralement le Mali ne comptabilise que les réalisations effectuées suite à l'agrément des projets au code des investissements dans les secteurs des industries minières, manufacturières et touristiques. D'ailleurs le Mali, il faut le rappeler, est un lieu privilégié pour explorer le marché régional.

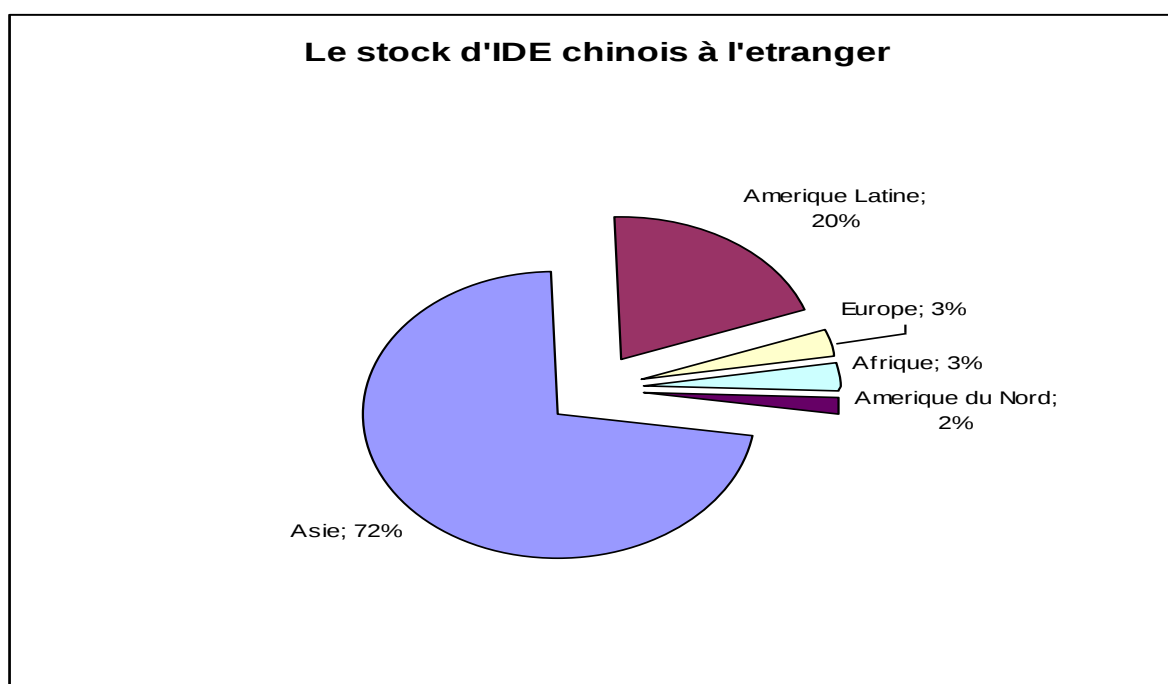
Voici la part de la Chine dans les investissements directs étrangers au Mali en 2006.

Tableau N° 18 : Part de la Chine dans les investissements directs étrangers par secteur au Mali (en milliers de dollars US en 2006)

Secteurs	Chine	Total	Part de la Chine en %
Chimie	1 652	29 531	56
Industrie manufacturière	2 072	11 311	18,32
Agro-alimentaire	1 153	10 613	10,86
TOTAL	4 878	51 457	10,31

En 2006, les investissements directs chinois au Mali représentent 10,31% du total des IDE. Ce taux dénote certes un intérêt de la Chine pour le Mali, par rapport aux liens d'amitié entre les deux pays. Cependant, sa faiblesse est un signe de non agressivité de la Chine en matière d'investissement à l'endroit du Mali.

Les experts de Bretton Woods sont néanmoins formels : si la croissance atteint le taux de 5% en Afrique en 2006, le continent noir le doit en partie aux investissements chinois. En 2004, ces investissements s'élevaient à plus de 900 millions de dollars sur les 15 milliards d'investissements directs étrangers en Afrique. Pour Jean-Marie Agboton, économiste d'origine béninoise, cette ribambelle d'investissements « peut impulser l'industrialisation de l'Afrique ». Cependant, nous estimons que cette affirmation doit être fortement atténuée en général, et surtout en ce qui concerne les pays non pétroliers comme le Mali. En fait, l'investissement chinois à l'étranger est modeste et mal cerné. Vue de la Chine d'ailleurs, l'Afrique est une destination marginale.



Pour ce qui est du Mali, l'assertion des experts de Bretton -Woods qui consiste à expliquer la croissance économique en Afrique subsaharienne par les investissements chinois, mériterait d'être encore plus nuancée, dans la mesure où le poids des investissements directs chinois (3% du total) est encore tellement insuffisant que ceux-ci ne sauraient véritablement avoir une grande incidence sur la croissance. Malgré tous ces constats, les relations commerciales entre les deux pays doivent être consolidées, surtout dans l'intérêt du Mali, car dans le monde actuel, aucun pays ne saurait connaître de progrès en évoluant dans l'autarcie. Cependant, ces relations doivent être des relations de partenariat et non de domination, même si les rapports de force sont loin d'être équitables entre les deux pays.

Les réponses trouvées aux questions posées, et la démarche suivie, ont permis d'abord de mieux cerner les relations commerciales du Mali avec la Chine, et de comprendre de manière soutenue les contours théoriques et pratiques d'une question très pertinente et d'actualité pour le devenir des pays africains, à savoir le commerce extérieur. Dans la mesure où il s'agit de la première étude du genre en ce qui concerne le Mali, les concepteurs des politiques économiques disposeront d'un outil complémentaire en vue de mieux gérer le commerce avec la Chine. Les résultats obtenus vont per-

mettre de mieux reformuler les textes régissant le commerce bilatéral avec la Chine, en vue de mieux profiter des opportunités et de se prémunir contre les désavantages. Les décideurs politiques pourront tout aussi faire un bon usage des résultats obtenus, en vue d'améliorer les performances du commerce extérieur malien.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES :

Ouvrages :

Aglietta M. et Landry Y. (2007), La Chine du XXIème siècle vers la surpuissance, Editions Economica ;

Anne O. Kreueger, « Trade policies of developing countries », in Handbook of International Economics, vol.1, R.W Jones et P.B Kenan, éd. Amsterdam, North Holland, 1984;

Behrendt Claude, Le secteur du coton au Mali: réaliser son potentiel de croissance; Centre de développement de l'OCDE, Repères n° 30, octobre 2006;

Berthelemy Jean Claude (1995) : Quel avenir pour l'économie africaine ? Paris, OCDE, 176 p.

Bilel Ben Nahia : L'émergence de l'économie chinoise et son impact sur l'économie mondiale, Mémoire, FSEG de Nabeul, (Tunisie) ;

Boillot Jean-Joseph : L'économie de l'Inde ; Editions La Découverte ;

Boucher François (1995) : Travailler avec les chinois ; Nathan, collection « Les livres de l'entreprise » Paris, 126 p ;

Cabrillac Bruno (2003) : Economie de la Chine ; PUF coll. Que sais-je ? N° 1102, Paris ; 128p ;

Charles P. Kindleberger, Foreign Trade and Economic Development, Baltimore, Penguin Book, 1972;

China Rising (2003): Nationalism and Interdependence; New York, routledge, P 137;

Clemens Breisinger and James Thurlow: Asian-driven Resource Booms in Africa: Rethinking the impacts on Development; IFPRI Discussion paper 00747; January 2008;

Corporate and investment Bank : La Chine et la théorie du commerce international ; Recherche économique, 27 Mai 2005, N° 193 ;

- Dahlman C.J. and J. Aubert:** China and the knowledge economy –Seizing the 21st century (World Bank, Washington D.C.);
- Edward J. Chambers et Donald F. Gordon,** “Primary products and economic growth”, Journal of Political Economy, 74, 1966, p. 315-332
- Gavalda E. et Rouvin L.** (2007), La Chine face à la mondialisation, coll. « International », L’Harmattan ;
- Gerald K. Helleiner,** Foreign Trade and Economic Development, Baltimore, Penguin Book, 1972,
- Gipouloux F.** (2005) : La Chine du XXI è siècle une nouvelle surpuissance ? Armand Collin, Paris;
- Gobind Nankani,** “Development problems of non—fuel minerals exporting countries” Finance and development, 17, n°1, mars 1980, p. 6-10;
- Goldstein A. et Alii** (2006), The Rise of China and India. What’s in it for Africa? Centre de développement, OCDE;
- Harris, Stuart:** « China’s role in the WTO and APEC » in Goodman, David S.G. et Gerald Segal (Dir);
- Harry G. Johnson** “Optimal Trade Interventions in the presence of distortions”, Trade Growth and the Balance of Payments, R.E. Caves et al., Amsterdam, North, Holland, 1965;
- Hugon Philippe:** L’économie de l’Afrique; La Découverte;
- Izraelewicz E.** (2005), Quand la Chine change de monde, Grasset, janvier ;
- J. Y. Lin, F. Cai et Z. Li :** « Le miracle chinois » ;
- Jean Raphaël Chaponnière,** La politique d’aide de la Chine, IFRI, 26 Juin 2007 ;
- Jean Raphaël Chaponnière,** Les échanges entre la Chine et l’Afrique, situation actuelle, perspectives et sources pour l’analyse ;
- Jenkins, R. and Edwards,** 2006, « The Asian Drivers and Sub-Saharan Africa”, IDS Bulletin 37 (1): 23-32; Economy, Edwardd Elgar, Cheltenham/Northampton;
- John Williamson,** The open economy and the world economy, New York, Basic Books, 1983;
- Kaplinsky R.** “China and he global terms of trade”, in R. Kaplinsky, Ed Asian Drivers: Opportunities and Threats. IDS Bulletin N°37. Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, UK; 2006;
- Kaplinsky R., D. McCormick and M. Morris,** « The impact of China on Sub-Saharan Africa”. Mimeo. DFID China Office, Beijing; 2006;
- Kaplinsky** (2007), Asian Drivers and the Challenge to development strategy in SSA: an analytical framework, AERC Asian drivers workshop, 12-13 February, Mombasa;

Lemoine Françoise : L'économie de la Chine ; Editions La Découverte ;

Lloyd P. J. et Zhang X. (dir) (2000): China in the Global Economy, Edward Elgar, Cheltenham/Northampton

Lorot, P. (2007), Le siècle de la Chine, Choiseul Editions ;

Louise Seguin Dulude : Les impacts de la montée de la Chine, Centre d'Etudes et de Recherches Internationales ; 28 septembre 2005 ;

Nicolas Yan de Walle et Timothy A. Johnston : Repenser l'aide à l'Afrique ; Karthala ;

Norro Michel : Economies africaines ; « Analyse économique de l'Afrique subsaharienne » ; 2^e édition ; Ouvertures Economiques ;

Norro Michel : Problèmes économiques actuels de l'Afrique et perspectives. ULC, DULP, 80701, 20p.

OCDE (2002) : La Chine dans l'économie mondiale : les enjeux de politique économique intérieure ; OCDE Paris, 88p ;

Piet Konings, La Chine et l'Afrique à l'ère de la mondialisation néolibérale, African Studies, Centre, Leiden, Pays-Bas ;

Pham J.P « China's African Strategy and its Implications for US Interests », American Foreign Policy Interests 28: 239-53. 2006;

Shi Y. et Hay F.(2006), La Chine : forces et faiblesses d'une économie en expansion, Presses universitaires de Rennes ;

Tull. D. M., 2006, "China's Engagement in Africa: scope, Significance and consequences", Journal of Modern African studies 44 (3); 459-79.

Rapports, Revues, articles :

Abdrahamane Sanogo, Les relations économiques du Mali et de la Chine, rapport CREA, janvier 2008 ;

Ajakaiye Olu, O 2006, "China and Africa-Opportunities and challenges", Paper presented at the African Union Task Force on Strategic Partnership between Africa and Emerging Countries of South, Addis Ababa 11-13 September;

Ajakaiye Olu: Expériences récentes en matière de développement économique de la Chine, de l'Inde, de la Malaisie et de la Corée du Sud : leçons pour le renforcement des capacités en Afrique ; 2^{ème} Forum Panafricain sur le Renforcement des Capacités, Maputo, Mozambique, 1-3 Août 2007 ;

Club des Investisseurs Français au Mali-Centre du secteur privé : La présence chinoise au Mali, Mai 2005, Bamako Mali ;

CNUCED : Le développement économique en Afrique; Résultats à l'exportation après la libéralisation du commerce : quelques tendances et perspectives; 2008, Nations Unies ;

CNUCED : Cadrage de la politique nationale de développement du commerce du Mali ; Version primaire non éditée ; Nations Unies ;

David Zweig : « Chine 1998-2000 : la dernière vague de réforme en panne » ;

Essor, quotidien national du Mali, n° 15245, 2007 ;

Fonds Monétaire International : Impact de la crise financière mondiale sur l'Afrique subsaharienne ; Département Afrique ; 2009 ;

Harry Broadway, « L'avenir de l'Afrique passe par le commerce avec la Chine et l'Inde » l'Express.fr du 08/3/2007 ;

Huchet J. F. (2006), « Chine - Inde, une rivalité en puissance pour le nouveau siècle », entretien, Le Monde, 19-20 mars ;

Institute of Development Studies: Voices from the South : The impact of the financial crisis on Developing countries; www.ids.ac.uk/go/financial-crisis-impact; November 2008;

Jenkins, R. and C. Edwards, 2006, « The Asian Drivers and Sub-Saharan Africa », IDS Bulletin 37 (1) : 23-32 ;

Jiang. C., 2003, « Pékin et Taipei : Les enjeux africains » Géopolitique Africaine 10 : 239-54 ;

JITAP, Le Mali et le système commercial multilatéral : l'impact des accords de l'OMC, négociation et mise en œuvre, Novembre 2005 ;

Kernen A. (2007), « Les stratégies chinoises en Afrique : du pétrole aux bassines en plastique » Politique africaine, n° 105, mars ;

Lefrançois T. (2006), « Chine : un contributeur majeur à la croissance de la demande pétrolière mondiale », La lettre des Etudes économiques, 13 juin ;

Mary Françoise Renard : La montée en puissance de la Chine dans le commerce mondial : « une réussite spectaculaire pour une économie fragile » ;

Niquet V. (2006) « La stratégie africaine de la Chine », Politique internationale, n°2 ;

Philippe Martin : Compétitivité à la chinoise ; article publié sur libération .fr le 14/02/2005 ;

Pin Jean-Louis : L'ouverture économique de la Chine : 1978-1999 ; La Documentation française, coll. « études de la DF- économie » Paris 1999, 198p ;

Plummer Michael, Olofin Sam, and Sanogo Abdrahamane: Trade policy development and negotiations in the Doha Round: documentation of major issues and proposals of Africa's position; Working paper of EPANET, April 2005;

Problèmes économiques : La Chine et le reste du monde ; N° 2 926 du 20 juin 2007 ;

Serieyx Hervé et Le Corre Philippe : Quand la Chine va au marché : leçons du capitalisme à la chinoise ; Maxima, Paris, 1997, 272p ;

Stephan Roach: « Le facteur chinois », 1997;

Stevens, C., et J. Kennan (2006): « How to identify the trade impact of China on small countries? » IDS Bulletin, 37 (1), 33-42;

Sutter K. M. (2006), “China’s ‘Win-Win’ Trade policy”, China Business Review, Septembre - Octobre;

Thorvaldur Gylfason : Recent development experiences from China, India, Malaysia and South Korea ; Some lessons for Capacity Building in Africa; Second Pan African Capacity Building Forum; Maputo, Mozambique, 1-3 August 2006.

ANNEXE 1: QUESTIONNAIRE

FICHE D'ENQUETE AUPRES DES COMMERCANTS DE PRODUITS CHINOIS

Questionnaire n° /___/

I- IDENTIFICATION		
Village de :		
Commune de :		
Nom et Prénoms du commerçant (facultatif)		Sexe : 1= masc. 2 = féminin /___/
Milieu de résidence Urbain= 1 Rural = 2 /___/	Niveau d'instruction 0=néant, école coranique, alphabétisé seulement 1= primaire (fondamentale) 2= secondaire 3= supérieur /___/	Age : /___/ 1 = 18 – 29 2 = 30 – 44 3 = 45 et plus

II- SITUATION DE L'ACTIVITE COMMERCIALE, MOTIVATION ET CAPACITE D'INSERTION	
2.1- comment êtes-vous venu dans le commerce des produits chinois ? 1= chômage 2= incitation des autres 3= opportunité 4= autre (à spécifier) /___/	
2.2- Depuis combien de temps avez-vous entamé le commerce des produit chinois ? 1= moins d'un an 2= 1 à 4 ans 3= 5 à 9 ans 4= 10 ans ou plus.. /___/	

2.3-Quelles sont les raisons du choix de ce créneau ?	
1= disponibilité des produits	
2= rotation rapide des affaires	
3= opportunité d'affaire	/__ /
4= largesse du marché	
5= bénéfices substantiels	
6= Autres (à spécifier :)	
2.4-Quels sont les types de produits chinois que vous vendez ? 1=oui 2= non	
01= produits alimentaires	/__ /
02= textiles (vêtements et autres tissus)	/__ /
03= produits électroniques (jouets, radio,TV, montres, lecteurs audio/vidéo,)	/__ /
téléphone, ordinateurs, etc.)	
04= chaussures, ceintures, sacs, valises)	/__ /
05= matériaux de construction	/__ /
06= pièces détaché et équipement divers	/__ /
07= Autres (à spécifier :	/__ /
2.5-Quelle est l'importance de votre chiffre d'affaire ?	
0= moins de 100 000 FCFA	
1= de 100 000 à moins de 500 000 FCFA	/__ /
2= 500 000 ou plus	
2.6-Quelle appréciation faites-vous de votre chiffre d'affaire ?	
0= peu suffisant	
1= suffisant	/__ /
2= très suffisant	
2.7-A quel niveau situez-vous vos bénéfices annuels dans ce commerce) ?	
0= moins de 50 000 FCFA	
1= de 50 000 à moins de 200 000 FCFA	/__ /
2= 200 000 ou plus	
2.8-Quelle appréciation faites-vous du revenu tiré de cette activité ?	
0= pas du tout satisfaisant	
1= peu satisfaisant	/__ /
2= satisfaisant	
3= très suffisant	
2.9-A quel rythme écoulez-vous les produits chinois ?	
0= très lentement	
1= lentement	/__ /
2= rapidement	
3= Très rapidement	

2.10- Avez-vous des clients dans les catégories de populations ci-dessous ? 1=oui 2=non les classes très pauvres/___/ les classes modestes...../___/ les classes moyennes/___/ les classes aisées/___/ au moins deux classes/___/ toutes les classes confondues/___/	
2.11- Quelle appréciation faites-vous des produits chinois quant à la qualité ? 0 = très mauvaise 1 = mauvaise 2= moyenne/___/ 3 = bonne 4 = très bonne	
2.12- Que appréciation faites-vous des produits chinois quant à la fiabilité ? 0 = pas du tout fiable 1 = peu fiable 2= fiable/___/ 3 = très fiable 4 = autre (à préciser)	
2.13- Selon vous qu'est ce qui motive vos clients à acheter les produits chinois ? 0 = bon marché/___/ 1 = meilleur rapport qualité/prix/___/ 2 = commodités d'usage/___/ 3 = disponibilité/___/ 4 = durabilité/___/ 5 = Autre (à spécifier)	
2.14- Accepterez-vous de vendre des produits non chinois d'autres provenances ? (indiquez par ordre d'importance les trois provenances que vous préférez) 0 = français/___/ 1ère préférence 1 = allemands/___/ 2ème préférence 2 = japonais/___/ 3ème préférence 3 = américain 4 = autres asiatiques 5 = africains 6 = autres (à spécifier)	
NB : Pour chaque question portez le code correspondant à la réponse choisie dans la ou les cases	

ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE

FICHE D'ENQUETE AUPRES DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS CHINOIS

Questionnaire n° /___/

I- IDENTIFICATION		
Village de :		
Commune de :		
Nom et Pré-noms du consommateur (facultatif)		Sexe : 1= masc. 2 = féminin /___/
Milieu de résidence Urbain= 1 Rural = 2 /___/	Niveau d'instruction 0=néant, école coranique, alphabétisé seulement 1= primaire (fondamentale) 2= secondaire /___/ 3= supérieur	Age : /___/ 1 = 18 – 29 2 = 30 – 44 3 = 45 et plus
Catégorie socio professionnelle du consommateur 00 = inactif / actif sans emploi (chômeur, personne au foyer....) 01 = Ouvrier (public/privé) 02 = cadre moyen (public/privé) 03 = cadre supérieur (public/privé) 04 = profession libérale 05 = patron industriel 06 = Commerçant 07 =Autre (à spécifier :)		Code /___/

II- ATTITUDE ET PSYCHOLOGIE DE CONSOMMATION	
2.1- Achetez-vous des produits chinois ? 1= OUI 2=NON /___/	
Si oui, pourquoi ? (Signaler par ordre d'importance trois raisons) 1= pratiques /___/	

2=pas chers	
3=bon rapport qualité/prix	/__/
4= disponibles	
5= durables	/__/
6=réparables	
7=Autres (à spécifier)	
Avec quelle fréquence achetez-vous les produits chinois ?	
0 = rarement	/__/
1 = souvent	
2 = toujours	
Si non, pourquoi ? (Signaler par ordre d'importance trois raisons)	
1= non disponibles	
2= chers	/__/
3=faible rapport qualité/prix	/__/
4= pas pratiques	
5= non durables	/__/
6=difficilement réparables	
7=Autres (à spécifier)	
2.2- Depuis combien de temps consommez-vous des produits chinois ?	
1= moins d'un an	
2= 1 à 4 ans	
/__/	
3= 5 à 9 ans	
4= 10 ans ou plus.	
2.3 - Lesquels des produits suivants achetez-vous ? (Si oui cochez le code dans la case)	
1= les produits alimen- taires.....	/__/
2= vêtements et autres produits textiles	/__/
3= chaussures, ceintures, sacs, valises)	/__/
4=Produits électroniques (jouet, radio, TV, téléphone, montre, calculatrice, ordinateur)	/__/
5=Motocycles (Djakarta, Yamaha)	/__/
6= pièces détaché et équipement divers	/__/
7=matériels de décoration	/__/
8= Autres (à spécifier :	/__/
2.4-Qu'est ce qui vous incite à préférer et à acheter des produits chinois ?	
01= la qualité	/__/
02= la quanti- té.....	/__/

03= la disponibilité	/ .. /
04= la durabili- té...../ .. /	
05= la réparabili- té...../ .. /	
06= l'esthétique...../ .. /	
07=le prix abor- dable...../ .. /	
08= le meilleur rapport qualité / prix...../ .. /	
09=Autres (à spécifier :)	/ .. /
2.5-Etes-vous prêts à acheter d'autres produits similaires aux produits chinois ? 1= OUI	
2=NON	
français	/ .. /
allemands...../ .. /	
japonais	/ .. /
américain...../ .. /	
autres asiatiques	/ .. /
africains	/ .. /
autres (à spécifier)	/ .. /
Cochez le code de la réponse choisie dans la case correspondante	
NB : Pour chaque question portez le code correspondant à la réponse choisie dans la ou les cases	