

REPUBLIQUE ISLAMIQUE DE MAURITANIE

Honneur – Fraternité – Justice



Ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme

Plan d'action 2014-2016 : bilan et perspectives

Septembre 2015

1. Introduction

Malgré la libéralisation du commerce, la concurrence ne s'est pas automatiquement installée en Mauritanie. La concurrence avec les grands groupes est difficile pour les PME à cause de leur accès limité au financement, de leur manque d'états financiers fiables, du manque de personnel qualifié, des coûts de fonctionnement élevés et du poids important de la fiscalité.

Aussi, pour une plus grande coordination des interventions des secteurs du commerce, le Département entend assurer, au cours des cinq prochaines années, une meilleure synergie pour la valorisation des potentialités nationales, la diversification des exportations, l'approvisionnement des marchés, l'ancrage de la concurrence dans le secteur, la régulation du marché des assurances, la mise en place d'outils de contrôle de la qualité et de protection des consommateurs.

Cette coordination sera visible dans des secteurs comme le commerce, l'industrie et le tourisme qui font partie intégrante du Département. Trois secteurs dont l'exploitation peut contribuer efficacement dans la lutte contre la pauvreté et le développement économique et social du pays. Toutefois, le développement de ces trois secteurs bute sur des obstacles d'ordre structurel et conjoncturel qui limitent leur apport à l'économie nationale et leur contribution aux efforts visant l'amélioration des conditions de vie des populations.

Pour ce faire, Le département s'attellera ainsi dans le cadre de ses prérogatives à veiller à la sécurisation de l'approvisionnement national pour les produits de première nécessité. Il encouragera également l'optimisation des coûts d'importation des produits de grande consommation et aidera à la définition d'un cadre de concertation entre les différentes administrations en charge des questions d'approvisionnement afin d'anticiper sur les turbulences des marchés internationaux essentiellement pour les prix des produits de base.

A cet effet, le Département compte dépasser ces activités régaliennes pour mettre en place une véritable politique de la concurrence qui est limitée, actuellement, à un cadre légal et institutionnel de base. La politique de la concurrence va s'attaquer aux pratiques anticoncurrentielles des entreprises, et à l'exploitation inappropriée de leur position dominante sur le marché par de puissants groupes au détriment des entreprises plus faibles. L'absence de vision sur la manière d'aborder la politique de la concurrence est en partie due au manque de compréhension des avantages liés aux processus du marché et des outils qu'une politique de la concurrence met à disposition pour démanteler les monopoles nuisibles ou combattre les pratiques anticoncurrentielles de groupes puissants.

Les actions prioritaires prévues s'articulent autour de trois axes : (i) la modernisation et la valorisation des secteurs relevant du Département, (ii) le renforcement des capacités et (iii) la promotion.

2. Descriptif général du plan

2.1 Valorisation et Modernisation

- Projet d'appui à la compétitivité du secteur privé : Dans le cadre des négociations des APE avec l'UE, la Mauritanie a signé la convention de financement du Projet Appui au commerce et au secteur privé (PACSEP) pour un montant de 5 millions d'Euros. Ce projet vise à renforcer la compétitivité de l'économie mauritanienne et à faciliter son insertion dans l'économie régionale et mondiale. Plus spécifiquement, il vise à renforcer les institutions, faciliter l'accès au marché régional ainsi que la mise en œuvre d'un programme national de mise à niveau de secteurs à valeur ajoutée. Les parties prenantes du PACSEP sont l'ensemble des institutions concernées par le processus de l'APE des secteurs public et privé. L'Ordonnateur National du FED assure la maîtrise d'ouvrage tandis que le MCIAT assure la maîtrise d'œuvre du projet. Le coût total du projet est de 5 millions € imputés au 10ème FED sur une période de six ans. Concrètement, durant cette année 2014, le projet a permis la sensibilisation des acteurs et décideurs sur le processus des négociations APE ; la Préparation des négociations de l'Accord RIM-CEDEAO ; l'Acquisition d'équipements de laboratoire pour l'Office national d'inspection sanitaire des produits de la pêche et d'aquaculture (ONISPA) (MPEM) ; l'Acquisition d'une plateforme de télécommunication par satellite pour les Douanes (MF) ; l'Equipements de l'Abattoir de Nouakchott (ME) ; l'Extension et réhabilitation de l'Abattoir de Nouakchott (ME) ; l'Accompagnement du Laboratoire national de Métrologie (MCIT) pour l'accréditation ; l'Etude pour l'élaboration d'un cadre normatif et institutionnel de la Concurrence (MCIT) ; l'Acquisition d'équipement pour le Bureau de Restructuration et mise à niveau (MCIT) ; la Formation des cadres du Guichet Unique (MAED) à l'évaluation de projets

- Ecole d'hôtellerie et de tourisme : Il s'agira, dans un premier temps, de réaliser une étude de faisabilité en vue de la création de l'Ecole hôtelière et touristique destinée à satisfaire les besoins futurs et dont les principales composantes sont : Une Ecole d'une trentaine de salles d'enseignement ; Une cité dortoir composée de 300 studios individuels pour les étudiants ; Un auditorium d'une capacité minimale de 400 sièges ; Un logement pour le Directeur de L'Ecole et un ensemble de bureaux pour l'administration ; Une Bibliothèque pouvant accueillir 200 étudiants ; Un hôtel de 4 étoiles d'une cinquantaine de chambres ; Un complexe sportif.

2.2 Renforcement des capacités

- Mise en place d'un système d'information pour le suivi-évaluation
 - Suivi des prix et de l'approvisionnement : le suivi quotidien des prix de première nécessité, des stocks d'approvisionnement permet de réguler les prix, d'anticiper sur les pénuries et détruire les produits périmés.
 - L'étude Diagnostique sur l'intégration commerciale (EDIC): L'objectif principal est de prendre en compte les mutations de l'environnement économique, institutionnel et sociopolitique de la Mauritanie et d'actualiser la matrice d'actions prioritaires pour la promotion des exportations et le développement économique du pays.
 - la formulation de projet de catégorie 1 en vue de son approbation par le CIR: L'objectif est de mobiliser dans un délai très court des projets porteurs sur une période de trois ans.
 - la réactualisation de la stratégie de l'industrie: L'objectif est de soutenir l'amélioration de la compétitivité du secteur industriel, de favoriser son intégration à l'économie nationale et de faciliter son accès aux différents marchés.
 - la réactualisation de la stratégie du tourisme: L'objectif est de déterminer les orientations stratégiques et les points d'articulation avec le CSLP ainsi qu'avec les autres stratégies sectorielles.
 - la formulation d'une note méthodologique en vue de la mise en place d'une plate forme de commerce électronique: L'objectif est d'offrir un outil moderne de promotion et de vente destinés aux producteurs, en particulier les jeunes et les femmes.
 - le développement d'un modèle d'équilibre général calculable pour analyser les Accords de Partenariat Economique entre l'UE et notre pays: C'est un outil de simulation qui permettra de mesurer l'impact des politiques économiques sur la réduction de la pauvreté.

2.3 Promotion

- Vaste opération de communication : Il s'agit d'initier une vaste campagne de communication sur toute la période de la saison touristique auprès du principal marché émetteur, la France, tout en soutenant le Département, dans sa stratégie de diversification des marchés en ciblant, la Belgique, l'Espagne et l'Allemagne. L'objectif est de montrer notamment au quai d'Orsay, qui continue de placer la Mauritanie en zone rouge, que le tourisme est un des piliers de notre économie et que les efforts entrepris par l'Etat pour sécuriser ses frontières, sont irréversibles.
 - La Semaine de la Mauritanie : Pour faire face à la campagne de désinformation sur notre pays, le Département a mis en place, depuis 2008, une vaste opération de communication de façon à redresser l'image de la destination en organisant des Eductours, des Voyages de

Presse ainsi qu'une manifestation dénommée « semaine de la Mauritanie ». Après trois éditions (2008, 2010 et 2012) à Paris, principal marché émetteur, le Département envisage d'orienter la manifestation vers l'Espagne.

- Salons et expositions : Vitrine de promotion et de commercialisation du pays par excellence, ces événements constituent le meilleur moyen de véhiculer l'image de la Mauritanie. Aussi, il s'agira de marquer sa présence aux événements suivants : FITUR DE MADRID ; BIT MILAN ; ITB BERLIN ; SALON DE LA RANDONNEE Paris; ARABIAN TRAVEL MARKET Dubaï ; TOP RESA Paris; BT EXPO, Bruxelles.

3. Perspectives

Le principal axe de développement dans l'industrie manufacturière mauritanienne concernera le secteur agroalimentaire et le secteur de traitement et transformation des produits de la pêche à terre.

L'aménagement et la gestion d'une station touristique consistera à attirer des investisseurs internationaux pour aménager une zone touristique sous le modèle des projets en PPP.

La mise en œuvre du dispositif de normalisation et de promotion de la qualité en matière d'infrastructure institutionnelle (création d'un Organisme National de Normalisation) et de contrôle (création et renforcement des laboratoires d'analyses et d'essai de contrôle de qualité ou de métrologie).

La réforme du cadre réglementaire du secteur des assurances afin de permettre l'entrée d'investisseurs étrangers et encourager le développement de nouveaux produits, notamment islamiques pour inciter les mauritaniens peu enclins à l'assurance à en consommer davantage.