

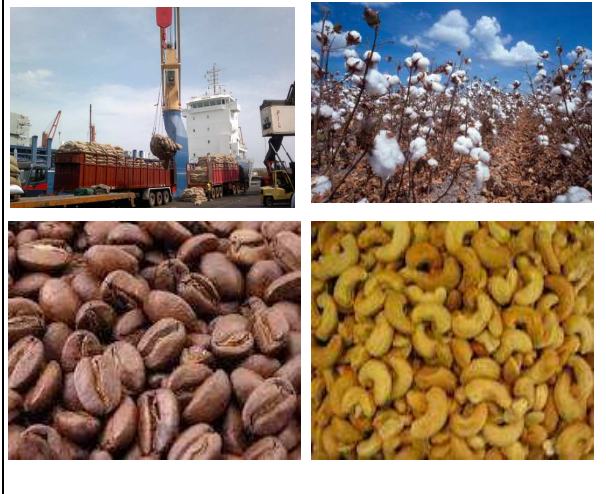
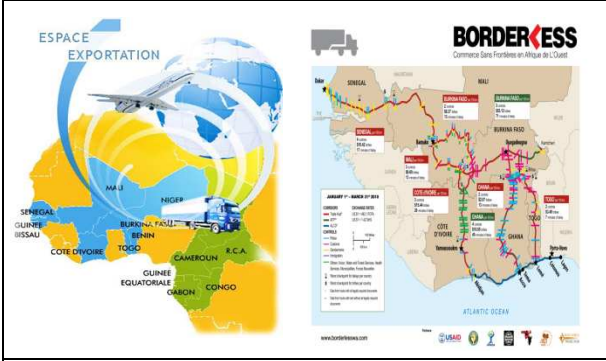


Union Européenne

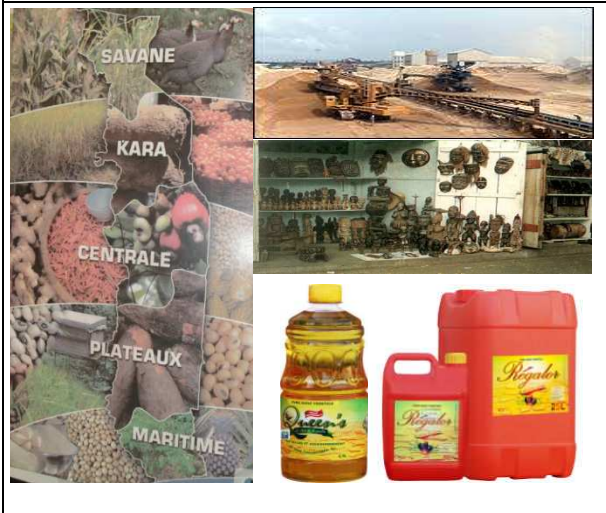


REPUBLIQUE TOGOLAISE

Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé



**ANALYSE DES PRODUITS ET
ENTREPRISES A FORT
POTENTIEL D'EXPORTATION AU
TOGO**



RAPPORT FINAL

Jun 2012



ADA Consulting Africa

Bureau d'Expertise, de Conseils et d'Assistance pour le Développement en Afrique
 777 Rue de l'OCAM, 07 BP : 14 284 Tél (228) 22 20 09 33/22 32 62 17/90 01 77 45
 E-mail : cabinetada@yahoo.fr; Site web : adaconsultingafrica.com - Lomé-Togo

SOMMAIRE

RESUME	7
INTRODUCTION.....	8
PREMIERE PARTIE : GENERALITES ET APPROCHE METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE.....	10
1.1. GENERALITES SUR LE TOGO.....	11
1.1.1. Présentation générale.....	11
1.1.2. Situation socio-économique.....	12
1.1.2.1. Secteur Primaire	12
1.1.2.2. Secteur Secondaire	14
1.1.2.3. Secteur Tertiaire	15
1.1.2.4. Secteur Informel.....	17
1.1.2.5. Indicateurs de développement économiques et humains	17
1.2. RAPPEL DES TDR	18
1.2.1. Objectifs et résultats attendus.....	18
1.2.2. Tâches du Consultant.....	19
1.3. METHODOLOGIE UTILISEE	19
1.3.1. Préliminaires à la mission de terrain	19
1.3.2. Collecte des données de terrain	20
1.3.2.1. Techniques et outils de collecte des données	20
1.3.2.2. Enquête proprement dite	20
1.3.2.3. Dépouillement, traitement et analyse des données collectées	21
1.3.3. Rédaction des rapports et restitution	21
1.3.3.1. Elaboration du rapport provisoire	21
1.3.3.2. Elaboration du rapport définitif (PM)	21
1.3.3.3. Atelier de restitution.....	21
1.3.4. Difficultés rencontrées.....	21
DEUXIEME PARTIE : ETAT DES LIEUX DES PRODUITS EXPORTABLES ET DES ENTREPRISES EXPORTATRICES.....	22
2.1. ACCORDS COMMERCIAUX.....	23
2.1.1. Accords internationaux ratifiés par le Togo.....	23
2.1.2. Accords régionaux.....	24
2.1.3. Accords sous-régionaux	25
2.1.4. Autres engagements : Mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS).....	26
2.2. CADRES INSTITUTIONNEL, POLITIQUE, LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE DE L'EXPORTATION AU TOGO	26
2.2.1. Cadre institutionnel en matière de commerce extérieur	26
2.2.2. Cadre de la Politique Nationale de Développement du Commerce du Togo.....	28
2.2.3. Cadre législatif et réglementaire de l'exportation.....	29
2.2.4. Analyse des cadres politique, législatif et règlementaire.....	32
2.3. ETAT DES LIEUX DE LA PERFORMANCE DES EXPORTATIONS AU TOGO	33
2.3.1. Analyse des exportations du Togo	33
2.3.2. Analyse des produits d'exportation du Togo par filière.....	35
2.3.3. Analyse des marchés extérieurs actuels des produits du Togo.....	38
2.3.4. Analyse des produits à fort potentiel d'exportation et des niches de marchés	41
2.3.5. Analyse des entreprises exportatrices ou potentiellement exportatrices.....	43
2.3.5.1. Entreprises exportatrices	43
Tableau 20: Entreprises exportatrices du secteur agricole.....	45
Tableau 21: Entreprises exportatrices du secteur sylvicole	46
2.3.5.2. Entreprises potentiellement exportatrices.....	48
2.4. ANALYSE DES ATOUTS ET CONTRAINTES DE L'EXPORTATION DES PRODUITS AU TOGO	48
TROISIEME PARTIE : PROPOSITION DE STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LES DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES ET TECHNIQUES NATIONALES	50
3.1. ANALYSE DE LA SITUATION	51

3.1.1. Etat des lieux des stratégies de communication existantes	51
3.1.2. Contexte et justification de la stratégie de communication.....	51
3.1.2.1. Problèmes de communication.....	51
3.1.2.2. Justification de l'élaboration de la stratégie de communication	51
3.2. ELABORATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	52
3.2.1. Cadre stratégique	52
3.2.1.1. Objectifs de la communication.....	52
3.2.1.2. Actions stratégiques	52
3.2.1.3. Groupes cibles	53
3.2.1.4. Approches de la communication	54
3.2.1.5. Canaux et supports de communication.....	55
3.2.2. Cadre opérationnel de la stratégie de communication	55
3.2.2.1. Cadre institutionnel de mise en œuvre de la stratégie	55
3.2.2.2. Plan de renforcement des capacités et de production des supports de communication	56
3.2.2.3. Plan d'action de la stratégie	56
3.2.2.4. Plan de suivi-évaluation de la stratégie	60
3.2.2.5. Budgétisation de la stratégie de communication	61
CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS.....	63
BIBLIOGRAPHIE.....	65
ANNEXES.....	66

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Evolution du Produit Intérieur Brut PIB	12
Tableau 2: Indicateurs de développement économiques et humains.....	17
Tableau 3: Présentation des attributions des divisions et sections de la direction du commerce extérieur....	27
Tableau 4 : Résumé des données de Doing Business 2012 pour l'économie du Togo.....	33
Tableau 5: Evolution des exportations du Togo durant les cinq dernières années (millier de USD).....	33
Tableau 6: Evolution des exportations du Togo selon la Direction des douanes	34
Tableau 7: Valeur des principaux produits d'exportation de la filière industrielle (millier de USD).....	35
Tableau 8: Valeur des principaux produits d'exportation de la filière minière et extractive (millier de USD) ..	36
Tableau 9: Valeur des principaux produits d'exportation de la filière agricole (millier de USD)	36
Tableau 10: Valeur des principaux produits d'exportation de la filière agro-alimentaire (millier de USD).....	37
Tableau 11: Valeur des principaux produits d'exportation de la filière artisanale (millier de USD).....	37
Tableau 12: Valeur des principaux produits de la filière halieutique (milliers de USD)	38
Tableau 13: Principaux pays importateurs des produits traditionnels du Togo	38
Tableau 14: Importateurs des produits non traditionnels du Togo	39
Tableau 15: Situation des pays concurrents suivants les produits et les espaces commerciaux et économiques	39
Tableau 16: Produits non traditionnels porteurs de croissance et les niches de marchés d'importation.....	42
Tableau 17: Zones de production des produits agricoles exportés et exportables.....	42
Tableau 18: Entreprises/industries exportatrices du secteur minier au Togo.....	44
Tableau 19: Entreprises/industries exportatrices du secteur industriel au Togo	44
Tableau 20: Entreprises exportatrices du secteur agricole	45
Tableau 21: Entreprises exportatrices du secteur sylvicole	46
Tableau 22: Entreprises exportatrices du secteur agro-alimentaires et agro-industries	46
Tableau 23: Entreprises exportatrices des autres secteurs touchés.....	47
Tableau 24: Analyse FFOM de l'exportation des produits au Togo.....	48
Tableau 25: Types d'approches de communication par cible	54
Tableau 26: Plan d'action communicationnelle	57
Tableau 27: Résultats attendus et leurs indicateurs	61
Tableau 28: Budget de la stratégie de communication.....	61

LISTE DES FIGURES

Figure 1: Piliers et axes stratégiques de la politique commerciale du Togo.....	29
Figure 2: Croissance des exportations (Indice 100; année 2006).....	34

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

ACP-UE	Afrique Caraïbe Pacifique-Union Européenne
AGET	Association des Grandes Entreprises du Togo
AGOA	African Growth Opportunity Act
AIRPEC	Aide à l'Intégration Régionale et au Partenariat Economique International
ANPAT	Association Nationale des Producteurs Avicoles du Togo
ANSAT	Agence Nationale pour la Sécurité Alimentaire du Togo
AO	Afrique de l'Ouest
APE	Accord de Partenariat Economique
ASOZOF	Association des Sociétés de la Zone Franche
ATTPA	Association Togolaise des Transformateurs des Produits Agricoles
BCEAO	Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
BTP	Bâtiments et Travaux Publics
CCFCC	Comité de Coordination pour les Filières Café et Cacao
CCIT	Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo
CE	Communauté Européenne
CECC	Conseil des Exportateurs de Café et Cacao
CEDEAO	Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CEMAC	Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale
CETEF	Centre Togolais des Expositions et Foires
CFA	Communauté Financière Africaine
CICA	Conférence Internationale des Contrôles d'Assurances
CIMA	Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances
CIMTOGO	Ciment du Togo
CNCT	Conseil National des Chargeurs Togolais
CNP	Conseil National du Patronat
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
CPC	Centrale des Producteurs de Céréales
CSN	Conseil Supérieur de Normalisation
CTOP	Coordination Togolaise des Organisations Paysannes et de Producteurs
DCE	Direction du Commerce Extérieur
DCML	Direction du Conditionnement et de Métrologie Légale
DGSCN	Direction Générale de la Statistique et de la Comptabilité Nationale
DPSP	Direction de la Promotion du Secteur Privé
FAO	Organisation des Nations-Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture
FENOMAT	Fédération Nationale des Organisations des Maraîchers du Togo
FFOM	Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces
FMI	Fonds Monétaire International
FNGPC	Fédération Nationale des Groupements de Producteurs Coton
FUPROCAT	Fédération des Unions des Groupements de Producteurs de Café et de Cacao du Togo
GATT	General Agreement on Trade and Tariffs
IEC	Information, Education, Communication
IFG	International Fertilisers Group
INPIT	Institut National de la Propreté Industrielle et de la Technologie
ITC	International Trade Center
MAEP	Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche
MCPSP	Ministère du Commerce de la Promotion du Secteur Privé

NIOTO	Nouvelle Industrie Oléagineuse du Togo
NPF	Nations la Plus Favorisée
NTIC	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
OAPI	Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle
OHADA	Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OMD	Objectifs du Millénaire pour le Développement
OPA	Organisations Professionnelles Agricoles
OSAT	Observatoire de la Sécurité Alimentaire du Togo
OTP	Office Togolais du Phosphate
PADAT	Projet d'Appui pour le Développement Agricole du Togo
PAL	Port Autonome de Lomé
PAPED	Programme de l'Accord de Partenariat Economique pour le Développement
PASA	Projet d'Appui au Secteur Agricole
PIB	Produit Intérieur Brut
PMI	Petites et Moyennes Industries
PNIASA	Programme National d'Investissement Agricole et de Sécurité Alimentaire
POMAR	Pierres Ornementales et Marbre du Togo
RGPH4	Quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat
RI	Redevance Informatique
RNB	Revenu National Brut
SADC	Southern African Development Community
SALT	Société Aéroportuaire de Lomé Tokoin
SAZOF	Société d'Administration de la Zone Franche du Togo
SGMT	Société des Grands Moulins du Togo
SGP	Système Généralisé de Préférences
SIM	Système d'Information des Marchés
SNPT	Société Nouvelle des Phosphates du Togo
SOTOCO	Société Togolaise de Coton
SOTOCOG	Société Togolaise des Corps Gras
SPS	Mesures Sanitaires et Phytosanitaires
STP	Société Togolaise des Plastiques
TEC	Tarif Extérieur Commun
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
TPC	Taxe Préférentielle Communautaire
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée
UE	Union Européenne
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UN COMTRADE	United Nations Commodity Trade Statistics Database
UNICOOPEMA	Union des Coopératives de Pêche Maritime Artisanale
USA	United States of America
USD	Dollar Américain
VIH	Virus de l'Immunodéficience Humaine
WACEM	West African Cement
WAAPP-C	West African Agricultural Productivity Programm

RESUME

La promotion des exportations, visant une augmentation globale du volume de produits exportés de qualité, nécessite des financements importants pour les entreprises exportatrices. Or, la situation actuelle de leur financement au Togo, marquée par une faible implication des opérateurs financiers, ne permet pas de répondre aux besoins exprimés. Ce qui fragilise encore les exportations au niveau des différentes filières.

Face à ce constat, le Gouvernement togolais à travers le Ministère du Commerce et de la Promotion du secteur privé s'engage à faire bénéficier au secteur du commerce des actions tendant à la promotion de l'exportation. C'est ainsi que cette étude est commanditée ayant pour mission d'appuyer la Direction du Commerce Extérieur (DCE) à travers le projet d'Aide à l'Intégration Régionale et au Partenariat Economique International (AIRPEC) de la Francophonie. Elle a pour objectif général de disposer des informations sur le potentiel d'exportation et les marchés extérieurs des exportateurs du Togo en vue de la promotion des exportations du pays vers les marchés communautaires (UEMOA et CEDEAO), africains et internationaux.

Les résultats de l'étude ont montré qu'en matière des accords commerciaux, le Togo a ratifié à presque tous les niveaux mondial, régional et sous régional et s'est engagé dans une politique commerciale libérale. En ce qui concerne l'état des lieux des performances des exportations, il est à signaler que malgré l'importance des ressources et potentialités que regorge le pays, la balance commerciale du pays reste déficitaire.

A propos de l'analyse des produits d'exportation par filière, il ressort que le Togo exporte deux grands types de produits à savoir les produits traditionnels : le clinker et le ciment, le phosphate, le coton, le café et le cacao qui sont plus importants et les produits non traditionnels qui sont les céréales (maïs et riz), les tubercules (igname et manioc), les légumineuses (soja et haricot), les oléagineux (noix de palme et palmistes, noix de coco, karité, arachide, graines de coton, noix de cajou), les fruits (ananas, mangues, bananes), les fleurs, les plantes aromatiques et médicinales, les légumes, les produits de pêche et d'élevage. En dehors de ces deux grands types de produits, l'étude a révélé l'existence de produits porteurs à fort potentialité d'exportation (produits bruts et leurs dérivés issus de la transformation) comme le soja, le gingembre, l'ananas, les noix de cajou, le souchet, les noix de coco et de palme, les amandes de karité, la mangue, la papaye, le maïs jaune (QPM) et le sésame.

En ce qui concerne l'analyse des marchés extérieurs, l'étude a montré que les produits du Togo sont exportés vers les marchés de l'UEMOA, de la CEDEAO, du Maghreb, de la SADC, de la CEMAC, de l'UA, de l'UE, de l'Europe de l'Est, de l'Asie, de l'Amérique Latine et des Caraïbes, de l'Océanie et de l'Amérique du Nord. Cependant, il faut signaler que ces produits sont confrontés à une rude concurrence de plusieurs autres pays du reste du monde à cause des exigences strictes des marchés importateurs en matière de la qualité des produits surtout agricoles et agroalimentaires.

De tout ce qui précède, l'étude a proposé une stratégie de communication sur les dispositions réglementaires et techniques nationales dont l'objectif principal est d'informer, de former et de mobiliser l'ensemble des acteurs devant composer avec le système d'exportation. Elle est programmée sur une période de trois (03) ans avec un budget s'élevant à quatre cent quatre vingt quinze millions neuf cent quatre vingt huit mille cinq cent (**495 988 500**) de francs CFA. Pour la mise en œuvre de cette stratégie, l'étude a proposé, sur le plan institutionnel, la mise en place d'une Agence Nationale de Promotion des Exportations dotée d'une autonomie technique et financière qui devra être sous la tutelle du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé/Direction du Commerce Extérieur.

INTRODUCTION

Le Togo a une réputation mondiale de carrefour des affaires. Il a acquis de ce fait, un haut potentiel commercial qui a été malheureusement mis à mal par la crise sociopolitique qu'a connue le pays. La situation économique et sociale s'est ainsi détériorée, mettant à mal le processus de développement national. Au plan économique, les principales activités du Togo sont l'agriculture, l'exploitation du phosphate, du ciment, du clinker et le commerce. L'agriculture emploie deux tiers de la population et représente environ 45 % du PIB. Le secteur secondaire (notamment les phosphates, la fabrication de ciment, la construction et l'énergie) emploie environ 12 % de la population et représente environ 22 % du PIB. Le secteur des services, dominé par le commerce et le transport, emploie environ 21 % de la population et génère environ 33 % du PIB. Le taux de croissance du Produit Intérieur Brut (PIB), qui a connu une évolution assez stable sur la période 2005-2009, est contenu dans une fourchette moyenne de 2,6%. Les estimations arrêtées en septembre 2010 par le Comité PIB donnent un taux de croissance réel de 3,2%¹.

Par ailleurs, le commerce extérieur du Togo est profondément marqué par une forte hausse de ses importations en valeurs et surtout en quantités entraînant une dépendance structurelle de l'extérieur pour les produits de consommation. On assiste ainsi à un déficit de la balance de paiement et un appauvrissement de la population togolaise. Les activités commerciales sont devenues très peu diversifiées et caractérisées par des distorsions imputables notamment à la prépondérance des opérateurs informels. Le commerce intérieur porte généralement sur des produits importés alors que le commerce extérieur est dominé par des produits agricoles essentiellement exportés sous forme brute et les produits miniers (phosphate, clinker, etc.).

De manière générale, les activités commerciales se caractérisent par une faiblesse structurelle qui se reflète dans les principaux indicateurs ci-après : (i) une balance commerciale déficitaire ; (ii) une économie fortement dépendante d'un nombre réduit de produits d'exportation (ciment, clinker, phosphates, coton) ; (iii) une baisse tendancielle de l'exportation de certains produits tels que le café et le cacao ; (iv) la disparition ou la quasi-disparition de certains produits d'exportation (ricin, kapok, coprah, palmiste, karité) en dépit de l'existence d'une demande internationale forte. La faible exploitation des potentialités d'exportation du Togo provient d'une coordination insuffisante entre les structures de réglementation, d'un manque d'informations sur les marchés à l'export, de la faiblesse et de l'irrégularité de la production, ainsi que des problèmes liés à la qualité des produits. L'offre exportable est limitée par le faible volume de la production manufacturière nationale. Les produits manufacturés qui sont généralement exportés sont des produits dérivés de l'agriculture, de la pêche ou des produits de confection textile et ne représentent qu'une faible partie de la production nationale.

Face à ce constat, le Gouvernement s'engage à faire bénéficier au secteur du commerce des actions tendant à sa diversification et à l'exploitation de différentes opportunités offertes sur le plan international. Certains produits à forte potentialité devraient être promus, en particulier les produits exotiques et de contre-saison. Des zones d'exportation non encore explorées devront être également prospectées.

Dans cette perspective, les mesures prioritaires ci-après seront mises en œuvre : (i) la mise en œuvre de la politique commerciale ; (ii) la promotion du commerce intérieur ; (iii) le renforcement des activités de promotion du commerce extérieur ; (iv) le renforcement des activités du Ministère chargé du commerce en fonction de l'objectif de promotion du commerce extérieur ; (v) l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie de développement du commerce ; (vi) la finalisation et la mise en œuvre, avec l'appui des partenaires, du programme cadre intégré d'assistance technique liée au commerce en vue de la promotion de la croissance dans le cadre de la Déclaration de Doha.

¹Rapport économique, financier et social, 2010

De même, le pays s'est impliqué activement dans le Programme de l'Accord de Partenariat Economique pour le Développement (PAPED) qui est une initiative de la région Afrique de l'Ouest (AO) pour répondre à l'objectif de faire de l'Accord de Partenariat Economique (APE) un véritable outil de développement. Le PAPED est fondamentalement axé entre autre sur la diversification et l'accroissement des capacités de production, le développement du commerce intra-régional et la facilitation de l'accès aux marchés internationaux. Dans son programme de développement du commerce, le Togo accorde un grand intérêt pour le renforcement et l'amélioration de sa position de place commerciale de choix et de pays de transit en Afrique de l'ouest. C'est dans cette perspective que le pays tient à servir de centre de relais aux importations et aux exportations des pays voisins et surtout des pays sans littoral. Au delà de cette préoccupation au niveau national, régional et continental, le Togo n'est pas resté en marge du nouveau contexte économique et commercial international.

Dans ce contexte, il apparaît opportun d'investiguer l'offre d'exportation du Togo et de connaître les marchés extérieurs des exportateurs pour des actions promotionnelles à entreprendre dans le futur à travers la mission sur «l'analyse des produits et entreprises à fort potentiels d'exportation».

Le présent rapport provisoire, fruit des différentes investigations (recherches documentaires et enquêtes de terrain) est structuré en trois (3) parties essentielles à savoir :

- ☞ Première partie : Généralités et approche méthodologique;
- ☞ Deuxième partie : Etat des lieux des produits exportables et des entreprises exportatrices ;
- ☞ Troisième partie : Proposition de stratégie de communication sur les dispositions réglementaires et techniques nationales.

**PREMIERE PARTIE : GENERALITES ET APPROCHE
METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE**

1.1. GENERALITES SUR LE TOGO

1.1.1. Présentation générale

Le Togo s'étend sur 56.790 km². Localisé entre le 6^{ème} et le 11^{ème} degré de latitude Nord et entre 0° et 1°40 de longitude Est, le pays est une étroite bande de terre de 600 km de long et disposant de 50 km de côte. Il est limité par le Burkina Faso au Nord, le Golfe de Guinée (Océan Atlantique) au Sud, la République du Bénin à l'Est et le Ghana à l'Ouest.

Le Togo est organisé administrativement en cinq Régions comprenant du Sud vers le Nord : la Région Maritime, la Région des Plateaux, la Région Centrale, la Région de la Kara et la Région des Savanes et la Commune de Lomé. La loi n° 2007-011 du 13 mars 2007 relative à la décentralisation et aux libertés locales a consacré l'autonomie des collectivités locales que sont les régions, les préfectures et les communes.

Le Togo fait partie du domaine intertropical, chaud et humide marqué par deux courants éoliens principaux : la mousson, en provenance du Sud-Ouest porteuse de pluie et les alizés en provenance du Nord-Est qui soufflent durant la saison sèche. Trois zones climatiques étagées du Sud au Nord caractérisent le pays :

- ❖ une zone subéquatoriale (de la côte à la transversale de la 8° latitude Nord) à deux saisons de pluie : avril-juillet et octobre-novembre ;
- ❖ une zone guinéo-soudanienne, zone de transition (du 8° au 10° parallèle) où le caractère bimodal du régime pluviométrique s'estompe avec une saison des pluies de durée variable : avril-octobre ;
- ❖ une zone soudanienne de type semi-aride (au Nord) avec une seule saison des pluies : Mai-Octobre.

Les précipitations moyennes annuelles ont une hauteur de 1 168mm. À l'échelle annuelle, l'évapotranspiration potentielle varie entre 1 500 mm dans la zone montagneuse du sud-ouest et près de 2 000 mm dans le nord ; les deux tiers du sud du pays ont une ETP inférieure à 1 700mm. Du sud vers le nord, les températures moyennes maxima vont de 30°C à Lomé à 34°C à Mango ; inversement, les températures moyennes minima diminuent, passant de 23°C à Lomé à 13°C à Mango². Les moyennes thermiques annuelles respectives dépassent rarement 27°4 C et 28°2 C.

Trois bassins hydrographiques se partagent le territoire national :

- ❖ Au Nord, le bassin des Voltas, par l'intermédiaire du fleuve Oti collectant notamment les eaux du Koumongou, de la Kara, et du Mô ;
- ❖ Au Centre, le bassin du Mono, fleuve le plus long du pays (450 km) ;
- ❖ Au Sud, le groupe des rivières côtières comprenant principalement le Zio et le Haho qui se jettent dans le Lac Togo.

Le Togo présente une grande diversité de formes de reliefs où l'on retrouve le littoral, les plaines, les plateaux, les montagnes et les vallées. La végétation du Togo est composée de savanes et de forêts. Deux bassins sédimentaires encadrent le pays au nord et au sud : un bassin dans la région des savanes (argiles, grès) et un bassin côtier dans la région maritime (sable, calcaire, argile). Entre les deux s'étale un socle cristallin dans la région de la Kara (schistes, micaschistes, quartzites), la région centrale (micaschistes) et la région des plateaux (micaschistes et gneiss qui débordent sur le nord de la région maritime).

Sur le plan démographique, les résultats définitifs du quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH4) établissent la population résidente du Togo à 6.191.155 habitants. Cette population est composée de 3.009.095 hommes (48,6%) contre 3.182.060 femmes (51,4%). Sur l'ensemble du territoire, la population est inégalement répartie. La Région Maritime concentre 42,0% de la population totale (2 599 955 habitants) sur environ

²FAO, Système d'information de la FAO sur l'eau et l'agriculture, 2005

un dixième de la superficie totale du pays. Elle est suivie de la région des Plateaux avec 1 375 165 habitants (22,2%), de la région des Savanes avec 828.224 habitants (13,4%), de la région de la Kara avec 769 940 habitants (12,4%) et de la région Centrale avec 617 871 habitants (10,0%). Cette dernière est la moins peuplée du pays bien que s'étendant sur 23,2% de la superficie du territoire national. Cette occupation inégale des terres constituerait l'un des enjeux majeurs de la politique d'aménagement du territoire.

1.1.2. Situation socio-économique

Globalement, la situation socio-économique depuis 1991 se caractérise par un ralentissement significatif de la croissance, dont le taux annuel moyen au cours des 15 dernières années n'a été que de 1,1%, niveau largement inférieur à l'accroissement naturel de la population estimé à 2,4% par an. La conséquence immédiate est une dégradation des conditions de vie de la population (avec un indice de développement humain qui est passé de 0,499 en 2007 à 0,428 en 2010, PNUD) dont 62% vit en dessous du seuil de pauvreté (Rapport de la Banque mondiale, Septembre 2010).

Le taux de croissance du Produit Intérieur Brut (PIB) a connu une évolution assez stable sur la période 2005-2009 comme le montre le tableau 1 ci-après et est contenu dans une fourchette moyenne de 2,6%. Les estimations arrêtées en septembre 2010 par le Comité PIB donnent un taux de croissance réel de 3,2%³.

Tableau 1: Evolution du Produit Intérieur Brut PIB

Indicateurs	2005	2006	2007	2008	2009
PIB nominal (en milliards de F CFA)	1 113,07	1 160,11	1 212,82	1 418,53	1 490,06
Variation (%)	8,8	4,2	4,5	17,0	5,0
Taux de croissance réel du PIB (%)	1,2	3,9	2,1	2,4	3,2
Taux d'inflation (%)	6,8	2,2	0,9	8,7	1,9
PIB par tête (milliers de F CFA)	213,57	217,38	221,93	253,49	260,03

Source : Ministère de l'Économie et des finances du Togo, Février 2011

La croissance du PIB nominal n'est pas régulière sur toute la période, évoluant en dent de scie du fait des fortes variations du taux d'inflation qui a atteint les 8,7% en 2008 induisant une croissance de 17% du PIB nominal par rapport à 2007. La croissance remarquable du PIB ces dernières années est la résultante des actions conjuguées menées par l'Etat et les acteurs économiques dans tous les secteurs productifs de l'économie togolaise.

L'économie togolaise tire ses ressources de trois secteurs principaux : l'agriculture, le commerce et l'industrie.

1.1.2.1. Secteur Primaire

Le secteur primaire du Togo représente environ 38,4% du PIB (Direction de l'Économie, 2008) et occupe environ 75% de la population active. Il se compose principalement de l'agriculture, de l'élevage, de la sylviculture et de la pêche. Le taux de croissance du secteur est de 7,1% en 2009 contre 3,4% en 2008 (plan d'investissement agricole 2010-2015).

❖ Agriculture

L'agriculture occupe 70% de la population. Elle constitue le secteur moteur de l'économie togolaise compte tenu de sa contribution au Produit Intérieur Brut (PIB), à l'emploi et à l'offre de produits alimentaires. Ainsi, elle représente environ 40% du PIB (moyenne sur la période 1995-2005), fait vivre environ les deux-tiers de la population active. Elle contribue également à plus de 20% aux recettes d'exportation.

³Rapport économique, financier et social, 2010

➤ **Cultures vivrières :**

La superficie occupée par les cultures vivrières est de 842.124 ha, soit 20% de la superficie totale du pays. Les produits vivriers constituent le principal sous-secteur de l'économie du Togo et représentent 69% du Produit Intérieur Brut agricole du pays. Les principales cultures vivrières produites au Togo sont : le maïs, le manioc, l'igname, le mil, le haricot, le fonio, le sorgho, l'arachide et le soja. Il est important de noter que plusieurs cultures vivrières ont vu leurs taux de croissance chuté sous l'effet conjugué de la suspension de l'aide internationale (1993-2007) et des aléas climatiques. Ainsi, le taux moyen annuel de croissance de la production est passé pour le maïs de 8% au cours de la période 1990/91-1997/98 (avant l'arrêt de la coopération internationale) à 2,8% au cours de la période 1998/99-2005/06 (suspension de la coopération internationale). Les cultures vivrières ont malgré tout enregistré une croissance moyenne de 5,5 % sur les cinq dernières années.

➤ **Cultures de rente**

Les productions des cultures de rente sont destinées à l'exportation. Ces cultures sont : le café, le cacao, le coton, le palmier à huile. En dehors du coton dont la culture se pratique sur tout le territoire national, les cultures de rente sont essentiellement cultivées dans le sud du pays. Les cultures de rente contribuent pour 10% au Produit Intérieur Brut agricole. Pour le cacao, la production a connu une chute d'environ 67% au cours des dix dernières années, le café 57% et le coton plus de 70%. Les mécanismes de fonctionnement et d'intervention sur ces marchés ont favorisé les traders par rapport aux producteurs et exportateurs et ont donc découragé les investissements dans le secteur. Quant à la culture du coton, elle a connu de sérieux problèmes relatifs à la gouvernance, à la fourniture des intrants, aux paiements des cotonculteurs et à la chute des cours mondiaux, ce qui a entraîné une baisse très importante de la production.

❖ **Elevage**

L'élevage représente une activité importante du secteur rural au Togo. Il contribue à 13,4% au PIB Agricole et 3% au PIB, et est pratiqué par 75% des agriculteurs. Malgré ses potentialités, le pays connaît un déficit important en produits carnés. Ce déficit de l'ordre de 40% avec une moyenne de consommation de 7 kg de viande et abats par habitants par an s'est aggravé d'année en année du fait de la croissance démographique et de la faible productivité. Le cheptel du pays est actuellement évalué à 302 500 têtes de bovins, 1.583.000 têtes d'ovins, 1.781.000 têtes de caprins, 301 500 têtes de porcins et environ 12.000.000 de volailles.

La production annuelle de viande est estimée à environ 26.000 tonnes, celle des œufs environ 30.000 tonnes. Pour réduire le déficit, le pays est obligé d'importer annuellement 30 000 têtes de bovins, 40.000 têtes de petits ruminants sur pieds et des découpes de viande, de volailles et une quantité importante de lait et de ses produits dérivés.

❖ **Pêche**

Le secteur de la pêche au Togo emploie 22.000 acteurs dont 12.000 femmes marseuses, formatrices et commerçantes. Les besoins de la population en poissons sont estimés à 70.000 tonnes par an avec une consommation d'environ 13 kg/habitant/an alors que la production nationale est de 25.000 tonnes pour la pêche maritime et d'environ 5.000 tonnes pour la pêche fluviale et lagunaire. Le déficit est comblé par les importations d'environ 40.000 tonnes. La longueur de la côte togolaise est de 50 km pour un plateau continental d'environ 1.200 km² dont le potentiel halieutique est faible. Malgré la faible production, le secteur de la pêche joue un rôle important car il demeure la principale source de protéines animales pour la population togolaise. La pêche contribue aussi pour 4% au PIB du secteur primaire et 1,4% au PIB national.

La politique actuelle de la Direction des Pêches et de l'Aquaculture est de promouvoir l'aquaculture qui est l'unique moyen d'augmenter la production halieutique, notamment le poisson afin de

réduire la dépendance étrangère en poisson. Il faut noter que la pêche industrielle n'est pas du tout développée à cause de l'étroitesse de la bande côtière et du faible potentiel halieutique.

❖ Sylviculture

La sylviculture a subi de grands dégâts dus à l'abattage incontrôlé des arbres pour la production du bois de chauffe et du charbon de bois, la reconstitution organisée des forêts n'étant pas assurée.

En 1994, le Programme d'Action Forestier National (PAFN) du Togo a estimé qu'en 1970, la forêt dense couvrait 449.000 hectares et en 1990, elle n'était plus que de 140.000 hectares avec un taux de déboisement de l'ordre de 15.000 ha/an. Cette situation s'est aggravée avec le phénomène des changements climatiques. Au même moment, les savanes productives diminuaient à un rythme de 6000 ha/an et les jachères augmentaient de plus de 22.000 ha / an.

D'une manière globale, l'effort de reboisement peut se résumer ainsi :

- ☞ de 1995 à 2006 : 35.500 ha plantés en essences diverses dont 21.325 ha de plantations privées, scolaires et autres (ODEF, rapport OIBT, 2007) ;
- ☞ de 1970 à 2006 : la superficie totale reboisée (toutes espèces confondues) réalisée par l'ODEF : 13.573 ha;
- ☞ jusqu'en 2007 : les teckéraies d'Etat étaient de 7000 ha alors que les plantations privées, scolaires et autres réalisées présentaient une superficie de 667,7 ha.

Depuis 2009, le Gouvernement a consacré plus de ressources et d'attention au secteur primaire (agriculture). Le Programme National d'Investissement Agricole et de Sécurité Alimentaire (PNIASA) à travers ses projets (PADAT, PASA et WAAPP-C) compte s'appuyer sur des investissements durables permettant de réaliser une croissance annuelle estimée à 6% pour la production agricole, 4,1% pour l'élevage et 4,3% pour la production halieutique.

1.1.2.2. Secteur Secondaire

Le secteur secondaire du Togo a représenté les cinq dernières années 20 % du PIB avec une croissance moyenne de 5,1% par an. Des unités industrielles animent ce secteur (mines, cimenteries, industries agroalimentaires, industrie cotonnière, huilerie, métallurgie, industrie plastique, produits manufacturés). Le secteur minier se résume principalement à l'exploitation du phosphate. Alors que celui-ci représentait 1.374.000 tonnes en 1968, avec un pic de 3.356.000 de tonnes en 1989, il ne représentait plus que 725.000 tonnes en 2009, à une période où les cours du minerai étaient au plus haut. La production est en baisse à cause de la vétusté du matériel de production, la mine n'ayant pas bénéficié des investissements requis pour la maintenance et la rénovation. Cette chute a fait perdre à l'Office Togolais du Phosphate (OTP), actuelle Société Nouvelle des Phosphates du Togo (SNPT), sa place de première entreprise exportatrice du Togo. La bonne tenue des industries extractives, notamment le clinker, dont la production s'est accrue de 14,3 %, a également soutenu la croissance en 2010. En revanche, la rénovation de l'outil de production de la SNPT n'a pas eu d'effets majeurs en 2010. La baisse de la production de phosphate n'a pas été entièrement compensée par la production du clinker, aujourd'hui premier produit d'exportation du Togo. Ce secteur dont la production se situait à 906.000 tonnes en 2008 a connu un pic de 1.507.000 tonnes en 2005. La production de marbre quant à elle, avait été arrêtée il y a quelques années avant d'être reprise en avril 2012 par l'intermédiaire de la société POMA SA.

Une 2^{ème} licence pour l'exploitation du clinker a été attribuée à un second opérateur, le Groupe HEIDELBERG (CIMTOGO) qui permettra à la capacité de production de passer à environ 5 millions de tonne par an. Les réserves de gisement de fer ont été estimées à 500 millions de tonnes. Son exploitation a démarré en 2010 par la Société MM Mining. Le gisement de fer est géographiquement situé dans le centre du pays, à environ 450 km de la capitale. La production devrait atteindre rapidement 1 million de tonnes de minerais par an. Les autres ressources minières reconnues : dolomite et attapulгите, ne sont toujours pas exploitées à ce jour. Il n'existe que très peu d'industries de transformation des produits issus du secteur primaire : arrêt de certaines usines

d'égrainage du coton, disparition d'usines textiles, absence d'unités de conditionnement des produits vivriers et de la pêche. Ces carences reflètent la faible intégration amont-aval.

La filière industrielle manufacturière ne représente que 12% du PIB et n'a de visibilité qu'à travers la zone industrielle. L'estimation de la moyenne du chiffre d'affaires des industries manufacturières au Togo est d'environ 5 milliards alors que la même moyenne dans les principaux pays de la sous-région est de 10 milliards. Il en ressort que ce qui est considéré comme une grande industrie au Togo, ne sera considérée que comme une industrie moyenne au niveau régional. Plus marquant encore, le chiffre d'affaires le plus élevé du secteur industriel au Togo est de 48 milliards, alors que plusieurs industries dans la sous-région ont un chiffre d'affaires qui culmine à 100 milliards (SOFRECO, 2011). Quant aux petites et moyennes industries (PMI) du Togo, elles se font et se défont au gré de la conjoncture. Elles éprouvent d'énormes difficultés en l'absence de soutien et de programmes incitatifs de l'État, et en raison d'un environnement des affaires peu favorables.

Le secteur de l'énergie est entrain de sortir de la crise dans laquelle il se trouvait depuis plusieurs années. Le pays demeure cependant, confronté à des contraintes de coûts de l'énergie.

1.1.2.3. Secteur Tertiaire

Le secteur tertiaire au Togo est très diversifié. Ce secteur qui représente 40% du PIB, est dominé par le commerce de gros et de détail.

❖ Télécommunications

Le secteur des services est en expansion surtout celui des télécommunications qui néanmoins n'a pas d'effet d'entraînement sur l'ensemble de l'économie. Celui-ci ayant raté le virage de la fibre optique, rendant le Togo dépendant de ses pays voisins dans un domaine très stratégique qu'est celui des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) pendant très longtemps. Cependant, il faut souligner l'accès de la fibre optique qui est effectif au cours du mois de mai 2012.

❖ Banques

Les services bancaires, s'ils sont en évolution rapide avec les nombreuses réformes mises en place en matière de systèmes et moyens de paiement par la BCEAO, ont une efficacité limitée avec des délais de transfert très longs associés à des coûts importants. Avec 12 établissements bancaires, 2 établissements financiers, la composition du secteur bancaire au Togo a connu une légère évolution en 2011. En revanche, la restructuration par l'État du Togo des créances en souffrance pour un montant de 88 milliards de Francs CFA, intervenu en fin d'année 2008, a amélioré considérablement la situation financière du système bancaire du Togo, permettant aux banques concernées de transformer les créances visées en titres de créance sur l'État du Togo. Cette restructuration a permis de redynamiser l'offre des banques ainsi que la concurrence sur le marché bancaire. Ainsi, au 31 décembre 2009, l'encours de crédits distribués par les banques s'est accru de 7%, s'établissant à 336 milliards de Francs CFA contre 314 milliards de Francs CFA à la même période de l'exercice précédent contre une stagnation des encours de crédit entre 2007 et 2008. La croissance des ressources collectées a été encore plus marquée. Au 31 décembre 2009, les banques du Togo avaient collectés 544 milliards de Francs CFA de dépôt à vue et à terme contre 465 milliards en 2008, soit près de 17% de plus. Enfin, on peut noter qu'en 2009 et en 2010 les banques au Togo ont procédé à l'augmentation de leur capital, le portant à 5 milliards de Francs CFA conformément aux nouvelles normes édictées par le régulateur en vue de renforcer la solidité du système bancaire de l'UEMOA. Cependant, cette amélioration ne doit pas cacher les limites du système bancaire du Togo dont les plus importantes sont:

- ☞ Le besoin de formation et le renouvellement des ressources humaines ;
- ☞ La faible capacité de financement des investissements ;
- ☞ La faible capacité de financement de l'immobilier ;
- ☞ L'importance du marché de change et de transfert parallèle ;

- ☞ L'importance des risques liés à la manipulation d'espèces ;
- ☞ Les difficultés d'accès de la population aux services bancaires, taux de bancarisation encore faible ;
- ☞ La précarité de l'environnement judiciaire.

Il faut toutefois noter des améliorations au nombre desquelles, on peut citer la nouvelle réglementation fiscale autorisant :

- ☞ les entreprises à déduire de leur résultat fiscal les charges afférentes au paiement en faveur des compagnies d'assurances des primes d'indemnités de fin de carrière ;
- ☞ les banques et établissements financiers à déduire les provisions constituées sur créances douteuses de leur résultat fiscal.

Un autre point positif et non négligeable est le taux de bancarisation (pourcentage de la population active) de 21,6%, du fait de la transformation de la Caisse d'Épargne et de Crédit du Togo en « Banque Populaire », très loin devant la Côte d'Ivoire (10,7%) (SOFRECO, 2011). La faiblesse du niveau des exportations, le déficit chronique de la balance des paiements et le problème de trésorerie des banques constituent un frein considérable au développement futur des investissements privés.

❖ Assurances

Le secteur des Assurances évolue dans un environnement difficile : un marché restreint, une population peu imprégnée de la culture d'assurance avec un faible pouvoir d'achat, le non-respect des obligations d'assurance, le manque de contrôle de ces obligations par les autorités etc. Malgré une croissance continue enregistrée par le secteur au cours de ces trois dernières années et avec un chiffre d'affaires global de 24 273 664 000 Francs CFA en 2009, le marché de l'assurance avec son faible taux de pénétration n'a pas encore atteint sa vitesse de croisière et peine à occuper une place de choix dans l'économie du pays (1,6% du P.I.B.).

Le secteur n'assume pas pleinement son rôle de pourvoyeur de ressources pour le financement de l'économie faute d'une stratégie claire sur le régime des retraites par capitalisation, d'une fiscalité adaptée sur les régimes d'assurance vie et à cause de la faiblesse des émissions au regard des potentialités du marché. Cette faiblesse est due en partie au fait que l'État n'a pas rendu obligatoire la souscription d'un certain nombre d'assurances (Responsabilité Civile des professions libérales, des Entreprises de BTP, des Hôtels et Agences de voyage, R.C. Scolaire, Assurance Dommages à l'ouvrage et R.C. Décennale) et ne contrôle pas suffisamment le respect des assurances déjà rendues obligatoires (Automobile, Transport des marchandises à l'importation). La recapitalisation récente des Compagnies d'assurance avec l'obligation de porter leur Capital Social à un minimum de 1 000 000 000 Francs CFA au lieu de 500 000 000 Francs CFA contribue à renforcer leurs situations financières et par là, leurs capacités de placement de fonds. Cependant, les opportunités d'affaires restent limitées dans l'immédiat pour rentabiliser convenablement ces nouveaux fonds propres à cause principalement, des problèmes évoqués ci-dessus.

❖ Transports

Le réseau routier togolais a une longueur totale de 11 672 km avec une densité de 20,62 km/100 km². Elle qui est l'une des plus élevées de la sous-région Ouest-africaine (SOFRECO, 2011). En revanche, le ratio relatif aux routes revêtues est faible. A partir de la fin des années 2010, des efforts d'investissements sont effectués pour des constructions neuves, surtout dans la capitale et certains chefs lieux régionaux. S'agissant des pistes rurales, il existe encore de nombreuses zones enclavées, y compris des zones à fortes potentialités agricoles. En 2005, le pourcentage du réseau en bon état était respectivement de 33% pour les routes nationales revêtues, 13% pour les routes nationales non-revêtues et de l'ordre de 7% pour la voirie urbaine toutes catégories confondues. Le réseau ferroviaire d'une longueur totale de 493 km, remonte en grande partie à l'époque coloniale: il comprenait quatre (4) lignes. Aujourd'hui, seule la ligne Lomé-Tabligbo est

fonctionnelle. La Société Nationale des Chemins de Fer du Togo qui gérait le réseau ferroviaire est aujourd'hui en cessation de paiement.

Le Togo a deux aéroports internationaux : Lomé et Niamtougou. Le trafic est assuré d'une manière générale par des compagnies étrangères, toutefois, il faut souligner la création et l'opérationnalisation d'une compagnie togolaise SKY aux actionnaires étrangers multiples le 15 janvier 2010. Le trafic portuaire est géré par le Port Autonome de Lomé (PAL), créé en octobre 1967 pour assurer la relève du wharf qui datait de 1904. Il dessert les pays du Sahel, notamment le Burkina Faso, le Niger et le Mali. Tiré par le Port Autonome de Lomé (PAL), le secteur tertiaire a conforté sa place de deuxième contributeur à la croissance.

❖ **Tourisme et les Infrastructures Hôtelières**

L'activité touristique est plus ou moins intense au Togo. On note plusieurs sites touristiques : les parcs naturels, les cascades, les cours d'eau et le lac Togo, les montagnes, les sites culturels et les sites historiques. Le Togo est doté de plusieurs catégories d'établissements en matière d'hôtellerie et de restauration.

1.1.2.4. Secteur Informel

Au Togo, le secteur informel est de deux ordres : (i) celui qui commence depuis les étalages dans les quartiers pour envahir les trottoirs et devantures des boutiques de commerçants régulièrement installés et (ii) celui des entreprises individuelles ou familiales voire des entreprises de taille relativement importante qui exploitent allègrement les failles ou les tolérances du système.

La plupart des animateurs de ce secteur échappent au contrôle fiscal ne payant que des impôts forfaitaires qui ne correspondent pas aux chiffres d'affaires réellement générés. Ces taxes forfaitaires réduites et non proportionnelles avec la réalité de leurs activités font que ces entreprises de l'informel s'affranchissent des règles et les obligations qui s'imposent au secteur formel.

1.1.2.5. Indicateurs de développement économiques et humains

Le niveau général des indicateurs de développement économiques et humains du pays est résumé dans le tableau 2

Tableau 2: Indicateurs de développement économiques et humains

Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD)				
	1990	1995	2000	2009
Objectif 1: Réduire l'extrême pauvreté et la faim				
Ratio emploi-population, 15 +, total (%)	66	65	65	65
Ratio emploi-population, 15-24 ans, total (%)	58	57	55	53
Prévalence de la malnutrition, poids pour l'âge (% des enfants de moins de 5)	21,2	..	23,2	..
Prévalence de la malnutrition (% de la population)	43	36	36	30
Objectif 2: Assurer l'éducation primaire universelle				
Taux d'alphabétisation, les jeunes femmes (% des femmes âgés de 15-24 ans)	64	80
Taux d'alphabétisation des jeunes hommes (% des hommes âgés de 15-24 ans)	84	87
Persistance à la dernière année du primaire, total (% de la cohorte)	69	..
Taux d'achèvement du primaire, total (% du groupe d'âge pertinent)	35	40	63	61
Le total des inscriptions dans le primaire (% net)	63	71	82	85
Objectif 3: Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes				
Proportion de sièges occupés par des femmes dans les parlements nationaux (%)	5	1	5	11
Ratio femmes de scolarisation primaire des hommes (%)	65	68	78	86
Ratio femmes scolarisation dans le secondaire de sexe masculin (%)	34	35	45	53
Ratio femmes à l'inscription au tertiaire mâle (%)	15	15
Proportion de femmes salariées dans le secteur non agricole (% de l'emploi non agricole total)	41,0
Objectif 4: Réduire la mortalité infantile				
Vaccination contre la rougeole (% des enfants âgés de 12-23 mois)	73	53	58	84
Taux de mortalité infantile (pour 1000 naissances vivantes)	89	86	78	64
Le taux de mortalité, moins de 5 ans (pour 1000)	150	142	124	98

Objectif 5: Améliorer la santé maternelle				
Taux de fécondité des adolescentes (naissances pour 1000 femmes âgées de 15-19)	86	64
Naissances assistées par un personnel de santé qualifié (% du total)	31	..	49	..
Prévalence de la contraception (% des femmes de 15-49 ans)	34	..	26	..
Taux de mortalité maternelle (estimation modélisée, pour 100.000 naissances vivantes)	650	550	450	350
Les femmes enceintes recevant des soins prénatals (%)	43	..	73	..
Les besoins non satisfaits de contraception (% des femmes âgées de 15-49 mariées)	32	..
Objectif 6: Combattre le VIH / sida, le paludisme et autres maladies				
Les enfants souffrant de fièvre reçoivent des médicaments antipaludiques (% Des enfants de moins de 5 ans avec fièvre)	60	..
L'utilisation du préservatif, 15-24 ans, femmes (% des femmes âgés de 15-24 ans)	13	..
L'utilisation du préservatif, 15-24 ans, de sexe masculin (% des hommes âgés de 15-24 ans)	37	..
Incidence de la tuberculose (pour 100.000 personnes)	310	340	370	440
Prévalence du VIH chez les femmes (% 15-24 ans)	2.4
Prévalence du VIH, de sexe masculin (âgés de 15-24%)	1
Prévalence du VIH, total (% des 15-49 ans de la population)	0.7	3.0	3.6	3.3
Taux de détection des cas de tuberculose (toutes formes)	11	10	7	10
Objectif 7: Assurer un environnement durable				
Les émissions de CO2 (kg par \$ PPA du PIB)	0.3	0.4	0.4	0.3
Les émissions de CO2 (tonnes métriques par habitant)	0.2	0.2	0.3	0.2
Région de la forêt (% de la superficie)	13	11	9	6
Installations d'assainissement amélioré (% de la population ayant accès)	13	13	12	12
Source d'eau améliorée (% de la population ayant accès)	49	52	55	60
Des aires terrestres protégées (% de la superficie totale)	11,1
Objectif 8: Mettre en place un partenariat mondial pour le développement				
Service de la dette (PPG et FMI uniquement, % des exportations, à l'exclusion envois de fonds des travailleurs)	11	5	5	10
Utilisateurs d'Internet (pour 100 personnes)	0.0	0.0	1.9	5.4
Abonnements mobiles cellulaires (pour 100 personnes)	0	0	1	24
APD nette reçue par habitant (\$ US courants)	66	43	13	51
Les lignes téléphoniques (pour 100 personnes)	0	0	1	2
Autres				
Taux de fécondité, total (naissances par femme)	6.3	5.7	5.1	4.3
RNB par habitant, méthode Atlas (US \$ courants)	390	290	280	440
RNB, méthode Atlas (\$ US courants) (milliards)	1.5	1.3	1.5	2.9
Formation brute de capital (% du PIB)	26,6	16,1	17,8	..
L'espérance de vie à la naissance, total (années)	58	59	60	63
Taux d'alphabétisation des adultes (% des gens âgés de 15 et plus)	53	65
Population, total (en millions)	3.9	4.4	5.2	6.6
Commerce (% du PIB)	78,8	69,8	81,5	104,4

Source: World Development Indicators Database, 2011

1.2. RAPPEL DES TDR

1.2.1. Objectifs et résultats attendus

❖ Objectifs

L'objectif général de la mission du cabinet est d'appuyer le Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé pour disposer des informations sur le potentiel d'exportation et les marchés extérieurs des exportateurs du Togo en vue de la promotion des exportations du pays vers le marché de la CEDEAO, le marché africain et international.

De manière spécifique, il s'agit de :

- ☞ Inventorier et établir un fichier des produits exportables ;
- ☞ Inventorier et établir un fichier des entreprises exportatrices ;
- ☞ Identifier le potentiel exportable en quantité ou en volume pour chaque produit et service ;
- ☞ Cerner l'évolution des marchés des produits de base du secteur privé ;

- ☞ Déterminer les niches de marchés et des potentiels d'exportation pour un groupe de produits ;
- ☞ Répertorier les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation ;
- ☞ Elaborer une stratégie de communication pour vulgariser les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation.

❖ Résultats attendus

Les résultats attendus de l'intervention du cabinet sont :

- ☞ un inventaire et un fichier des produits exportables sont établis;
- ☞ un inventaire et un fichier des entreprises exportatrices sont disponibles;
- ☞ le potentiel exportable en quantité ou en volume pour chaque produit et service est déterminé;
- ☞ l'évolution des marchés des produits de base du secteur privé est connue;
- ☞ des niches de marchés et des potentiels d'exportation pour un groupe de produits sont spécifiés;
- ☞ les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation sont répertoriées;
- ☞ une stratégie de communication pour vulgariser les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation est élaborée.

1.2.2. Tâches du Consultant

Le cabinet est appelé à exécuter les tâches ci-après :

- ☞ Faire l'état des lieux des produits exportables et des entreprises exportatrices ;
- ☞ établir un fichier des produits exportables et un fichier pour les entreprises exportatrices ;
- ☞ identifier le potentiel exportable en quantité ou en volume pour chaque produit et service ;
- ☞ organiser des rencontres sectorielles afin d'échanger avec le secteur privé sur l'évolution des produits de base ;
- ☞ identifier et informer sur l'existence des niches de marchés et des potentiels d'exportation pour un groupe de produits ;
- ☞ élaborer une stratégie de communication pour vulgariser davantage les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation ;
- ☞ produire des rapports appropriés.

1.3. METHODOLOGIE UTILISEE

L'approche méthodologique adoptée dans le cadre de cette mission est axée essentiellement sur les revues documentaires et les techniques/outils des approches qualitative et quantitative. Elle a permis l'obtention de deux sources de données : données primaires et secondaires. L'étude a été réalisée en plusieurs étapes successives et interdépendantes.

1.3.1. Préliminaires à la mission de terrain

Elles ont consisté à :

- ❖ **Réunion de cadrage**, qui a regroupé le consultant et les responsables commanditaires (Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé et du Projet d'Aide à l'Intégration Régionale et au Partenariat Economique International AIRPEC) en vue d'une harmonisation des points de vue du contenu des TdR ;

- ❖ **Elaboration des outils** de collecte des données (fiche technique ou questionnaire et guide d'entretien semi-structurée) (Annexe 2);
- ❖ **Pré-enquête** qui a consisté à la collecte des listes des entreprises/industries exportatrices au Togo disponible auprès des Chambres Régionales d'Agriculture, de la Direction du commerce extérieur, de la Direction du Conditionnement et de Métrologie Légale, de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo (CCIT), de la Société d'Administration de la Zone Franche du Togo (SAZOF), de la Direction Générale de la Douane Togolaise.
- ❖ **Elaboration d'une base de sondage** (liste provisoire des entreprises exportatrices) qui a servi à la collecte des informations sur le terrain

1.3.2. Collecte des données de terrain

Cette étape a permis au Consultant de disposer des informations primaires et secondaires devant servir à l'élaboration du rapport.

1.3.2.1. Techniques et outils de collecte des données

Les outils et techniques de collecte des données utilisés lors de la collecte des données sont les suivants :

- ❖ **Revue documentaire** : elle a consisté à la collecte, l'analyse et à la synthèse des documents, ouvrages, rapports d'étude, base de données statistiques disponibles. Elle s'est faite auprès du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé et de la Coordination du projet AIRPEC, du Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche (MAEP)/Chambres Régionales, de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo, de la Direction des Douanes etc. Aussi, l'internet a-t-il été mis à contribution.
- ❖ **Enquête auprès des entreprises**: elle a consisté à la collecte des données auprès des entreprises/industries exportatrices recensées. Elle s'est effectuée à l'aide d'une fiche technique ou questionnaire comportant plusieurs sections. Ainsi, l'enquête a permis de travailler avec une centaine d'entreprises/industries tout secteur confondu.
- ❖ **Focus group ou groupe de discussion** : elle a permis à l'aide d'un guide d'entretien de groupe d'obtenir des informations auprès des Faïtières des Organisations Paysannes (FUPROCAT, CPC.)
- ❖ **Entretien avec les acteurs institutionnels** : cette technique a permis d'avoir des entretiens plus approfondis avec les responsables de certaines institutions comme:
 - ☞ Direction du Commerce Extérieur ;
 - ☞ Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo;
 - ☞ Sociétés d'Administration de la Zone Franche du Togo (SAZOF);
 - ☞ Association des Grands Entrepreneurs du Togo (AGET);
 - ☞ Conseil National du Patronat (CNP);
 - ☞ Direction Générale de la Douane;
 - ☞ Direction Générale de la Statistique et de la Comptabilité Nationale(DGSCN) ;
 - ☞ Ministère du Commerce et de la promotion du Secteur Privé ;
 - ☞ Comité de Coordination de la Filière Café-Cacao (CCFCC);
 - ☞ Direction du Conditionnement et de Métrologie Légale (DCML).

1.3.2.2. Enquête proprement dite

❖ Formation des enquêteurs pour la collecte des données

Cette formation a permis aux agents de collecte des données de se familiariser avec les outils et de comprendre le contenu des TdR. Cette formation a également permis de faire un test de simulation

avec les agents de collecte. En outre, à la fin de la journée de formation, le plan de déploiement des enquêteurs a été présenté.

❖ **Stratégie de collecte des informations auprès des entreprises**

Les enquêteurs ont été subdivisés en six (6) groupes répartis sur l'ensemble du territoire national à raison d'un groupe par région économique et un autre pour Lomé Commune et la préfecture du Golfe. Etant donné qu'une grande partie des entreprises/industries exportatrices sont basées à Lomé, l'équipe de Lomé commune est composée de 08 enquêteurs alors que celles des autres régions étaient de 3 personnes. L'enquête s'est déroulée simultanément sur l'ensemble du territoire national. La liste des personnes rencontrées est en annexe 3.

1.3.2.3. Dépouillement, traitement et analyse des données collectées

Le dépouillement des outils de collecte, la compilation et les traitements des données sont faits à l'aide d'EXCEL en fonction de la synthèse des informations recherchées sur les produits et les entreprises. Quant au dépouillement des guides d'entretien la compilation et les traitements des données sont faits manuellement.

Par ailleurs, l'analyse de l'offre d'exportation a été complétée par un ensemble d'indicateurs quantitatifs du commerce extérieur, fournis par le ITC (International Trade Center ; Trade Map⁴). Ces indicateurs ont permis d'affiner l'analyse de la performance des exportations togolaises en termes de valeurs, de tendances, de l'évolution des parts de marchés, de la situation de la concurrence et de possibilités de diversification de marchés pour une catégorie de produits, à l'échelle mondiale et régionale.

1.3.3. Rédaction des rapports et restitution

1.3.3.1. Elaboration du rapport provisoire

Les résultats des enquêtes qualitatives et quantitatives avec les groupes cibles susmentionnés et l'exploitation de la documentation disponible sont présentés sous une forme adaptée et compréhensible pour tous. Ils ont servi à la rédaction du rapport provisoire.

1.3.3.2. Elaboration du rapport définitif (PM)

L'objectif est de disposer d'un document finalisé. Il s'agit de faire la correction du rapport provisoire soumis aux commanditaires tout en intégrant les observations, propositions et en tenant compte des recommandations de l'atelier de validation.

1.3.3.3. Atelier de restitution

Elle a consisté à apprécier, adopter et finaliser le document provisoire à une séance de restitution où étaient présents les commanditaires et les représentants des différentes institutions étatiques, des structures du commerce et d'industrie, des entreprises/industries d'exportation du Togo, les organisations interprofessionnelles ciblés lors de l'étude.

1.3.4. Difficultés rencontrées

Durant la phase de collecte des données, l'équipe des consultants ont rencontré de majeures difficultés dont :

- ☞ inaccessibilité de certaines entreprises identifiées et cessation d'activités pour d'autres (Liste en annexe 4);
- ☞ réticence de certaines entreprises à fournir les informations demandées ;
- ☞ refus catégorique de certaines entreprises pour les entretiens.

⁴ <http://www.trademap.org/du> 25 avril 2012

**DEUXIEME PARTIE : ETAT DES LIEUX DES PRODUITS
EXPORTABLES ET DES ENTREPRISES EXPORTATRICES**

2.1. ACCORDS COMMERCIAUX

Comme les autres pays du monde, le Togo s'engage dans les négociations commerciales et des accords commerciaux aux niveaux mondial, régional et sous-régional. En effet, au delà du processus multilatéral, impulsé par l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), le pays est engagé dans des négociations complémentaires qui structurent la libéralisation du commerce à trois niveaux interdépendants: (i) dans le cadre de la réforme du régime commercial ACP-UE et de la préparation de l'Accord de Partenariat Economique (APE), (ii) dans le cadre de la création au sein de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), de la zone de libre échange et de l'Union douanière et enfin (iii) dans le cadre de la mise en œuvre de l'Union douanière au sein de l'espace de l'Union Economique Monétaire Ouest Africaine (UEMOA).

2.1.1. Accords internationaux ratifiés par le Togo

❖ Accords multilatéraux de l'OMC

Le Togo est devenu Membre de l'OMC depuis le 31 mai 1995 après avoir signé, dans le contexte du cycle d'Uruguay, l'Acte final le 19 août 1994 à Genève et ratifié l'Accord de Marrakech instituant l'OMC. Selon l'engagement unique, le Togo est partie à tous les accords commerciaux multilatéraux, à savoir l'Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce (GATT) et ses accords connexes.

❖ Togo partie des pays bénéficiaires du Système Généralisé de Préférences (SGP)

Le Togo fait partie des pays bénéficiaires du Système Généralisé de Préférences (SGP). C'est un programme institué dans le cadre de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED, New Delhi en 1968) permettant à certains produits originaires de pays en voie de développement de bénéficier de taux réduits ou nuls par rapport au taux NPF (Nations la Plus Favorisée) sur les marchés des pays industrialisés. Le Togo bénéficie ainsi, d'un schéma de préférence avec les régions et pays suivants : les pays de l'Union Européenne, les Etats-Unis, le Canada, l'Australie, le Japon, la Suisse, la Nouvelle Zélande, la Norvège, la Russie, la Turquie, la Biélorussie et la Bulgarie.

❖ Togo partie d'ACP-UE et Accords de partenariats économiques (APE)

Il s'agit des Pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP) auxquels l'Union Européenne (UE) accorde des préférences. Le Togo, pays ACP et PMA, bénéficie des Accords Préférentiels et non réciproques, ce qui permet à ses produits d'accéder au marché de l'UE. Conformément à l'Accord de Cotonou dont le Togo est signataire, c'est la CEDEAO qui est mandatée pour négocier les Accords de partenariats économiques (APE). L'Accord de Partenariat Economique (APE) entre l'Union Européenne et l'Afrique de l'Ouest vise à créer un espace économique privilégié entre les deux partenaires dans lequel l'essentiel des échanges commerciaux seront libéralisés conformément à l'article XXIV de l'Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce (GATT). Il s'agit en effet d'un accord commercial pro-développement qui porte sur une libéralisation asymétrique entre les deux partenaires avec la possibilité pour la région de l'Afrique de l'Ouest d'exclure de la libéralisation les produits sensibles, pendant que l'U.E. ouvre son marché entièrement.

❖ Togo admis à l'AGOA

Le Togo a été admis à l'African Growth Opportunity Act (AGOA) le 17 avril 2008. L'AGOA est une loi américaine datant de 2000 sur la croissance et les opportunités économiques en Afrique permettant aux pays déclarés éligibles de voir une partie des marchandises qu'ils fabriquent d'être exonérée de taxes à leur arrivée sur le territoire américain.

2.1.2. Accords régionaux

Sur le plan régional, le Togo fait partie des pays de l'Afrique de l'Ouest et du Centre, signataires du Code CIMA qui régit les activités d'assurance dans les pays membres, de l'OHADA (Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires) et de l'OAPI (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle).

❖ Code des assurances CIMA

Le 10 juillet 1992, les États membres de la Zone Franc signaient à Yaoundé un Traité instituant une organisation intégrée de l'Industrie des Assurances dans les États africains. La Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances (CIMA), qui se substitue à l'ancienne CICA (Conférence Internationale des Contrôles d'Assurances), constitue l'organisme communautaire auquel le Togo est partie. La CIMA⁵ a adopté le 15 décembre 1995 le « Code des assurances CIMA » en matière d'assurance qui a unifié la réglementation relative aux entreprises et aux opérations d'assurance au sein des États membres. Ce code se substitue aux lois nationales anciennes, éparses et inadaptées, résultant pour l'essentiel de la transposition des lois françaises d'avant 1960.

La réglementation régionale porte à la fois sur les contrats d'assurances, les méthodes d'indemnisation des victimes d'accidents automobiles avec un barème indemnitaire, le fonctionnement des sociétés, les obligations incombant aux agents généraux et aux courtiers. Elle renforce le pouvoir de contrôle des États et en confie l'exercice à la CIMA.

❖ Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA)

Le Traité de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA⁶) a été adopté le 17 octobre 1993 à Port Louis (Ile Maurice). Cette organisation contribue à améliorer la sécurité juridique et judiciaire en Afrique Subsaharienne.

Par les Actes Uniformes adoptés le 15 décembre 2010 à Lomé et applicables simultanément dans les États membres, elle procède à l'harmonisation des législations nationales du droit des affaires et particulièrement dans les domaines suivants:

- ☞ Droit commercial général ;
- ☞ Droit des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique ;
- ☞ Droit des sûretés ;
- ☞ Procédures simplifiées de recouvrement et des voies d'exécution ;
- ☞ Procédure collective d'apurement du passif ;
- ☞ Droit de l'arbitrage ;
- ☞ L'organisation et l'harmonisation de la comptabilité des entreprises ;
- ☞ Les contrats de transport de marchandises par route.

❖ Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI)

L'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI⁷) a été instituée par l'Accord de Bangui du 2 mars 1977. A la suite de la signature de l'Accord de Bangui révisé le 24 février 1999, le Togo a ratifié ce dernier le 29 novembre 2001. L'organisation met en place une législation uniforme en matière de propriété intellectuelle incluant notamment les brevets d'invention, les marques de produits ou de services, les dessins ou modèles industriels ou bien encore les noms commerciaux.

⁵ Pays membres de la CIMA: Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée Equatoriale, Niger, Mali, République Centrafricaine, Sénégal, Tchad, Togo.

⁶ Pays OHADA : Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Comores, Congo (Brazzaville), Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée, Guinée Bissau, Guinée Equatoriale, Niger, Mali, République Centrafricaine, Sénégal, Tchad, Togo. A noter que la République Démocratique du Congo est en phase d'adhésion au Traité OHADA.

⁷ Pays de l'OAPI: Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Gabon, Guinée, Guinée Bissau, Guinée Equatoriale, Mauritanie, Niger, Mali, République Centrafricaine, Sénégal, Tchad, Togo.

2.1.3. Accords sous-régionaux

Le Togo est inséré au niveau sous-régional dans deux espaces d'intégration économique : l'UEMOA et la CEDEAO. Ces deux organisations, sont engagées dans un processus d'harmonisation de leurs politiques tarifaires (extension du Tarif Extérieur Commun) dans la perspective de la création d'une union douanière et d'une zone de libre-échange.

❖ UEMOA

Le Traité de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) signé le 10 janvier 1994 fixe à l'Union l'objectif général d'instituer un marché commun. Pour ce faire, la politique commerciale s'est vue édicter les objectifs spécifiques suivants (cf. Art.76 du Traité) :

- ☞ Eliminer les barrières tarifaires et non tarifaires et toutes les taxes et mesures d'effet équivalent sur les échanges entre les pays membres, sous réserve du respect des règles d'origine de l'Union ;
- ☞ Etablir un Tarif Extérieur Commun (TEC) ;
- ☞ Instituer des règles communes de concurrence ;
- ☞ Instituer la libre circulation des personnes, des biens, des services et des capitaux et le droit d'établissement ;
- ☞ Mettre en place un système de normes harmonisées ainsi que des procédures de certification et de contrôle de qualité.

Dans ce cadre, l'UEMOA a pris des mesures réglementaires relatives non seulement à des échanges extracommunautaires avec le Tarif Extérieur Commun (TEC) mais aussi les échanges intra-communautaires avec la Taxe Préférentielle Communautaire (TPC). Il s'agit donc pour l'union de réaliser une Union douanière avec à l'intérieur de l'Union une zone de libre échange et à l'extérieur une frontière douanière commune.

Le TEC a été adopté par le règlement n°02/97/CM/UEMOA. Il est appliqué aux pays tiers depuis le 1^{er} janvier 2000. La dernière révision de la nomenclature tarifaire et statistique du TEC a été faite par le règlement n°17/2006/CM/UEMOA portant modification de l'annexe du règlement N° 23/2002/CM/UEMOA du 18 novembre 2002 portant amendement de la nomenclature tarifaire et statistique du Tarif Extérieur Commun. Les taux de droits de douanes inscrits au TEC sont fixés selon 4 catégories allant de 0 à 3. Chaque catégorie correspondant à une liste de marchandises précise arrêtée par voie de règlement du Conseil des Ministres (Catégorie 0 : 0% ; catégorie 1 : 5% ; catégorie 2 : 10% ; catégorie 3 : 20%) (Articles 6 et 7 du règlement n° 02/97/CM/UEMOA).

Dans la nomenclature tarifaire et statistique du Tarif Extérieur Commun (TEC) de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA), les produits suivants sont classés dans les quatre catégories :

- ☞ **Catégorie 0** : ce sont des biens sociaux relevant d'une liste limitative ;
- ☞ **Catégorie 1** : ce sont des biens de première nécessité (matières premières de base, biens d'équipement, intrants spécifiques);
- ☞ **Catégorie 2** : ce sont des produits intermédiaires c'est-à-dire des produits ayant subi un début de transformation et nécessitant un apprêt avant tout usage ;
- ☞ **Catégorie 3** : regroupe les biens de consommation finale et les autres produits non repris ailleurs.

Quant aux échanges intra-communautaires, ils sont essentiellement régis par l'acte additionnel n° 04/96 du 10 mai 1996 instituant un régime tarifaire préférentiel transitoire des échanges au sein de l'UEMOA (modifié par l'acte additionnel n° 01/97 du 23 juin 1997 et par l'acte additionnel n° 04/98) et le protocole additionnel n° III/2001 instituant les règles d'origine des produits de l'UEMOA.

❖ CEDEAO

La CEDEAO qui est créée en 1975, vise l'établissement d'une Union douanière entre ses quinze (15) Etats membres. Cette Union douanière serait naturellement caractérisée par la suppression totale des droits de douane et de toute taxe d'effet équivalent à l'occasion de l'importation de produits originaires de la Communauté dans un Etat membre. La même disposition vaut pour les barrières non tarifaires telles que les restrictions quantitatives, les interdictions de nature contingente et autres obstacles administratifs au commerce entre les Etats membres. Ainsi, les Etats de la Communauté devaient réduire puis éliminer les droits d'entrée et autres taxes d'effet équivalent perçus à l'importation de produits admis au bénéfice du tarif préférentiel communautaire. Il s'agit ici des produits industriels, de ceux du cru et de l'artisanat traditionnel ne faisant pas l'objet d'agrément ni de compensation pour pertes de recettes. Le régime tarifaire préférentiel ainsi instauré doit progressivement tendre vers la création d'une zone de libre échange à l'intérieur de la Communauté.

Tout comme dans l'UEMOA, l'union douanière de la CEDEAO se compose également d'un marché unique à l'intérieur où prévaut le principe de la zone de libre échange et d'un tarif extérieur commun appliqué aux frontières du territoire douanier unifié de la Communauté.

Au plan du régime des échanges à l'intérieur de l'espace CEDEAO, conformément aux dispositions du Traité, un schéma de libéralisation des échanges à l'intérieur de la Communauté a été adopté dès le début des années 80. Ce schéma de libéralisation des échanges commerciaux prévoit pour les produits du cru et de l'artisanat traditionnel :

- ☞ l'exonération totale des droits et taxes à l'importation/exportation ;
- ☞ la libre circulation sans aucune restriction quantitative ;
- ☞ la non compensation des moins-values des recettes douanières.

Quant au régime des échanges commerciaux aux frontières de l'espace CEDEAO, il est toujours caractérisé par la mise en place d'un Tarif Extérieur Commun, de politiques commerciales et de la concurrence commune vis-à-vis des pays tiers. En effet, la CEDEAO s'achemine vers la réalisation d'une union douanière en se fondant sur le TEC UEMOA basé sur quatre taux. Le 36^{ème} sommet des Chefs d'Etat et de Gouvernement de la CEDEAO tenu en juin 2009 a décidé d'ajouter une cinquième bande avec un taux de 35%.

2.1.4. Autres engagements : Mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS)

En matière de SPS, le Togo est partie des engagements internationaux à savoir :

- ☞ la Convention internationale de la protection des végétaux de la FAO;
- ☞ la Convention phytosanitaire interafricaine de l'OUA;
- ☞ le Code international de conduite pour la distribution et l'utilisation des pesticides de la FAO;
- ☞ le Codex Alimentarius de la FAO et de l'OMS.

2.2. CADRES INSTITUTIONNEL, POLITIQUE, LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE DE L'EXPORTATION AU TOGO

2.2.1. Cadre institutionnel en matière de commerce extérieur

Le cadre institutionnel en matière de commerce extérieur se compose de structures administratives, de structures d'appui et des organisations professionnelles ayant pour mission de promouvoir le commerce extérieur.

❖ Structures administratives chargées de promouvoir le commerce

Le commerce extérieur du Togo est sous la tutelle du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé. Au sein dudit Ministère, la promotion du commerce extérieur est dévolue à la

Direction du Commerce Extérieur (DCE). Le tableau 3 rappelle les différentes divisions et sections de la DCE et leurs attributions.

Tableau 3 : Présentation des attributions des divisions et sections de la direction du commerce extérieur

Division	Attributions
Division Administrative et Financière	Elle s'occupe de la gestion administrative du personnel de la direction : <ul style="list-style-type: none"> ▪ étudie, propose et met en œuvre le plan de formation du personnel. ▪ propose des méthodes de nature à améliorer la qualité du travail administratif ▪ fait le suivi de la carrière du personnel ▪ veille à la mise à disposition des fiches d'autorisation d'absence et des formulaires de demande de congé administratif. ▪ tient à jour le répertoire du personnel. ▪ renseigne le personnel sur les dispositions administratives en vigueur. ▪ veille à la ponctualité du personnel et propose au supérieur hiérarchique des mesures disciplinaires à prendre en cas de défaillance.
	Elle a pour mission la gestion comptable des fournitures, des biens meubles et immeubles de la Direction : <ul style="list-style-type: none"> ▪ recense les besoins en matériel du personnel et gère le parc auto. ▪ achète, tient et répartit le stock de matériel et de fournitures de bureau. ▪ recherche et tient les bulletins de paye. ▪ participe à l'élaboration de l'avant projet des budgets ▪ tient à jour la comptabilité matière
	Elle a pour la mission : <ul style="list-style-type: none"> ▪ la réception, l'enregistrement et la gestion des courriers, arrivée et départ ▪ la saisie informatique, du traitement de textes et de la reprographie des documents. ▪ Renseignement des usagers pour le suivi de leurs dossiers. ▪ la conservation et la gestion des documents administratifs, notamment les journaux officiels, la presse et l'ampliation des actes établis ou préparés à la Direction (arrêté, décisions, note de service...)
Division de la Promotion des échanges et relations internationales	Elle : <ul style="list-style-type: none"> ▪ organise les études de marchés. ▪ collecte, traite et diffuse les informations relatives au commerce extérieur (possibilités d'accès aux marchés), en collaboration avec les missions commerciales à l'étranger. ▪ est chargée de l'organisation et de la participation du Togo aux foires et manifestations commerciales. ▪ participe à la conception et à la mise en œuvre des mesures d'incitation à la production nationale pour l'exportation.
	Elle : <ul style="list-style-type: none"> ▪ contribue à la préparation des négociations des accords économiques et commerciaux sous-régionaux et régionaux. ▪ est chargée du suivi et de la mise en œuvre des règlements et autres instruments communautaires ▪ est chargée de la mise en œuvre des mesures susceptibles d'adapter la politique commerciale et le cadre réglementaire du pays aux exigences du marché communautaire. ▪ participe aux travaux communautaires en relation avec les échanges commerciaux
	Elle : <ul style="list-style-type: none"> ▪ est chargée de la préparation des négociations commerciales bilatérales dans le cadre des commissions mixtes ▪ collecte, centralise et veille à la mise en œuvre des accords bilatéraux signés par le Togo ▪ propose des révisions des accords commerciaux dans le cadre des commissions mixtes. ▪ est chargée de la mise en œuvre des mesures susceptibles d'adapter la politique commerciale et le cadre réglementaire du pays aux exigences du commerce international ▪ veille à la ratification des accords et traités multilatéraux signés par le Togo en matière de commerce.
(Division Import Export et Statistique)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ chargée du suivi des relations commerciales extérieures et des importations et exportations ▪ fait des recherches sur les secteurs porteurs de croissance. ▪ gère le centre de référence OMC.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ établit les documents d'importateur-Exportateur ▪ gère les fichiers des opérateurs économiques ▪ procède à l'inspection et au contrôle de marchandises destinées à l'exportation ▪ délivre les certificats d'origine et autres documents. ▪ collecte les données statistiques sur le commerce extérieur. ▪ élabore les fiches statistiques et les tient à jour. ▪ établit la balance commerciale.

Source : Direction du Commerce Extérieure, 2012

En dehors de la Direction du Commerce Extérieur du MCPSP, il y a d'autres structures administratives intervenant dans la promotion du commerce dont :

- ☞ la Direction du Conditionnement et de la Métrologie Légale (DCML) ;
- ☞ la Direction de la Promotion du Secteur Privé (DPSP) ;
- ☞ le Centre Togolais des Expositions et Foires de Lomé (CETEF Lomé) ;
- ☞ l'Institut National de la Propriété Industrielle et de la Technologie (INPIT).

Par ailleurs, il y a le Conseil Supérieur de Normalisation (CSN) qui est un organe interministériel chargé de définir, pour le compte de l'Etat, une politique générale de la normalisation et du contrôle de la qualité et de veiller à son application. Le CSN est composé de 23 membres issus du secteur public, du secteur privé et de la société civile.

❖ **Structures d'appui et Organisations professionnelles**

Il existe également des structures d'appui et des organisations professionnelles qui facilitent le commerce extérieur. Il s'agit :

- ☞ du Comité de Coordination pour les Filières Café Cacao (CCFCC) ;
- ☞ du Conseil des Exportateurs de Café et Cacao (CECC) ;
- ☞ la Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo (CCIT) ;
- ☞ le Conseil National du Patronat (CNP) ;
- ☞ le Conseil National des Chargeurs Togolais (CNCT) ;
- ☞ la Société Aéroportuaire de Lomé Tokoin (SALT) ;
- ☞ la Société d'Administration de la Zone Franche du Togo (SAZOF) ;
- ☞ de l'Association des Sociétés de la Zone Franche (ASOZOF) ;
- ☞ l'Association des Grandes Entreprises du Togo (AGET) ;
- ☞ le Port Autonome de Lomé (PAL).

2.2.2. Cadre de la Politique Nationale de Développement du Commerce du Togo

❖ **Vision, Objectifs et Axes stratégiques**

En matière de développement du commerce ; le Togo vient d'adopter en avril 2012 sa politique nationale. Cette politique compte positionner le Togo comme un pays de transit et de réexportations. Cette politique a pour vision de développer un système commercial performant, contribuant de façon significative à la réduction de la pauvreté et apportant un appui compétitif aux secteurs porteurs de croissance de l'économie togolaise à l'horizon 2030.

L'objectif général poursuivi dans le cadre de cette vision est de mettre en place un dispositif juridique, institutionnel et opérationnel permettant aux activités de distribution, d'importation et d'exportation de répondre aux besoins des consommateurs et de contribuer à la compétitivité des entreprises et à la réduction de la pauvreté.

La politique nationale de commerce répond aux objectifs spécifiques suivants:

1. Assurer un approvisionnement régulier du marché intérieur en produits de grande consommation et veiller à éviter tout emballement des prix grâce à une concurrence saine ;
2. Diversifier les exportations du Togo par la combinaison de nouveaux couples (produits/marchés) et veiller à l'optimisation des filières d'exportation existantes ;
3. Optimiser l'approvisionnement local et international de l'économie togolaise et contribuer à la compétitivité des entreprises ;
4. Promouvoir les entrepreneurs du secteur commercial en les dotant d'outils et de techniques modernes du commerce international ;

5. Appuyer les autres secteurs de l'économie (agriculture, industrie et services) en leur apportant une valeur ajoutée dans la commercialisation de leurs produits et services.

La vision, évoquée plus haut, s'appuie sur des piliers et axes stratégiques présentés par la figure 1

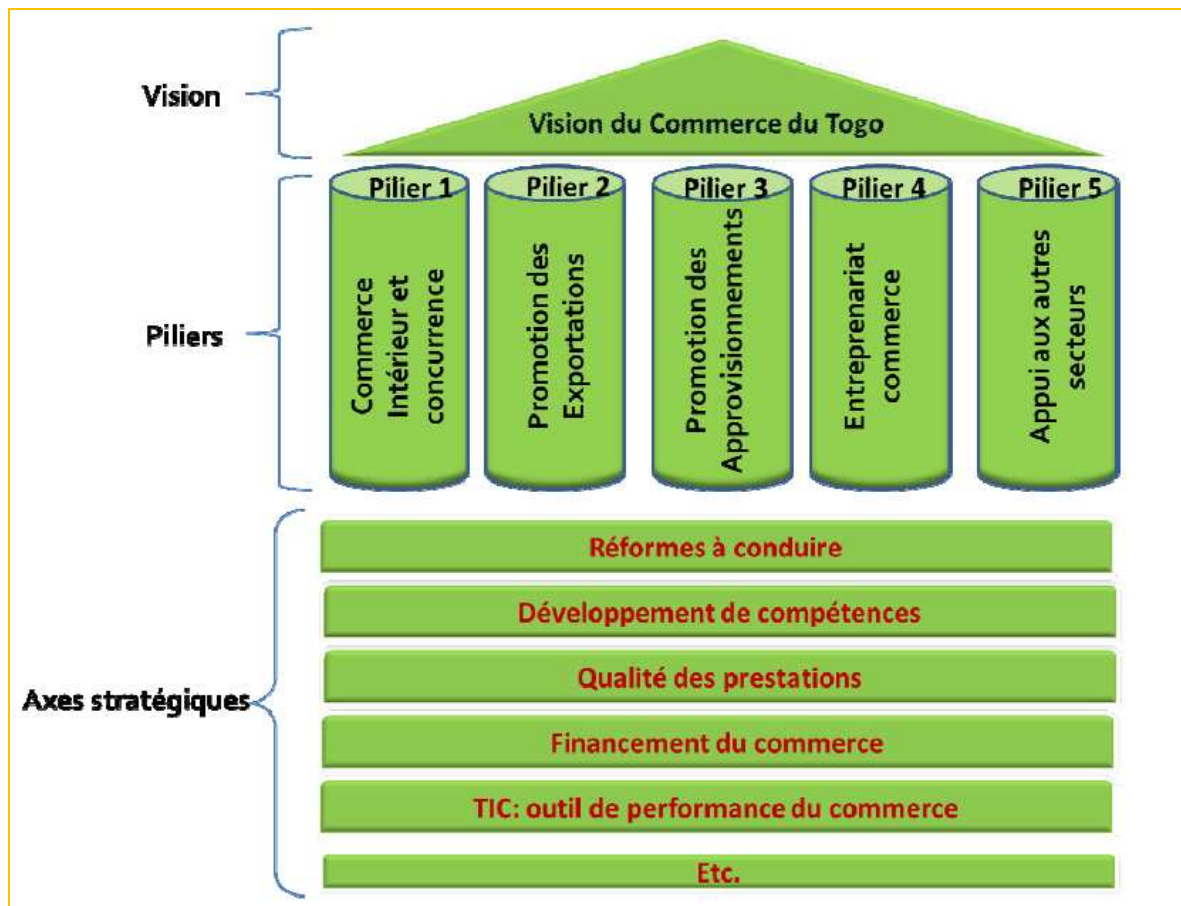


Figure 1: Piliers et axes stratégiques de la politique commerciale du Togo⁸

❖ Exportations dans le document de politique

Le document de Politique Nationale de Développement du Commerce du Togo a mis un accent particulier sur la promotion des exportations au niveau des axes 1, 4 et 5. Les objectifs spécifiques des différents piliers sont très illustratifs :

- ☞ Instituer un mécanisme de coordination de tous les services publics à la promotion des exportations ;
- ☞ Redynamiser le Comité National de Négociations Commerciales ;
- ☞ Promouvoir le financement des Exportations ;
- ☞ Fournir des informations sur les marchés intérieurs et extérieurs.

2.2.3. Cadre législatif et réglementaire de l'exportation

En dehors des accords et traités auxquels le Togo est partie, le commerce et l'initiative privée dans le pays sont réglementés par différents textes dont les principaux sont: des textes relatifs au processus de désengagement de l'Etat, le Code des Douanes et des impôts, le Code des Investissements et la loi sur la concurrence.

• Réformes des entreprises publiques

Pour accroître le potentiel de croissance de l'économie nationale, le Gouvernement togolais a engagé depuis le début des années 1980 la réforme du secteur des entreprises publiques, par la

⁸ Source : Rapport de politique nationale de développement du commerce au Togo ; 2012

réforme de leur cadre juridique et institutionnel, ainsi que le désengagement de l'Etat du secteur productif au profit des opérateurs privés nationaux et internationaux. Les opérations de dissolution et de liquidation d'entreprises publiques demeurent régies par la loi n° 90-26 du 4 décembre 1990 portant Réforme du Cadre Institutionnel et Juridique des Entreprises Publiques et du décret n°91-197 du 16 Août 1991 pris pour application de la loi n°90-26 du 04 Décembre 1990 portant réforme du cadre institutionnel et juridique des entreprises publiques. Les modalités du désengagement de l'Etat sont quant à elles fixées par l'ordonnance n° 94-002 du 10 juin 1994 portant désengagement de l'Etat et d'autres personnes morales de droit public des entreprises publiques et le décret n° 94-038 du 10 juin 1994. L'ordonnance n° 94-002 du 10 juin 1994 a institué une Commission de Privatisation.

- **Code des Investissements**

Introduit en 1965 dans le système économique du Togo, par la loi n° 65/10 du 21 juillet 1965, le code des investissements constitue sur le plan juridique, fiscal et financier, un instrument privilégié de promotion des investissements dans les domaines industriel, agricole, artisanal, touristique et dans les activités d'utilité publique. Il met en rapport les agents économiques suivants : l'Etat à travers les administrations et le secteur privé à travers les opérations économiques. Les investissements au Togo sont régis par un code introduit depuis 1965, et qui a connu plusieurs améliorations successives. Dans le souci d'adapter ces dispositions aux réalités de l'entreprise, cette loi a connu plusieurs améliorations successives au cours du temps notamment en :

- ☞ 1973 par l'ordonnance n° 2 du 10 janvier 1973 ;
- ☞ 1985 par la loi n° 85/03 du 29 janvier 1985 portant code des investissements et la loi n° 85/02 du 29 janvier 1985 portant charte des entreprises ;
- ☞ 1989 par la loi n° 89-22 du 31 octobre 1989 dont l'application a été suspendue en 1996 par décret n°96-162/PR du 26 décembre 1996 portant interdiction de prorogation de conventions, accords, protocoles, contrats et marchés comportant des clauses d'exonération douanière ou fiscale, dans la perspective de la mise en place du code communautaire de l'UEMOA ;

La loi 89/14 du 18 septembre 1989 portant statut de Zone Franche de Transformation pour l'Exportation a instauré un régime fiscal dérogatoire pour les sociétés éligibles.

L'harmonisation des stratégies d'investissement a conduit au nouveau code des investissements en République togolaise adopté en Conseil des Ministres le 19 janvier 2011.

Ce code a pour objectifs de : (i) promouvoir l'investissement privé et la création d'emplois ; (ii) encourager l'utilisation des matières premières locales ; et (iii) encourager l'utilisation des technologies adaptées aux réalités togolaises.

Par ailleurs, en plus de ce code une loi portant statut de la Zone Franche de transformation pour l'exportation a été adoptée en 1989. Dans le souci d'harmonisation avec les engagements internationaux et l'environnement sous régional, le gouvernement a adopté en juin 2011, la Loi n° 2011-018 portant statut de zone franche industrielle. La présente loi fixe le statut de la zone franche qui a pour objectifs de :

- ☞ promouvoir le développement économique et industriel ;
- ☞ promouvoir les exportations et créer des emplois ;
- ☞ encourager l'utilisation des matières premières locales ;
- ☞ contribuer à améliorer l'environnement des affaires au Togo ;
- ☞ promouvoir le Togo comme destination d'investissement.

- **Code des Douanes et des impôts**

Le Code des douanes de 1966 (tel qu'amendé) reste en application (Loi N° 66-22 du 23 décembre 1966). Il s'applique aussi bien à l'importation qu'à l'exportation des marchandises. Dans les domaines qu'il couvre, le Code des douanes de l'UEMOA (Livre I: cadres organisationnels,

procédures et régimes douaniers) a la primauté sur le code national. En effet, au Togo, la fiscalité intérieure est réglementée par le code général des impôts de 1983 modifié en 1985. Mais depuis 1997, le gouvernement applique une TVA unique de 18% (Directive N° 02/98/CM/UEMOA). En matière de tarif douanier, c'est le code communautaire (le Tarif Extérieur Commun de l'UEMOA) qui s'applique.

- **Loi sur la concurrence**

La concurrence au Togo est régie par la loi 011-99 de 1999 portant sur l'organisation de la concurrence au Togo. Cette loi comporte deux (02) titres : le premier titre traite de la liberté des prix et des règles applicables en matière de concurrence et le second est consacré aux pratiques illicites de la concurrence et de leurs sanctions.

- ❖ **Règlementations en matière de normalisation, accréditation et certification**

Au Togo, le Conseil supérieur de normalisation (CSN), créé en 1983, est chargé d'établir et de mettre en œuvre la politique nationale en la matière (Décret N° 83-118 du 21 juin 1983). Le Togo est membre associé de l'Organisation Internationale de Normalisation (ISO). Au plan sous-régional, on note une importante évolution avec l'émergence au niveau de l'UEMOA d'une structure pour harmoniser les activités d'accréditation, de certification, de normalisation et de métrologie.

- **Qualité des produits**

Les différents produits exportables respectent certaines normes de qualité imposées par les clients d'une part et les marchés d'autre part. Pour permettre aux entreprises de l'espace communautaire de l'UEMOA d'être compétitives et se positionner sur les différents marchés mondiaux, la communauté a initié un programme Qualité UEMOA depuis 2001.

Face à cette exigence, l'établissement du système Qualité de l'UEMOA est l'une des composantes les plus importantes de la Politique Industrielle Commune. En effet, dans le contexte de libéralisation du commerce mondial, les pays de l'UEMOA non seulement subissent une concurrence acharnée face aux tarifs commerciaux de plus en plus faibles, mais également éprouvent des difficultés à assurer des exportations conformes aux normes internationales.

L'objectif principal du programme est donc de faciliter la participation des pays de l'UEMOA au commerce régional et international. Ainsi, le programme réalisera cet objectif grâce à :

- ☞ La mise en place d'un système régional d'accréditation et de certification : elle permettra la mise à niveau des laboratoires, en vue d'une accréditation internationalement reconnue;
- ☞ Le renforcement et l'harmonisation des organismes de normalisation existants : il s'agira, entre autres, de créer un centre de documentation régional doté d'une base de données sur les normes et les réglementations techniques, de développer les organismes nationaux de normalisation et de coordonner leurs activités;
- ☞ La promotion de la qualité dans les entreprises : des centres techniques régionaux seront mis en place afin d'aider les entreprises à améliorer la qualité de leurs produits. Un Prix UEMOA de la Qualité sera institué afin d'encourager le développement d'une culture de la qualité avec un accent particulier sur la protection des consommateurs.

- ❖ **Dispositions réglementaires en matière d'enregistrement**

Les dispositions réglementaires en matière d'enregistrement concernent les conditions pour effectuer des opérations d'exportation à des fins commerciales (Arrêté N° 24/MIC/MEF du 5 novembre 1996). Ces conditions sont les mêmes pour les nationaux et les étrangers, à l'exception des frais y afférents, qui sont moins élevés pour les ressortissants de la CEDEAO pour raison d'intégration économique sous-régionale. Ces démarches d'enregistrement se font au Guichet

unique sous la tutelle du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé mais qui se loge dans l'enceinte de la Chambre de commerce et d'industrie du Togo (CCIT).

Actuellement, le gouvernement a pris des dispositions pour simplifier les procédures de création et d'installation des entreprises.

❖ **Cadre juridique et réglementaire spécifique au commerce des produits vivriers**

En complément des codes, des accords et traités présentés ci-dessus, un ensemble de textes nationaux régit le commerce des produits vivriers au Togo parmi lesquels: l'arrêté interministériel n°04/MCPT/MEF/MDRET du 08 février 1995 portant interdiction provisoire de l'exportation des céréales, le décret n°92-092/PMRT du 10 Avril 1992 portant suppression des licences et autorisations des exportations des céréales et autres produits vivriers, assortie d'une réserve en son article 2 qui dispose que « En cas de risque de pénurie attestée par les données statistiques, le Ministère du commerce est habilité à prendre toute mesure de sauvegarde pour assurer l'approvisionnement du marché local en produits céréaliers » ; le décret n°86-210 portant réglementation de l'exportation des céréales et autres produits vivriers du 25 novembre 1986; le décret n°2008-128/PR du 1er octobre 2008 portant transformation de l'Observatoire de la Sécurité Alimentaire du Togo (OSAT) en une Agence Nationale de Sécurité Alimentaire du Togo (ANSAT). En plus, la fiscalité à l'import-export des produits agricoles a été allégée avec la suppression des licences et autorisations d'exportation et d'importation. Les produits agricoles sont exonérés de tous droits et taxes à l'exportation, à l'exception de la Redevance informatique (RI) de 1500 FCFA par déclaration.

❖ **Mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS)**

Les mesures SPS sont régies par la loi sur la protection des végétaux et du contrôle de l'homologation, de la distribution et l'utilisation des produits phytopharmaceutiques (Loi N° 96-007 du 3 juillet 1996 et le Décret N° 98-099/PR du 30 septembre 1999), la loi relative à la police sanitaire des animaux (Loi N° 99-002 du 12 février 1999). L'importation et l'exportation des végétaux sont sujettes à une autorisation préalable et à un certificat phytosanitaire depuis 2000 (Arrêté N° 3/MAEP/SG/DA du 20 juin 2000).

2.2.4. Analyse des cadres politique, législatif et réglementaire

Il ressort des cadres politique, législatif et réglementaire que le Togo est engagé dans une politique commerciale libérale caractérisée par des mesures d'harmonisation de ces cadres avec les traités et accords auxquels le pays est partie d'une part et des mesures de libéralisation généralisée des activités économiques et commerciales d'autre part. Les efforts d'harmonisation sont relatifs aux exigences des traités et accords dont :

- ☞ les accords de Cotonou qui prévoient la mise en place d'un nouveau cadre commercial visant la suppression progressive des entraves aux échanges entre l'Union européenne et les pays ACP;
- ☞ les accords de l'OMC qui visent à terme, la libéralisation totale des marchés mondiaux;
- ☞ les dispositions de l'UEMOA relatives au marché commun sous-régional;
- ☞ le traité de la CEDEAO relatif à la libéralisation des échanges dans la sous-région.

Pour ce faire, le pays a une volonté politique manifeste de poursuivre des mesures de libéralisation qui sont encore en vigueur et qui portent entre autres sur la suppression: (i) du commerce d'Etat sous monopole ; (ii) des licences et autorisations d'importation ; (ii) des licences d'exportation des produits industriels locaux, des céréales et autres produits vivriers et des produits de rente et (iv) des contingentements et des prohibitions. Cependant des barrières tarifaires et non tarifaires pèsent encore sur les exportations.

Il est noté également que l'élan de libéralisation et d'harmonisation engagée ne s'accompagne pas d'une amélioration du climat des affaires dans le pays. En effet, selon *Doing business* 2012,

l'environnement des affaires dans le pays est sous le coup de beaucoup de difficultés qui limitent la compétitivité des entreprises (Tableau 4).

Tableau 4 : Résumé des données de Doing Business 2012 pour l'économie du Togo

Doing Business 2012 Classement	Doing Business 2011 Classement		Variation dans le classement
162	158		↓-4
Classements par catégorie	DB 2012 Classement	DB 2011 Classement	Variation dans le classement
Création d'entreprise	174	169	↓-5
Octroi de permis de construire	146	143	↓-3
Raccordement à l'électricité	92	88	↓-4
Transfert de propriété	162	160	↓-2
Obtention de prêts	126	152	↑26
Protection des investisseurs	147	145	↓-2
Paiements des impôts	161	157	↓-4
Commerce transfrontalier	98	98	Aucun changement
Exécution des contrats	151	151	Aucun changement
Solutionnement de l'insolvabilité	93	89	↓-4

Source : Doing business, 2012

A la lecture du tableau 4, le Togo se situe parmi les pays où la facilité d'affaires n'est pas de mise. Ainsi, le pays a occupé les 162^{ème} et 158^{ème} rangs respectivement au cours des années 2012 et 2011 soit une régression de 4 niveaux dans le classement sur 183 économies sélectionnées en 2012 et 182 en 2011. Or le pays était au 163^{ème} rang en 2009 contre 159^{ème} rang en 2008. Cette situation est constatée au niveau de presque tous les critères de classification comme facilité de création d'entreprise, octroi de permis de construire, raccordement à l'électricité, transfert de propriété, protection des investisseurs, paiement d'impôts, commerce transfrontalier, d'exécution de contrat et de solutionnement de l'insolvabilité. Seule l'obtention de prêts s'est améliorée avec un gain de 26 niveaux entre 2011 et 2012.

2.3. ETAT DES LIEUX DE LA PERFORMANCE DES EXPORTATIONS AU TOGO

2.3.1. Analyse des exportations du Togo

L'évolution des exportations du Togo au cours de la période 2006 à 2010 est présentée dans le tableau 5.

Tableau 5: Evolution des exportations du Togo durant les cinq dernières années (millier de USD)

Années	Valeur des exportations	Valeur des importations	Balance commerciale	Part du Togo dans les exportations mondiales (%)
2010	643 328	989 398	-346 070	0
2009	834 016	2 968 819	-2 134 803	0,01
2008	1 864 187	3 528 393	-1 664 206	0,01
2007	280 040	787 039	-506 999	0
2006	642 827	2 500 785	-1 857 958	0,01

Source : Données ITC (International Trade Center), 2012

Suivant les données du tableau 5, les valeurs des exportations ont évolué en dent de scie. En effet, de 642 827 000 \$ US en 2006, les valeurs des exportations ont atteint 1 864 187 000 en 2008 passant par 280 040 000 \$ US en 2007. Une dégradation des valeurs est notée de 2008 à 2010 jusqu'à 65,5% par rapport aux valeurs de 2008.

Mais les données directes obtenues de la Direction Générale des Douanes en 2012 montrent les valeurs moins importantes relativement à celles fournies par l'ITC (Tableau 6).

Tableau 6 : Evolution des exportations du Togo selon la Direction des douanes

Années	Valeurs des exportations en FCFA	Valeurs des exportations en USD ⁹
2012 ¹⁰	161 468 289 036	327 989 586
2011	259 262 610 514	526 638 616
2010	197 583 258 688	401 349 711
2009	263 336 040 892	534 912 951
2008	217 593 385 888	441 996 165

Source : Direction Générale des Douanes, 2012 et Conversion en devise par le Consultant

Cet écart montre qu'il y a des flux d'exportation qui échappent à l'enregistrement au niveau de la Direction Générale des Douanes. Ceci pourrait provenir également d'importants flux informels vers la sous-région. Toutefois, il convient de signaler que les données annuelles de l'ITC sont disponibles non seulement pour les pays qui communiquent leurs données commerciales propres, mais aussi pour les pays à faible revenu qui ne déclarent pas les statistiques commerciales nationales à UN COMTRADE (United Nations Commodity Trade Statistics Database) comme c'est le cas du Togo. En effet, le commerce de ces pays a été reconstruit sur la base des données communiquées par les pays partenaires ou des statistiques miroirs.

De même, l'évolution des exportations (Indice 100; année 2006) confirme cette tendance (Figure 2).

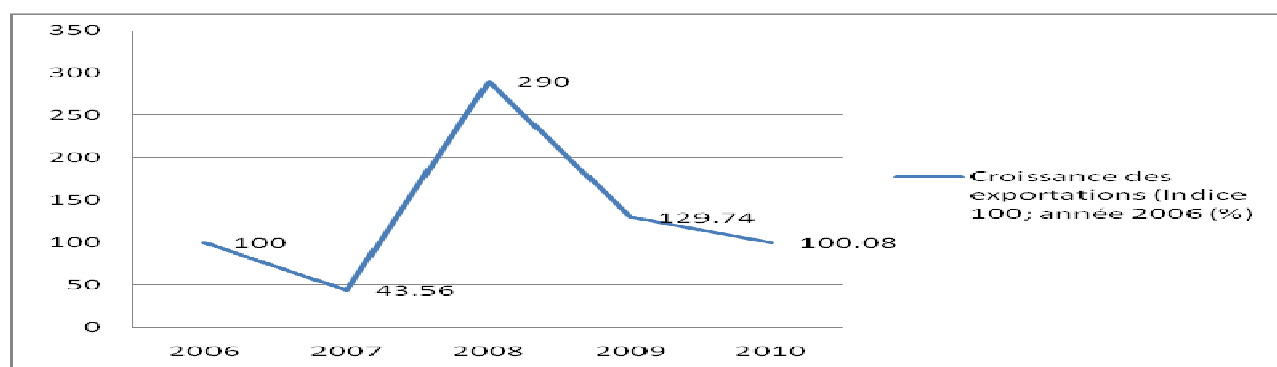


Figure 2 : Croissance des exportations (Indice 100; année 2006)

Source des données: ITC (International Trade Center) ; 2012

Par ailleurs, la baisse de l'offre d'exportation du Togo s'est également sentie dans les parts du Togo dans les exportations mondiales. Ainsi, les valeurs des exportations de 2006 à 2009 situaient le Togo parmi les exportateurs mondiaux avec une part presque identique de 0,01%. Par contre les parts du Togo sont devenues négligeables, d'après les données d'ITC, 2012, pour les années 2007 et 2010. Cette tendance pourrait davantage s'expliquer par le climat d'affaires difficile que par la disponibilité de l'offre de produits exportables. Mais, il convient de noter qu'il y a une baisse des produits traditionnels d'exportation (Café, Cacao, Coton Ciment, etc) durant les années concernées. D'après SOFRECO (2011), les coûts de production de l'industrie de la zone douanière très élevés (problèmes d'infrastructures, main d'œuvre peu qualifiée et fiscalité trop lourde) handicapent la compétitivité des entreprises. Pour ce faire, il en résulte un faible taux d'exportation, à l'exception notable du secteur de la zone franche, qui, bénéficiant d'un dispositif fiscal très avantageux consacre 80% de sa production à l'exportation.

La balance commerciale est déficitaire. Ce qui veut dire que les exportations sont nettement inférieures aux importations. La valeur la plus élevée du déficit de la balance commerciale a été observée en 2009 avec une valeur de -2 134 803 000 \$ US en raison d'une exportation s'élevant à 834 016 000 \$ US contre une importation de 2 968 819 000 \$ US pour cette année.

⁹ Le taux de change utilisé est la moyenne annuelle (1\$USD = 450 FCFA)

¹⁰ Données du premier trimestre de l'année 2012

2.3.2. Analyse des produits d'exportation du Togo par filière

Les produits exportés par le Togo sont divers. Les plus importants sont issus des différentes filières traditionnelles à savoir le clinker, le ciment, les phosphates, le coton, le café, le cacao et les filières non traditionnelles : les céréales (maïs et riz), les tubercules (igname et manioc), les légumineuses (soja et haricot), les oléagineux (noix de palme et palmistes, noix de coco, karité, arachide, graines de coton, noix de cajou), les fruits (ananas, mangues, bananes), les fleurs et plantes aromatiques et médicinales, les légumes et tomates, les produits de pêche et d'élevage.

Les lignes suivantes présentent les détails des évolutions des produits d'exportation et de réexportation par filières de production. Il convient de signaler que le regroupement des produits ci-dessous développés est celui issu du Système Harmonisé (SH) dans les nomenclatures du commerce. Ainsi les groupes de produits agrégés pourraient paraître par moment généraux et parfois noyer le produit vedette dans le groupe de produits concernés.

❖ Filière industrielle

Les données du tableau 7 représentent les valeurs d'exportation des produits industriels sur la période 2006-2010 en milliers de \$ US.

Tableau 7 : Valeur des principaux produits d'exportation de la filière industrielle (millier de USD)

Code des produits	Produits	2010	2009	2008	2007	2006	Moyenne
39	Matières plastiques et ouvrages en ces matières	45 944	72 08	10 045	3 816	6 242	16 512
72	Fer et acier	31 098	55 852	70 737	0	0	31 537
31	Engrais	30 393	1 854	5 905	0	3 187	8 268
85	Matériel électrique, électronique	6 904	1 932	4 796	0	2 576	3 242
73	Articles en fer ou en acier	6 665	1 613	50 857	3 691	3 079	13 181
76	Aluminium et ouvrages en ces matières	6 256	71	1 509	471	2 984	2 258
56	Ouates, feutres, non tissés, fils, ficelles, etc.	3 676	518	966	12	0	1 034
34	Savons, des lubrifiants, des cires, bougies, pâtes à modeler	2 167	1 951	2 246	1 704	5 183	2 650
94	Meubles, éclairage, signalisation, bâtiments préfabriqués	1 367	302	0	499	0	434

Source : Données ITC (International Trade Center), 2012

Dans cette filière, les produits les plus exportés sont le fer et l'acier avec une moyenne d'exportation de 31 537 000 \$ US sur la période de 2006-2010. Les matières plastiques et leurs dérivées sont exportées sur la période à une valeur moyenne de 14 651 000 \$ US, les articles en fer et acier à 13 181 000 \$ US, les engrais pour une valeur de 8 268 000 \$ US. Dans cette filière, la majorité des produits proviennent des entreprises de la zone franche ou sont des produits de réexportation.

❖ Filière minière et d'industrie extractive

Les données relatives à l'exportation des produits miniers sont consignées dans le tableau 8.

Tableau 8 : Valeur des principaux produits d'exportation de la filière minière et extractive (millier de USD)

Code des produits	Produits	2010	2009	2008	2007	2006	Moyenne
25	Sel, soufre, terre, pierre, plâtre, chaux, ciments et phosphate	140 711	269 339	367 300	154 017	141 656	214 605
26	Minerais, scories et cendres	1 329	82	289	0	249	155
27	Combustibles minéraux, huiles, produits de distillation, etc.	958	5 324	95 932	13	120 366	486
28	Produits chimiques inorganiques, composés en métaux précieux, les isotopes	383	119	0	61	194	151
29	Produits chimiques organiques	279	125	194	27	112	147
32	Extraits tannants, extraits tinctoriaux, tanins, dérivés, etc. pigments	157	0	176	110	0	89
38	Produits divers des industries chimiques	175	0	501	0	0	135
71	Perles, pierres précieuses, les métaux, monnaies, etc.	21 522	0	0	0	0	4 304

Source : Données ITC (International Trade Center), 2012

Les produits prioritairement exportés dans cette filière sont ceux du groupe 25 relatif au ciment, au clinker et au phosphate. Ce groupe représente sur la période une valeur moyenne de 214 605 000 \$ US. Cependant il est à noter que ces produits ont enregistré leur plus forte valeur à l'exportation en 2008 avec des valeurs plus faible entre 2009 et 2010 d'une part et 2006 et 2007 d'autre part. Cette tendance confirme l'évolution notée dans l'analyse globale de la performance des exportations (Indice 100; année 2006, figure 2).

❖ Filière agricole

Les informations concernant les produits exportés de la filière agricole sont résumées dans le tableau 9.

Tableau 9: Valeur des principaux produits d'exportation de la filière agricole (millier de USD)

Code des produits	Produits	2010	2009	2008	2007	2006	Moyenne
18	Cacao et ses préparations	10 549	320 109	262 187	5 363	116 962	143 034
09	Café, thé et épices	6 173	22 284	35 065	3 690	12 612	15 965
52	Coton	143 292	21 220	775 956	25 514	39 933	201 183
10	Céréales	2 085	1 080	2 054	605	2 893	1 743
20	Légumes, fruits, noix, préparations alimentaires, etc.	1 047	2 147	1 118	128	4 048	1 698
08	Fruits comestibles, écorces d'agrumes ou de melons	658	0	2 624	98	3 331	1 342
12	Graines oléagineuses, fruits oléagineux, céréales, graines, fruits, etc.	542	0	957	234	703	487
07	Légumes, plantes, racines et tubercules	31	3 366	4 580	98	3 167	2 248
06	Arbres vivants, les plantes, bulbes, racines, fleurs, etc.	0	0	412	0	0	82

Source : Données ITC (International Trade Center), 2012

Dans ce secteur d'activité, les produits les plus exportés sont le coton, le cacao, le café, les céréales, les plantes à racines et tubercules, les légumes et fruits. Ainsi, sur la période 2006-2010, la valeur d'exportation dans la filière agricole reste dominée par le coton à 201 183 000 \$ US en moyenne par année suivi du cacao et ses préparations pour une moyenne annuelle d'exportation de 143 034 000 \$ US. Le café est exporté pour une valeur moyenne de 15 965 000 \$ US. Les céréales, les légumes, les plantes à racines et tubercules, les fleurs ont connu une évolution faible sur la période considérée.

Dans cette filière, les produits traditionnels d'exportation (café, cacao et coton) sont sous l'influence de la fluctuation des cours mondiaux en plus de difficultés liées à l'amélioration de leur rendement et production. Cependant, les produits non traditionnels sont sous le coup permanent non seulement de la faible production mais aussi des barrières tarifaires et non tarifaires à leur exportation.

❖ Filière agro-alimentaire

La filière agro-alimentaire est composée de toute une panoplie de produits dont les valeurs à l'exportation sont consignées dans le tableau 10.

Tableau 10: Valeur des produits d'exportation de la filière agro-alimentaire (millier de USD)

Code des produits	Produits	2010	2009	2008	2007	2006	Moyenne
22	Boissons, liquides alcooliques et vinaigres	18 440	5 410	6 944	13 290	5 403	9 897
21	Préparations alimentaires diverses	7 785	690	299	853	0	1 925
04	Produits laitiers, œufs, miel, comestibles, produits d'origine animale	7 652	1 444	0	4 755	0	2 770
17	Sucres et sucreries	6 003	2 274	6 080	73	0	2 886
23	Résidus et déchets de l'industrie alimentaire, fourrage pour les animaux	2 604	1 465	3 034	6	4734	2 369
19	Farine de céréales, amidon des préparations de lait et des produits	376	570	912	0	1 258	623

Source : Données ITC (International Trade Center), 2012

Dans ce secteur, les produits les plus exportés sont les boissons, les produits laitiers, les sucreries et les résidus et déchets des industries alimentaires pour la nourriture des animaux. Les boissons alcoolisés et vinaigres sont demandés à l'extérieur pour une valeur moyenne de 9 897 000 \$ US, suivis des sucres et sucreries qui sont demandés pour une valeur moyenne annuelle de 2 886 000 \$ US, viennent ensuite les produits laitiers et les résidus et déchets des industries alimentaires pour la nourriture des animaux.

En général, il se dégage une légère participation de ce secteur au volume des exportations globales du pays. Cette situation se justifie par une faible intégration des unités de transformation à la production agricole pour une création de valeur ajoutée dans les chaînes des filières agricoles. Par ailleurs, il y a la faible productivité des cultures qui ne garantit pas encore de quantités suffisantes de matières premières nécessaires à la compétitivité des entreprises agro-alimentaires.

❖ Filière artisanale

Les produits exportés de la filière artisanale sont le bois et ses dérivés, les produits de la vannerie, de la cordonnerie, du caoutchouc et ses ouvrages. Les informations relatives à ces genres de produit sont relatées dans le tableau 11.

Tableau 11 : Valeur des principaux produits d'exportation de la filière artisanale (millier de USD)

Code des produits	Produits	2010	2009	2008	2007	2006	Moyenne
44	Bois et ouvrages en bois, charbon de bois	1 801	30 083	46 532	557	32 082	22 211
58	Tissé spécial, dentelle, tapisserie, etc.	324	0	0	293	1 503	424
41	Cuirs et peaux bruts (autres que les pelleteries) et cuirs	16	45	115	20	328	105
46	Ouvrages de matière à tresser, vannerie, etc.	0	1 816	2 118	0	629	913
40	Caoutchouc et ces ouvrages	0	232	292	41	406	194

Source : Données ITC (International Trade Center), 2012

Dans ce secteur, le groupe 44 des bois et ses dérivés sont les produits les plus demandés à l'étranger et est évalué à 22 211 000 \$ US en moyenne annuelle. Les autres produits ont connu une situation moyenne allant de 105 000 \$ US à 913 000 \$ US.

❖ Filière halieutique

La filière halieutique, constituée de deux grandes catégories de produits suivant la codification du système des Nations-Unies, crée une valeur ajoutée non négligeable à l'économie du Togo en matière d'exportation.

Tableau 12: Valeur des principaux produits de la filière halieutique (milliers de USD)

Code des produits	Produits	2010	2009	2008	2007	2006	Moyenne
16	Poissons et fruits de mer	300	156	658	21	823	391,6
03	Poissons, crustacés, mollusques, invertébrés aquatiques	204	7 481	4 038	206	0	2385,8

Source : Données ITC (International Trade Center), 2012

Dans la filière halieutique, les exportations des poissons et fruits de mer tout comme les crustacés, mollusques et invertébrés aquatiques ont généré au cours de la période 2006-2010 des valeurs moyennes respectives de 392 000 \$ US et 205 000 \$ US.

2.3.3. Analyse des marchés extérieurs actuels des produits du Togo

❖ Marchés extérieurs actuels

Les produits du Togo sont demandés sur les marchés extérieurs dans différents espaces économiques et commerciaux. Les produits sont exportés vers les marchés de l'UEMOA, de la CEDEAO, du Maghreb, de la Communauté de Développement de l'Afrique Australe (SADEC) la Communauté Economique et Monétaire d'Afrique Centrale (CEMAC), de l'Union Africaine (UA), de l'Union Européenne (UE), de l'Europe de l'Est, de l'Asie, de l'Amérique Latine et des Caraïbes, de l'Océanie et de l'Amérique du Nord. Le tableau 13 résume les principaux marchés importateurs des produits traditionnels du Togo.

Tableau 13: Principaux pays importateurs des produits traditionnels du Togo

Principaux pays importateurs des produits du Togo	Espaces économiques ou commerciaux	Produits importés du Togo
Allemagne, Belgique ; Pologne, Pays-Bas, France, Italie, Autriche, Suisse, Autriche	UE	Cacao
Malaisie	Asie du Sud-Est	
Chine	Asie	
Canada	Amérique du Nord	
Algérie	MAGHREB	
Maroc		
Italie, Belgique, Suisse, France, Allemagne, Pays-Bas	UE	Café
Croatie, Ukraine	Europe	
Maroc	MAGHREB	
États-Unis d'Amérique	Amérique du Nord	
Chine, Thaïlande, Indonésie, Hong Kong	Asie	Coton
Maroc	MAGHREB	
Italie, Portugal, Belgique, France, Allemagne	UE	
Afrique du Sud	SADEC	Phosphates
Philippines, République de Corée ; Inde	Asie	
Brésil, Uruguay	Amérique Latine	
Nouvelle-Zélande, Australie	Océanie	
Burkina Faso, Mali, Niger, Bénin	UEMOA	Ciments et clinker
Ghana	CEDEAO	
Allemagne	UE	Minerai de fer

Source : ITC (International Trade Center), 2012 ; Direction Générale de la Douane et Résultats des enquêtes

En ce qui concerne les produits non traditionnels, les marchés importateurs sont présentés dans le tableau 14.

Tableau 14 : Importateurs des produits non traditionnels du Togo

Principaux pays importateurs des produits du Togo	Espaces économiques ou commerciaux	Produits importés du Togo
Italie, Pays bas, France, Suisse, Allemagne	UE	Ananas frais, séchés et jus d'ananas
Ghana, Burkina Faso	CEDEAO	
Nigéria	CEDEAO	Huile de palme
Canada	Amérique du Nord	
France	UE	
USA	Amérique du Nord (AGOA)	Beure de Karité
France, Suisse	UE	Mangue bio déshydratée
Gabon,	CEMAC	Gari et Tapioca
Italie, Belgique	UE	
Nigéria	CEDEAO	
USA	Amérique du Nord	
Bénin, Nigéria, Ghana	CEDEAO	Noix de cajou
Hollande	UE	
USA	Amérique du Nord	
Bénin, Ghana	CEDEAO	Soja
Espagne, France	UE	

Source : ITC (International Trade Center), 2012 ; Direction Générale de la Douane et Résultats des enquêtes

Il est important de signaler que le Togo est confronté à la concurrence d'autres pays sur les marchés de ces produits traditionnels et non traditionnels à l'exportation. Le tableau 15 résume la situation des pays concurrents suivant les produits et les espaces commerciaux et économiques.

Tableau 15 : Situation des pays concurrents suivant les produits et les espaces commerciaux et économiques

Pays concurrents	Espaces économiques ou communautaires	Produits exportés
Côte d'Ivoire, Ghana, Nigeria, Cameroun, République dominicaine, Equateur	UE	Cacao,
Indonésie, Côte d'Ivoire, Ghana, Indonésie	Asie	
Côte d'Ivoire, Indonésie, Nigeria	Amérique du Nord	
États-Unis d'Amérique, Ouzbékistan, Australie, Inde,	Asie	Coton
Ouzbékistan, États-Unis d'Amérique, Kazakhstan, République arabe syrienne, Egypte, Tchad, Turquie, Tadjikistan	UE	
Burkina Faso, Mali, Bénin, Ghana	Maghreb	
Suisse, Pays-Bas	SADC	Phosphates
Algérie, Arabie Saoudite, Maroc Chine, Jordanie	Asie	
Maroc, Israël, Algérie, Tunisie	Amérique Latine	
Maroc, Tunisie, Christmas Island	Océanie	Café
Bésil, Inde, Viet Nam, Colombie, Guatemala	UE	
Colombie, Brésil, Guatemala	Amérique du Nord	Déchets et débris d'alliage
France, Royaume-Uni, Allemagne, Algérie, Belgique, Espagne	UE	
Japon, États-Unis d'Amérique, Australie, Afrique du Sud, Royaume-Uni	Asie	Ananas, frais ou secs
Côte d'Ivoire, Ghana, Costa Rica, Equateur, Honduras	UE	
Chine, Indonésie, Sénégal, Allemagne	UE	Perruques, barbes, sourcils
Espagne, Maroc, Italie, France, Thaïlande	UE	Légumes fraîches ou réfrigérées
États-Unis d'Amérique, Mexique	Amérique du nord	
Cameroun, France, Arabie Saoudite	CEMAC	Huiles légères et préparations
Canada, Fédération de Russie, Venezuela	Amérique du nord	
Royaume-Uni, France, Pays-Bas	CEDEAO	
Ethiopie, Soudan, Inde	Asie	Graines de sésame
Indonésie, Malaisie	UE	Huile de palme brute
Nigeria, Chine	Maghreb	Gingembre

Source : ITC (International Trade Center), 2012 ; Direction Générale de la Douane et Résultats des enquêtes

❖ Exigences des marchés

Les pays importateurs des produits alimentaires et agricoles exigent souvent que les produits importés soient conformes à des normes obligatoires qu'ils ont adoptées pour protéger la santé et la sécurité de leur population ou pour préserver leur environnement. La conformité aux standards et aux règles d'origine très strictes demeure l'exigence majeure qui bloque les produits du Togo aux frontières des espaces commerciaux européens et américains en dehors des barrières non tarifaires signalées par certains exportateurs. Le fondement des mesures sanitaires et phytosanitaires qui restreignent le commerce sur ces espaces commerciaux est souvent relatif à l'Accord SPS sur l'application des mesures sanitaires et phytosanitaires qui définit les règles fondamentales concernant l'innocuité des produits alimentaires, ainsi que les normes sanitaires pour les animaux et les végétaux.

Pour le cas de l'UE qui importe la majorité des produits alimentaires et agricoles du Togo, il existe 4 principaux règlements relatifs à la sécurité sanitaire. Il s'agit de :

1. Règlement (CE) n° 178/2002 : établit les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires ;
2. Règlement (CE) n° 882/2004 : contrôles officiels des denrées alimentaires et des aliments pour animaux ;
3. Règlement (CE) n° 669/2009 : modalités d'exécution du règlement (CE) n° 882/2004 : contrôles renforcés pour une série de produits agricoles et de contaminants ;
4. Règlement 1099/2010 : mise à jour de la liste des produits des contrôles renforcés.

Sur les marchés africains la législation sur la sécurité sanitaire n'est pas passée sous silence même si les exigences ne sont pas encore restrictives comme sur les espaces commerciaux occidentaux. En effet, un effort est fait en la matière par le Règlement 0007/2007/CM/UEMOA relatif à la sécurité sanitaire des végétaux et des aliments dans l'UMEOA adopté le 23 mars 2007 par le conseil des ministres de l'Union. Ce dernier vise à établir les principes généraux ainsi que les dispositions et procédures organisationnelles permettant d'assurer la sécurité sanitaire des végétaux, des animaux et des aliments, au niveau communautaire et au niveau national. Il institue les structures et mécanismes de coopération en matière de sécurité sanitaire au sein de l'Union. Il s'applique à toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution des végétaux, des animaux et des aliments commercialisés. Il a notamment pour objet :

- ☞ la réglementation de la protection sanitaire des végétaux et des produits végétaux et autres articles réglementés, y compris les produits issus des biotechnologies modernes tels que définis dans le Règlement ;
- ☞ la protection sanitaire des animaux, des produits animaux, des produits d'origine animale, de l'alimentation animale et de la santé publique vétérinaire, y compris les produits issus des biotechnologies modernes ;
- ☞ la protection sanitaire des produits alimentaires, y compris les produits issus des biotechnologies modernes.

Les résultats d'enquêtes qualitatives révèlent que les entreprises du secteur agricole et agro-alimentaire pensent que les pays développés (UE et USA) ont habilement eu recours à la protection de leur marché en revendiquant des normes phytosanitaires et en augmentant leur soutien interne à leurs producteurs. Ceci est en partie réelle mais les pays en développement dont le Togo peuvent tirer profit de l'Accord SPS:

- ☞ l'accord SPS établit un cadre international pour les arrangements sanitaires et phytosanitaires entre les pays, indépendamment de leur poids politique, de leur puissance économique ou de leurs moyens technologiques. Sans accord de ce type,

les pays en développement pourraient être trop handicapés pour contester des restrictions commerciales injustifiées ;

- ☞ les gouvernements doivent accepter les produits importés satisfaisant à leurs prescriptions en matière d'innocuité, que ces produits soient le fruit de méthodes simples et moins perfectionnées ou de la technologie la plus avancée ;
- ☞ une assistance technique accrue destinée à aider les pays en développement dans le domaine de l'innocuité des produits alimentaires, de la protection de la santé des animaux et de la préservation des végétaux, que ce soit par la voie bilatérale ou par l'intermédiaire d'organisations internationales, est aussi un élément de l'accord.

Donc, l'accès aux marchés (UE et USA) en soi ne peut pas entraîner automatiquement un accroissement sensible des exportations du Togo vers ces marchés sans prendre des mesures pour développer la capacité de production et aborder les règles d'origines restrictives, les barrières non tarifaires et les contraintes d'approvisionnement. C'est justement ce qui explique la faible exploitation des opportunités de l'AGOA par le Togo.

2.3.4. Analyse des produits à fort potentiel d'exportation et des niches de marchés

Les produits à fort potentiel d'exportation du Togo se retrouvent dans plusieurs secteurs.

❖ Secteurs minier et industriel

Le Togo dispose d'importants gisements de phosphates, de calcaire, de fer, de marbre, de bauxite, de manganèse et de chromite. Mais actuellement, seuls le phosphate, le calcaire, le marbre et le fer sont exploités de manière industrielle. La relance des productions actuelles et l'exploitation des autres ressources minières représenteraient une opportunité importante dans la balance commerciale du Togo et une source potentielle de devises essentielles.

❖ Secteurs agricole et agro-industriel

➤ Secteur agricole

A part les produits traditionnels et les produits des entreprises de la Zone Franche, le Togo possède un potentiel de différents produits d'origine agricole et agro-alimentaire offrant des perspectives intéressantes à l'exportation. En effet, le Togo dispose d'un réel potentiel agro-climatique qu'il convient d'exploiter pour accroître et diversifier ses exportations.

Les produits à fort potentiel d'exportation se retrouvent dans la gamme des :

- ☞ céréales (maïs et riz) ;
- ☞ tubercules, racines et rhizomes (igname ; manioc, souchet, gingembre) ;
- ☞ légumineuses (soja et haricot) ;
- ☞ oléagineux (noix de palme et palmistes, noix de coco, karité, arachide, graines de coton, noix de cajou) ;
- ☞ fruits et légumes (ananas, mangues, bananes, tomate) ;
- ☞ fleurs et plantes aromatiques et médicinales, légumes et tomates ;
- ☞ produits d'élevage (porcins) et d'élevage spéciaux (lapins, aulacodes, abeille miel).

Ces potentialités en ressources et produits exportables sont souvent insuffisamment exploitées, alors qu'elles sont susceptibles d'apporter une contribution essentielle au développement économique du pays. Dans le cas du secteur agricole une restructuration des filières de production et de transformation pourra contribuer à l'exploitation du potentiel d'exportation du secteur. Cela est en partie envisagé dans le volet diversification et promotion des cultures d'exportation du PNIASA. Le PNIASA met l'accent sur la production intensive des céréales, en particulier le maïs, le riz et le sorgho, les racines et tubercules dont le manioc et l'igname en priorité, les légumineuses à

graines (haricot, arachide et soja) et l'horticulture. Concernant la promotion et la diversification des produits d'exportation, le PNIASA est orienté sur les filières traditionnelles avec des objectifs quantifiés de production à savoir : (a) le coton graine dont la production annuelle atteindra plus de 65 000 tonnes en 2012 et passera à près de 75 000 tonnes en 2015 avec une croissance relative de 5% et de 7,2% d'une période à l'autre ; (b) le café dont la production sera portée progressivement à 19 500 tonnes en 2012 et à 26 500 tonnes en 2015; (c) le cacao dont la production sera accrue pour atteindre environ 12 000 en 2012 et plus de 14 300 tonnes en 2015, avec des taux de croissance respectifs de 4,2 % et 6,4%. En dehors de ces produits, le PNIASA vise la promotion de nouveaux produits d'exportation non traditionnels dont principalement l'ananas, l'anacarde et la banane. Les objectifs visés sont de l'ordre de 40 000 tonnes en 2012 et d'environ 65000 tonnes en 2015.

Outre les produits traditionnels d'exportation dont le Togo a une certaine expérience et un positionnement sur les marchés des produits comme le cacao, le café, le coton et le phosphate. Il existe des niches de marchés pour les nouvelles filières porteuses. Le tableau 16 traduit quelques produits potentiels d'exportation du Togo et les marchés importateurs actuels ainsi que les pays exportateurs s'y positionnant.

Tableau 16 : Produits non traditionnels porteurs de croissance et les niches de marchés d'importation

Produits potentiels	Marchés importateurs	Pays exportateurs
Sésame	Japon, Chine, Turquie, Corée du Sud, USA, France, Australie, Brésil, Suisse, Norvège	Ethiopie, Soudan, Nigéria, Paraguay, Chine, Tanzanie, Inde, Uganda, Thaïlande
Gingembre	Japon, USA, France, République de Corée, Suisse, Nouvelle Zélande, Australie, Norvège, Turquie, Maroc	Chine, Hollande, Thaïlande, Nigéria, Inde, Brésil, Allemagne, Malaisie
Ananas biologique	USA, Belgique, Hollande, Allemagne, Italie, Angleterre, Espagne, Canada, France	Costa Rica, Thaïlande, Indonésie, Nigéria, Inde, Mexique, Vietnam, Brésil, Philippines, Equateur, Panama
Fleurs	Grande Bretagne, Allemagne, USA, Hollande, France, Japon, Italie, Suisse, Belgique	Israël, Argentine, Hollande, Kenya, Uganda, Afrique du Sud, Zambie, Zimbabwe
Souchet	Ghana, Nigeria, Mali, Niger	-
Soja biologique	UE	Nigeria, Brésil, Argentine, Paraguay,
Karité biologique	UE et USA	Sénégal, Burkina Faso, Mali, Nigeria, Côte d'Ivoire,
Mangues biologique	UE	Burkina Faso, Cameroun, Mali, Mexique, Afrique du Sud, Brésil
Maïs jaune (QPM)	Ghana, UE, Japon	Afrique du Sud, Guatemala, Bolivie

Source : ADA Consulting Africa, 2012

Sur le plan de cartographie des produits agricoles non traditionnels porteurs à l'exportation, les enquêtes de terrain ont révélé qu'ils sont pour la plupart cultivés un peu partout sur le territoire national à travers les cinq régions économiques du Togo avec des zones de spécialité qui sont présentées dans le tableau 17.

Tableau 17: Zones de production des produits agricoles exportés et exportables

Régions	MARITIME	PLATEAUX	CENTRALE	KARA	SAVANES
Coton	•	•••	•	••	•••
Soja	•	•••	•••	••	•
Gingembre	••	•••	•••	••	•
Ananas	•••	••	-	-	-
Karité	-	•	••	•	•••
Souchet	•••	••	-	-	-
Maïs jaune	•••	••	••	••	••
Huile de palme	•••	•••	-	-	-
Noix de cajou	-	-	•••	••	-

Source : ADA Consulting Africa

Légende :

- Zone de forte production
- Zone de moyenne production
- Zone de faible production
- Inexistant

Suivant le schéma présenté dans le tableau 17, il est révélé que le coton est produit dans les cinq (05) régions du Togo avec une forte concentration dans les Plateaux et Savanes. Le soja et le gingembre sont plus produits dans les Plateaux et Centrale alors que la noix de cajou est fortement produite dans les régions Centrale et de la Kara. Par contre l'ananas, le palmier à huile et le souchet sont produits seulement dans la zone méridionale du pays avec une forte concentration dans la région Maritime. Le karité est seulement produit dans la partie septentrionale mais aussi de façon sauvage puisque l'arbre est protégé une fois poussé dans les champs et les propriétaires bénéficient de la cueillette de ses graines pour la transformation en huiles et beurre. Quant au maïs jaune, il est produit dans les cinq régions du pays.

❖ **Secteur agro-industriel**

Le pays peut tirer profit d'une gamme de produits aptes à la transformation pour la création de la valeur ajoutée dans les circuits de production, de transformation et d'exportation. Cette valorisation des produits agricoles, par la promotion de la transformation permettra de diversifier les offres des produits exportés. Actuellement, les unités de transformation de produits agricoles avec une option d'exportation se limitent majoritairement à l'ananas séché, les mangues déshydratés et séchés, les amandes de noix d'anacarde, le café moulu, farine et tapioca.

Les unités de transformation disponibles sont de petites tailles, traditionnelles et artisanales. Elles disposent des moyens et des équipements peu performants pour donner une plus value aux produits agricoles, animaux et halieutiques. Faute de technologies et d'équipements appropriés, ces unités de transformation n'arrivent pas à absorber tous les surplus de produits existants et ne se positionnent pas efficacement sur le marché en termes de qualité, de disponibilité et de stabilité de l'offre.

Il y a possibilité de saisir les opportunités de marchés extérieurs à travers une stratégie d'appui et de promotion des unités et technologies de transformation et de conditionnement des produits agricoles accessibles aux acteurs dans les filières agricoles porteuses de croissance. Mais la contrainte majeure pour le développement des unités de transformation appropriée est la faible capacité de production des matières premières agricoles et les insuffisances des services et produits financiers adaptés pour le secteur. En termes de marchés, il ne fait plus aucun doute sur l'existence de marchés au plan international, régional et sous-régional pour les produits dérivés de noix de coco, d'amandes de karité, d'huile de ricin, de noix de cajou, de soja, d'ananas, de mangues, de papayes, etc.

2.3.5. Analyse des entreprises exportatrices ou potentiellement exportatrices

Les entreprises/industries exportatrices ou potentiellement exportatrices du Togo peuvent être regroupées par secteur que voici: minier, agriculture et sylviculture, industriel, agro-alimentaire, artisanat. Les détails des fichiers des entreprises et industries sont en annexe 5.

2.3.5.1. Entreprises exportatrices

❖ **Entreprises exportatrices du secteur minier et extractif**

Les entreprises exportatrices du secteur minier et extractif sont peu nombreuses. Elles concernent plus l'extraction et l'exportation des minerais tels que le phosphate brute, les minerais de fer, le marbre et le calcaire. Ce dernier est transformé en clinker puis en ciment. Le tableau 18 récapitule ces entreprises.

Tableau 18: Entreprises/industries exportatrices du secteur minier au Togo

Entreprises exportatrices	Nature des activités	Produits exportés
Société Nouvelle des Phosphates du Togo (SNPT)	Extraction/Exportation	Phosphate brute
M.M. MINING SA	Extraction/Exportation	Minerai de fer
West Africa Cement SA (WACEM), FORTIA	Exportation	Clinker et ciment
CIMTOGO	Exportation	Ciment
POMAR SA	Extraction-Exportation	Marbres

Sources : ADA Consulting Africa, enquête de terrain 2012

La Société Nouvelle des Phosphates du Togo (SNPT), créée en 2007 à la place de l'ancienne Compagnie l'International Fertilizers Group (IFG TOGO), est spécialisée dans l'exploitation et la commercialisation du phosphate brut. Sa production moyenne exportée au cours de ces cinq (5) dernières années est de 773,4 tonnes métriques (SNPT, 2012)¹¹.

Le M.M. MINING SA (3M SA) fait l'extraction du minerai de fer. C'est une filiale de M.M Investment Holding Limited NASSAU (BAHAMAS). Cette société exploite et commercialise le minerai de fer de Bangéli (Préfecture de Bassar). La convention d'investissement est signée entre la République Togolaise et le M.M. Investment Holding Limited NASSAU (BAHAMAS) en août 2006 pour l'exploitation, la transformation (partielle ou entière) et la commercialisation du minerai de fer, de manganèse, de Bauxite, de chromite et de leurs métaux. Pour l'instant, seule l'exploitation du minerai de fer de Bangéli est opérationnelle. La production est estimée à 55 000 tonnes de janvier 2011-Février 2012 (MM MINING SA, 2012).

Le West Africa Cement (WACEM) exploite des gisements de calcaire de Tabligbo et produit du clinker. La Société FORTIA utilise ce clinker pour fabriquer le ciment.

CIMTOGO est une entreprise de production privée qui importe du clinker et le transforme en ciment. La moitié de sa production de ciment est exporté vers les marchés de la sous-région.

La Société de Pierres Ornementales et Marbres (POMAR SA-Togo) fait l'extraction des marbres de Pagala et les commercialise vers l'Espagne. L'exploitation du marbre vient de commencer.

❖ Entreprises exportatrices du secteur industriel

Le secteur industriel est dominé par des entreprises de la zone franche dont la grande partie des produits finis sont exportés à près de 80%. Les investigations de terrain ont permis de toucher un grand nombre d'entre elles indiqué dans le tableau 19.

Tableau 19: Entreprises/industries exportatrices du secteur industriel au Togo

Entreprises exportatrices	Nature des activités	Produits exportés
BOSS INDUSTRIE SA	Transformation et exportation	Tuyaux plastiques, chaises en plastiques
Société Industrielle de Plastique (SOCIPLAST)	Transformation et exportation	Sachets plastiques
Société Printing Packaging Publishing (S3P)	Transformation et exportation	Étiquettes, Etuis, carton
Société de Fabrication de Nattes (SOFANAT)	Transformation et exportation	Nattes en plastique
SIVOP-TOGO SA	Transformation et exportation	Produits cosmétiques (parfum; crème, lait, pommade, Talc...)
IMBALLAGI WEST AFRICA (IWA)	Transformation et exportation	Emballages imprimés
A. A. Internat. Investments (2A2I)	Transformation et exportation	Friperies et literie
Afric Industry (AI)	Transformation et exportation	Emballages plastiques en polyéthylène (sachets et sacs)
African Aluminium Company Sarl (AFALCO)	Transformation et exportation	Châssis Aluminium vitres
METAL d'AFRIQUE (AFRIMETAL)	Transformation et exportation	Eponges métallique et plastiques
AMINA-TOGO SARL	Transformation et exportation	Mèches, tissage, cheveux synthétique, Perruques
WABCOTIA SA (WABCOTIA SA)	Transformation et exportation	Engrais composés
Société de Transformation de Plastiques (SOTRAPLAST)	Transformation et exportation	Nattes en plastique
SANECOM International	Exportation	Uniformes Professionnel/ articles militaires
SHINIG INT'L LTD	Import-Export	Eponges métalliques
Générale Industrie Togo (GIT)	Transformation et Exportation	Sachets et Emballages plastiques
TREFILERIES HISPANO TOGOLAISE (THT)	Transformation et Exportation	Outils /Matériel de construction métallique
Parfumerie Industrielle et Cosmétique du Togo (PICOS-TOGO)	Transformation et Exportation	Produits cosmétiques

¹¹ Calcul effectué à partir des données recueillies auprès de Société Nouvelle des Phosphates du Togo

Plastica Togo Sarl (PLASTICA)	Transformation et Exportation	Emballages Plastiques /Bâches
Nouvelle Société Industrielle du Togo (NOSITO)	Transformation et Exportation	Sachets plastiques, Tube orange, Tuyau rigide, Tuyau pression, Eponges métalliques
Société Fil Nylon Africaine SARL (SOFINA SARL)	Transformation et Exportation	Fil nylon/filets de pêche
Société de Transformation de Plastique (SOTRAPLAST)	Transformation et Exportation	Nattes plastiques
IMBALLAGI WEST AFRICA (IWA Sarl)	Transformation et exportation	Emballages imprimés
Société Ghang Long MUYE SARL	Transformation et exportation	Parquets
Générale Industrie Togo (GIT)	Transformation et Exportation	Sachets et Emballages plastiques
TOGO GAZ	Exportation	Oxygène
SCIL TOGO	Production et exportation	Peinture, Vernie
TROPIC INUSTRIE	Transformation et Exportation	Peinture,
Société Togolaise des Corps Gras (SOTOCOG SA)	Transformation et exportation	Savons ordinaires
Industrie Togolaise de Plastique (ITP)	Production et exportation	Tuyaux pour canalisation d'eau, grillage, treillis
DONG JIN TOGO SARL	Transformation et exportation	Polypropylène, fibre et de cheveux synthétique
NINA SARL	Transformation et exportation	Perruque complète, Tissage, mèches bouclées , Mèches simples, perruques
NOUVELLE SOTOTOLES SA	Production et exportation	pointes, clous, punaises, crampons appointes, agrafes ondulées ou biseautées
AFRIC-COMPOSITE	Production et exportation	meubles en matière plastique, matériaux composites (fibre de verre et résine polyester
MOUSSE CONFORT Sarl	Fabrication et exportation	meubles en caoutchouc, mousses
STP SARLU	Fabrication et exportation	sachets, de chaises, et tous autres articles de ménage en plastiques
STIL-Togo SA	Fabrication et exportation	Barres en fer ou en aciers non alliés ...
SODIGAZ SA	Stockage, Emplissage du Gaz Butane	Gaz Butanes
VAG SARL	Transformation et exportation	Savons ordinaires, détergents (granulés, liquides.)
INDUPLAST Sarl	Transformation et Exportation	Plaques, feuilles, bandes, rubans, pellicules auto-adhésifs, en plastique
AFRIC INDUSTRY - TOGO Sa	Transformation et exportation	Fibre synthétique, sachets et sacs
Etablissement MONO NEGOCE (ETS)	Transformation et exportation	meuble en bois
AUDACE DECO SARLU	Fabrication et exportation	meuble en bois
ORYX Lubrifiant SA	Production et exportation	Produits lubrifiants

Sources : ADA Consulting Africa, enquête de terrain 2012

La grande partie des industries sont dans la transformation et l'exportation des produits. Les produits finis exportés concernent massivement les produits plastiques (chaises, sachets, tuyaux, emballage en polyéthylène, nattes ...). On y trouve également les produits cosmétiques (parfum, crème, lait, pommade, talc...), les châssis en aluminium, les vitres, les produits de parures pour femmes (mèches, tissage, cheveux synthétiques, perruques,...) et les matériels de construction. Les marchés de destination sont souvent de la sous-région (Bénin, Burkina, Ghana, Mali, Niger, ..).

❖ Entreprises exportatrices du secteur agricole et sylvicole

➤ Secteur agricole

Les entreprises exportatrices du secteur agricole sont de deux catégories : celles exportant les produits traditionnels (café et cacao et le coton) et celles s'occupant des produits non traditionnels (céréales, légumineuses, tubercules, oléagineux ...).

Tableau 20: Entreprises exportatrices du secteur agricole

Entreprises exportatrices	Nature des activités	Produits exportés
Nouvelle Société Cotonnière du Togo (NSCT)	Exportation	Coton fibre, graines de coton
Société BOSSIADE SARL	Exportation	Café
Société BORGINA-INC SA (SBI)	Exportation	Café et cacao
Marline International	Exportation	Café et cacao
OLAM Togo (OLAM)	Import export	Café et cacao
SUNCAO Togo	Exportation	Café et cacao
Société Africaine de Service et de Technologie (SAST)	Exportation	Café et Cacao, Amande de karité/Noix de Cajou ; Sésame ; Soja
BIO4EVER TOGO	Exportation	Soja bio (brute)
Ets MAWUNAME International	Exportation	Feuille de manioc; Aloma; Adémè; Gboma; Bissap, aubergine; Arachide
GREENTAL SA	Exportation	Plantes ornementales
SOCIETE YENTOUMI	Exportation	Cacao, Café (calibrage)
Etablissement AFRO-VIVA	Exportation	Amandes de karité

Sources : ADA Consulting Africa, enquête de terrain 2012

Les entreprises exportatrices du café, au cours des cinq (5) dernières campagnes, ont exporté en moyenne 12 119 tonnes alors que celles du cacao avoisinent la moyenne de 11 115 tonnes (DCML,

2012). Toutefois, le volume d'exportation est faible du fait de l'insuffisance de la production nationale.

La Nouvelle Société Cotonnière du Togo (NSCT) s'occupe de l'exportation du coton. Mais, elle est confrontée à une baisse des offres exportables en raison des difficultés que son prédécesseur, la SOTOCO, a connues. Elle est actuellement en situation de relance de la filière (PNIASA ; 2011).

Au niveau des produits non traditionnels d'exportation, les entreprises sont très minimes. Toutefois, les enquêtes ont permis d'identifier quelques unes à l'instar de BIO4EVER TOGO qui fait l'exportation du soja biologique, l'Etablissement MAWUNAME International qui exporte les feuilles de manioc (*Manihot esculenta*), aloma (*Vernonia amygdalina*), adémè (*Corchorus olitorius*), gboma (*Solanum macrocarpum*), bissap (*Hibiscus sabdariffa*), l'aubergine et l'arachide. La Société Africaine de Services et de Technologie assure l'exportation des amandes de karité, des noix de cajou, du sésame et du soja alors que GREENTAL SA exporte les plantes ornementales.

En somme, le secteur agricole est dominé par des entreprises d'exportation des produits traditionnels (coton, café-cacao) dont les sociétés de commercialisation et de transformation sont présentées dans le fichier en annexe 5.

➤ Secteur sylvicole

Les entreprises du secteur du bois et de ses produits dérivés sont minoritaires au Togo, comme le signale le tableau 21 obtenu sur la base des données de terrain.

Tableau 21: Entreprises exportatrices du secteur sylvicole

Entreprises exportatrices	Nature des activités	Produits exportés
Société Ghang Long MUYE SARL	Transformation et exportation	Parquets
TOGO-BOIS	Transformation et exportation	Parquets; bois; produits finis

Sources : ADA Consulting Africa, enquête de terrain 2012

La Société Ghang Long MUYE SARL et TOGO-BOIS, sont des entreprises privées spécialisées dans la transformation et l'exportation du bois. Les produits de TOGO-BOIS sont destinés au marché de l'Union Européenne alors que ceux de la Société Ghang Long MUYE SARL sont convoyés vers la Chine.

❖ Entreprises exportatrices du secteur agro-alimentaire

Les entreprises du domaine de l'agro-alimentation sont majoritairement dans la transformation des matières premières agricoles en produits comestibles. Le tableau 22 indique celles obtenues lors des travaux de terrain.

Tableau 22 : Entreprises exportatrices du secteur agro-alimentaires et agro-industries

Entreprises exportatrices	Nature des activités	Produits exportés
Tropic Bio Production (TBP)	Transformation et exportation	Ananas séchés
Nouvelle Industrie des Oléagineux du Togo (NIOTO)	Transformation et exportation	Huile végétale, tourteaux de coton
UNIFOOD SARL(UNIFOOD)	Transformation et exportation	Bonbons, biscuits, chewing gum; Sucettes
ETABLISSEMENT SOLINGOBOU	Exportation simple	Huile de palme
AGRI-TOGO INDUSTRY SARL(ATI)	Transformation et exportation	Ananas séchés biologiques; Ananas biologique
Société Africaine de Fruits et Légumes (SAFLEG SARL)	Transformation et Exportation	Ananas et Manges Bio déshydratés
FAN MILK	Transformation et Exportation	Glace, Yaourt, Boisson non alcoolisée, sucettes
FRUIT'ART TOGO	Transformation et Exportation	Confitures
PRONATURA WEST AFRICA (PNWA)	Transformation et Exportation	ANANAS FRAIS/SECHES/JUS D'ANANAS
CAJOU ESPOIR	Transformation et Exportation	AMANDE DE NOIX D'ANACARDE
Moines de ZOGBEGAN	Transformation et exportation	Café moulu, café grain, Epices (poivre), encens
Brasserie du Bénin de Lomé (BB Lomé)	Transformation et exportation	Eau minérales, Sucrierie,
Fonds de Développement de Gadza (FOGA) :	Transformation et exportation	Gari, Tapioca, Amidon
AGBANGA KARITE ALAFIA Sarl	Transformation et Exportation	BEURE DE KARITE/SAVONS
MICROS DIS SARL	Transformation et exportation	Production de lait aromatisé, conditionné en emballages
SITRAPAL SA	Transformation et exportation	Lait et crème de lait, en poudre, teneur en matière grasses excédant 1,5%
Société des Grands Moulins du Togo (SGMT SA)	Transformation et exportation	Fromat de blé dur, farine de fromat (blé) ou méteil
VOLTIC TOGO Sarl	Exportation	Eau minérales gazéifiées, Additionnées de sucres
AGRO-FILIERES SA	Transformation et exportation	Ananas
SAFLEG Sarl	Transformation et Exportation	Tamarin, Fruits déshydratés
MAJESTAR -TOGO SARL	Transformation et exportation	Amande de cajou

Sources : ADA Consulting Africa, enquête de terrain 2012

L'agro-alimentation comprend les entreprises comme NIOTO, spécialisée dans la production et l'exportation d'huile, de FAN MILK (produits laitiers). Ce sont des entreprises de grande taille. En ce qui concerne les autres entreprises, elles font la transformation et l'exportation des fruits (ananas séchés, et mangues bio déshydratés, le beurre de karité, amande de noix de cajou).

❖ **Entreprises exportatrices du secteur artisanal**

Le secteur de l'artisanat est dominé par l'informel. Les exportations se font occasionnellement. La mission a identifié des structures comme :

- ☞ l'Etablissement Petit Prince, qui est spécialisé dans la commercialisation des statuettes et autres objets d'ornement en bois vers la France ;
- ☞ le complexe artisanal APOTO qui produit les œuvres d'art issues du batik, de la sculpture, de la teinturerie, du fer forgé, de la maroquinerie, de la vannerie, etc dont certains sont exportés ;
- ☞ l'Etablissement SANLI AFRIQUE DEVELOPPEMENT qui exporte des productions originales de l'art statuaire ou de la sculpture vers la Chine.

❖ **Entreprises exportatrices des autres secteurs**

D'autres entreprises exerçant dans d'autres secteurs ont été également explorés. Ainsi, les secteurs de services ; de pharmacie, d'automobiles ont été touchés lors de l'étude. Le tableau 23 présente l'essentiel de ces entreprises.

Tableau 23 : Entreprises exportatrices des autres secteurs touchés

Entreprises exportatrices	Nature des activités	Domaine	Produits exportés
CFAO-MOTORS TOGO (CFAO)	Import-Export	Automobiles	Voitures, Motos, pièces détachées,
ROYAL AUTO MOTORS CO	Import-Export	Moto	motocyclettes
TONG MEI Laboratoire (TOME)	Transformation et exportation	Pharmaceutique	produits pharmaceutiques
Afric Stellit Sarl	Transformation et exportation	Paramédical	Prothèses dentaires
Entreprise Togolaise des Travaux (ENTOTRA)	Construction Bâtiment/Travaux Publics	Construction de bâtiment/Travaux Publics	Construction de bâtiment/Château d'eau/Pont/Retenue d'eau
BATICOLOR	Service exportable	Entreprise de construction	Construction d'immeubles, TP

Sources : ADA Consulting Africa, enquête de terrain 2012

La CFAO-MOTORS TOGO (CFAO), est spécialisée dans l'import et export d'automobiles. Il s'agit de l'importation des voitures, motos, pièces détachées, groupes électrogènes au Togo puis la réexportation vers les autres pays de la sous-région.

Dans le domaine des services de construction de bâtiments/travaux publics, on retrouve les entreprises suivantes : l'Entreprise Togolaise des Travaux (ENTOTRA), l'entreprise CECO BTP, l'entreprise GER, l'entreprise ENTTP, l'entreprise BATICOLOR, etc. Elles offrent ses services dans la sous-région en construction de bâtiment, de château d'eau, de ponts, de retenues d'eau. Elles interviennent également dans la construction d'immeubles et des travaux publics.

Dans le secteur pharmaceutique, TONG MEI Laboratoire, société basée à Lomé, produit et exporte des produits pharmaceutiques vers la sous-région. Il existe également d'autres entreprises comme SPRUKFIELD et DALMUS qui font la fabrication des médicaments.

En ce qui concerne le domaine paramédical, l'entreprise Afric Stellit Sarl fabrique des Prothèses dentaires qu'elle exporte vers certains pays de la sous-région.

Somme toute, les entreprises/industries d'exportation sont en grande partie des unités de petites dimensions dont la plupart appartiennent aux privés. Toutefois, certaines sont de grande taille à l'instar de la Nouvelle Société des Phosphates du Togo (NSPT), West Africa Cement (WACEM), le Ciment du Togo (CIMTOGO), la Brasserie du Bénin-Lomé (BB), la Nouvelle Société Cotonnière du Togo (NSCT), la Société FAN MILK. La quasi totalité des industries/entreprises exportatrices sont basées à Lomé où l'accès aux services de transport des produits destinés à l'exportation est plus facile.

2.3.5.2. Entreprises potentiellement exportatrices

Les entreprises potentiellement exportatrices sont constituées en grande partie des entreprises du secteur informel. On les retrouve plus dans le secteur agricole, agro-alimentaire et de l'artisanat.

Dans le secteur agricole, il s'agit des entreprises ou des coopératives agricoles (groupements agricoles) locales ou les organisations paysannes qui ont des opportunités de marchés extérieurs mais sont dans l'incapacité de les satisfaire à cause de la faible production des matières premières. Au rang de ces produits, on peut citer le soja, le gingembre, la coque de noix palmiste, la noix de cajou, les tomates.

Par ailleurs, on note des entreprises unipersonnelles ou à Responsabilité limitée. A titre d'exemple, on peut citer les entreprises comme :

- ☞ la société SOJANYON Sarl basé à Notsè, spécialisée dans la transformation et la commercialisation du soja brut avec des opportunités d'exportation au Bénin, au Ghana et en Europe ;
- ☞ l'Etablissement GNOMNA ADAM basé à Dapaong (préfecture de Tône) qui est dans la commercialisation des amandes de karité, du soja et des noix de cajou avec des opportunités de marchés en Europe ;
- ☞ l'Etablissement la PLUIE situé à Tsévié qui a des opportunités d'exportation d'ananas vers le Burkina Faso et les pays du Magreb (Maroc, Tunisie, Algérie).

Pour le secteur agro-alimentaire, on retrouve en particulier des Groupements d'Intérêt Economique surtout les coopératives de transformation des produits agricoles (transformation du manioc en gari, du soja en lait, fromage, beignet, biscuit etc.). On peut citer entre autres, les Groupements Hézou d'Anié faisant la transformation du soja, le Groupement AMEN de Kpélé Govié qui s'investit dans la transformation de noix de palme en huile de palme et la société SINTO d'Anié qui produit du sucre et de l'alcool.

Dans le domaine de l'artisanat, ce sont plutôt des efforts individuels d'exportation des œuvres d'art (sculpture d'animaux en bois d'ébène : éléphant, girafe, rhinocéros, tam-tams (djimbé), bracelets, les jeux (adito).

Toutefois, ces entreprises ont affirmé qu'il existe d'énormes opportunités d'exportation de leurs produits ou production vers l'extérieur du pays (Afrique et même l'Europe) mais sont foncièrement confrontés à d'énormes difficultés financières, matérielles et en ressources humaines.

2.4. ANALYSE DES ATOUTS ET CONTRAINTES DE L'EXPORTATION DES PRODUITS AU TOGO

L'analyse de l'environnement interne (contraintes et atouts) et externe (opportunités et menaces) relative à l'exportation des produits au Togo est présentée dans le tableau 24.

Tableau 24: Analyse FFOM de l'exportation des produits au Togo

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Existence du Port Autonome de Lomé (PAL) en eau profonde, bien adaptée au transport de produits pondéreux et bien expérimenté ; • Richesses du sous-sol togolais en minerais exportables; • Conditions agro-climatiques du pays favorables à la production agricole; • Existence d'une politique nationale de développement du commerce; • Togo, pays de transit et de réexportation ; • Main-d'œuvre abondante ; • Existence au niveau du ministère du commerce et de la promotion du secteur privé, une direction du commerce extérieur (DCE) ; • Existence de nombreuses structures d'appui intervenant dans le domaine du commerce (INPIT, CCFCC, CECC) ; • Présence d'organisations professionnelles ayant pour mission de promouvoir le commerce intérieur et extérieur 	<ul style="list-style-type: none"> • Méconnaissance des dispositions réglementaires et techniques en matière d'exportation des produits au Togo ; • Ignorance pour certains et difficultés pour d'autres opérateurs économiques des procédures d'exportation des produits ; • Offre faible et peu diversifiée des produits d'exportation ; • Existence des barrières tarifaires et non tarifaires; • Réticence dans la mise en œuvre des dispositions communautaires sur la zone de libre échange ; • Faible productivité des cultures traditionnelles et non traditionnelles d'exportation ; • Moyens et équipements peu performants de beaucoup d'entreprises • Infrastructures rurales et des réseaux routiers dans les zones de production agricoles en piteux états ; • Méconnaissance des opportunités de marchés extérieurs pour les produits non traditionnels ; • Absence d'une stratégie de communication sur les procédures

<p>de leurs membres (CCIT, patronat, groupements d'entreprises, associations professionnelles, etc.) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existence d'une politique de l'artisanat validée et en cours d'adoption ; • Existence de programme de relance des filières agricoles (PNIASA) ; • Organisation de foires au Togo par le CETEF Lomé attirant des partenaires commerciaux existants et potentiels du pays ; • Cadre de concertation public/privé sur les questions de l'environnement des affaires ; • Existence de produits porteurs à fort potentialité d'exportation (soja bio, gingembre, ananas, noix de cajou, souchet, etc.) ; Etc. 	<p>relatives à l'exportation des produits vers les différents espaces commerciaux ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inexistence d'un SIM tourné vers le marché extérieur pour les produits d'exportations ; • Faible valorisation des ressources naturelles (dans le secteur agricole) ; • Taxe douanière très élevée ; • Coût élevé des facteurs de production ; • Fiscalité directe et indirecte élevée ; • Environnement des affaires peu favorables ; • Financement inadapté au besoin des entreprises ; • Etc
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Existence des niches de marché porteurs; • Ratification et effort d'harmonisation du Togo à plusieurs accords commerciaux sous-régionaux, régionaux et internationaux (OMC, AGOA, UEMAO, CEDEAO...); • Accès facile aux informations sur l'exportation des produits des pays en développement vers l'UE (site web : http://exporthelp.europa.eu) de l'UE et de l'AGOA (Point focal pays et West African Tradehub) ; 	<ul style="list-style-type: none"> • Forte concurrence des pays environnants en matière de d'exportation des produits traditionnels et non traditionnels ; • Forte concurrence des pays environnants en matière de promotion de commerce extérieur (foires, etc.) ; • Existence d'agences de promotion du commerce extérieur dans les pays de la CEDEAO ; • Exigences strictes en conformité aux standards et aux règles d'origine sur les marchés UE et USA.

Source : Résultats de l'enquête, ADA Consulting Africa, 2012

D'une manière générale, il ressort de l'analyse FFOM que le pays peut valablement s'appuyer sur les forces et opportunités qu'offrent l'environnement interne et externe pour minimiser les faiblesses et menaces qui limitent l'exploitation effective de son potentiel d'exportation.

**TROISIEME PARTIE : PROPOSITION DE STRATEGIE DE
COMMUNICATION SUR LES DISPOSITIONS
REGLEMENTAIRES ET TECHNIQUES NATIONALES**

3.1. ANALYSE DE LA SITUATION

3.1.1. Etat des lieux des stratégies de communication existantes

Le Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé (MCPSP) est l'une des composantes du gouvernement. Il est en charge du commerce intérieur et de la concurrence, du commerce extérieur, de la promotion du secteur privé et enfin du contrôle et de la métrologie légale. La revue de l'état de lieux des stratégies de communication développées a montré que le Ministère du commerce qui a changé toujours de dénomination en fonction des orientations des gouvernements successifs n'a pas eu de véritables stratégies de communication depuis les années des indépendances. Seul un outil de communication qui est un bulletin bimestriel intitulé «**Le Mercurial**» a été mis en place au cours des années 90. Mais très tôt, son fonctionnement s'est estompé en 1997 à cause des problèmes de moyens. Depuis 1997, le Ministère est sans véritables outils de communication malgré l'importance des tâches au niveau du commerce intérieur et du commerce extérieur. Il faut indiquer que le Ministère publie par moment certains prix sur certains marchés des produits agricoles dans le quotidien national Togo Presse.

Le bulletin bimestriel a souvent traité des informations liées aux prix des produits sur les différents marchés, informé les populations sur certains projets pilotés par le Ministère, fait le point sur certains accords dans le monde du commerce au niveau national et international, etc.

Il faut signaler que certaines structures comme le Comité de Coordination pour les Filières Café et Cacao (CCFCC), le Centre Togolais des Expositions et Foires (CETEF-Lomé) sont rattachées au Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé (MCPSP) dans le cadre de l'exercice de leurs fonctions alors que la Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo (CCIT), le Conseil National du Patronat (CNP), la Société de la Zone Franche du Togo (SAZOF), la Centrale des Producteurs de Céréales du Togo (CPC), etc sont des organisations interprofessionnelles qui travaillent avec le Ministère pour la promotion du commerce. On note que chaque structure dispose de sa stratégie de communication avec des outils très performants et un responsable de communication.

3.1.2. Contexte et justification de la stratégie de communication

3.1.2.1. Problèmes de communication

En matière de communication, l'état des lieux précédemment développé permet de dégager les constats ci-après :

- ☞ de façon globale, il se pose un problème de manque d'informations sur le commerce extérieur notamment les exportations ;
- ☞ la méconnaissance des accords commerciaux ratifiés par le Togo ouvrant la voie à des opportunités commerciales ;
- ☞ la non vulgarisation des réglementations commerciales (pas de centre de recherche concernant ces informations) ;
- ☞ l'inexistence d'un Système d'Information des Marchés (SIM) tourné vers le marché intérieur et extérieur ;
- ☞ le problème de communication sur les données statistiques existantes.

Par ailleurs, il a été noté l'existence d'Agence Nationale de Promotion des Exportations dans les pays de l'UEMOA hormis le TOGO et la GUINEE BISSAU. Ces agences assurent effectivement la promotion des exportations dont des actions de communication sur les dispositions réglementaires et techniques.

3.1.2.2. Justification de l'élaboration de la stratégie de communication

La mondialisation du commerce à partir des moyens de communication adaptés donne l'opportunité à l'ensemble des pays occidentaux ou africains de se positionner sur les différents marchés mondiaux. Le Togo qui a une réputation de carrefour des affaires, a acquis de ce fait, un

haut potentiel commercial. Cependant, le commerce extérieur du Togo est profondément marqué par une faiblesse des exportations alors que de grandes opportunités existent pour faire tirer le pays à un niveau plus élevé dans le système de commerce mondial qui s'installe actuellement.

Pour réparer cette insuffisance, cette mission sur l'analyse des produits et des entreprises à forts potentiels d'exportation a révélé une panoplie de produits dont la promotion arrangerait le Togo dans le cadre du commerce extérieur et des niches de marchés que notre pays pourrait saisir pour se positionner comme un petit pays à fort potentiel d'exportation de ces produits. Le déficit de communication interne et externe au niveau du Ministère en ce qui concerne le commerce dans son ensemble à travers la promotion des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) pour les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation constituent des éléments indispensables pour la réalisation de cet objectif.

Les communications intra et extranet au sein de ce Ministère et plus précisément dans les directions du commerce intérieur et extérieur souffrent de dysfonctionnements qui pénalisent la mise en place d'un système d'informations, de procédures de gestion moderne du commerce surtout extérieur lié à l'exportation. Ce qui fait que les usagers n'ont pas une bonne information et en temps réel sur leurs différentes préoccupations et attentes, bref, ils n'ont pas un système de communication approprié de diffusion des données.

Pour pallier à ce manquement, cette mission entend élaborer une stratégie de communication qui comprendra les différents moyens de facilitation de l'accès des citoyens aux services du commerce pour vulgariser les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation.

3.2. ELABORATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

La stratégie de communication consiste à réaliser une combinaison entre les objectifs à atteindre, les cibles identifiées, l'approche communicationnelle par cible, les messages susceptibles de toucher les cibles visées, les canaux de communication (conventionnels, associatifs, institutionnels) ainsi que les supports nécessaires pour obtenir les résultats attendus.

3.2.1. Cadre stratégique

3.2.1.1. Objectifs de la communication

La stratégie de communication sur les dispositions réglementaires et techniques nationales repose sur un objectif principal et des objectifs spécifiques.

❖ Objectif principal

L'objectif principal de la présente stratégie de communication est d'informer, de former et de mobiliser l'ensemble des acteurs devant composer avec le système d'exportation afin que chacun adhère au processus, comprenne et assume son rôle, s'implique dans sa mise en œuvre.

❖ Objectifs spécifiques

Cette stratégie de communication vise spécifiquement à :

- ☞ améliorer la connaissance des exportateurs sur les dispositifs réglementaires et techniques relatifs aux marchés d'exportation;
- ☞ accroître l'offre d'exportation et contribuer à diversifier la gamme des couples produits/marchés d'exportation;
- ☞ rationaliser et accroître l'efficacité du dispositif d'appui aux exportations.

3.2.1.2. Actions stratégiques

Les actions stratégiques seront centrées sur :

- ☞ la communication sur le commerce extérieur lié aux différents produits avec leurs quantités/volumes, les prix, les marchés actuels et potentiels, les normes et qualités des produits, les niches de marchés et des potentiels d'exportation pour les groupes de produits spécifiques ;
- ☞ la vulgarisation des informations sur les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation ;
- ☞ la création d'une Agence Nationale de Promotion des Exportations qui comportera un Centre d'Informations et de Promotion des exportations des produits traditionnels et non traditionnels.

3.2.1.3. Groupes cibles

La stratégie de communication requiert l'identification des groupes-cibles bénéficiaires de messages appropriés, la connaissance de leurs caractéristiques générales et de leurs comportements. Dans le contexte actuel du commerce lié à l'exportation au Togo, les cibles peuvent être classées en cinq (5) catégories ci-après :

❖ Entreprises/Industries de fabrication et d'exportation

Ce sont les entreprises de fabrication et d'exportation installées conformément aux textes et lois de la république togolaise qui sont d'une part la Brasserie, Fan Milk, Société des Grands Moulins du Togo (SGMT), NIOTO, Société Togolaise des Corps Gras (SOTOCOG), etc et d'autre part les sociétés industrielles qui sont : CIMTOGO, Société Togolaise des Plastiques (STP), Société Nouvelle des Phosphates du Togo (SNPT), West African Cement (WACEM), etc.

❖ Opérateurs économiques

Elles sont les sociétés de commercialisation et d'exportation des produits bruts ou transformés d'une part et des commissionnaires d'autre part. Ils sont souvent installés légalement car ils ont toutes les pièces justificatives afférentes.

❖ Organisations paysannes de production et de transformation

Elles concernent en outre les plateformes nationales des Organisations Paysannes et de Producteurs Agricoles ou de transformation regroupant, les organisations professionnelles agricoles (OPA) et les structures communautaires de base. On citera la Fédération Nationale des Groupements de Producteurs Coton (FNGPC), la Fédération des Unions des Groupements de Producteurs de Café et de Cacao du Togo (FUPROCAT), la Centrale des Producteurs de Céréales (CPC), la Fédération Nationale des Organisations des Maraîchers du Togo (FENOMAT), l'Union des Coopératives de Pêche Maritime Artisanale (UNICOPEMA), l'Association Nationale des Producteurs Avicoles du Togo (ANPAT), l'Association Togolaise des Transformateurs des Produits Agricoles (ATTPA).

❖ Informels

Il s'agit des établissements de commercialisation, des structures artisanales et des exportateurs occasionnels qui sont plus informels que formels.

❖ Organisations interprofessionnelles

Ces cibles comprennent :

- ☞ Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo (CCIT) ;
- ☞ Conseil National du Patronat (CNP) ;
- ☞ Comité de Coordination pour les Filières Café et Cacao (CCFCC) ;
- ☞ Coordination Togolaise des Organisations des Producteurs (CTOP) ;
- ☞ Association des Grandes Entreprises du Togo (AGET) ;
- ☞ Conseil des Exportateurs de Café et Cacao (CECC) ;
- ☞ etc.

3.2.1.4. Approches de la communication

❖ Types d'approches de communication par cible

Pour toucher chaque cible et obtenir des changements attendus, les différentes méthodes ou approches de communication appropriées se résument dans le tableau 25.

Tableau 25 : Types d'approches de communication par cible

CIBLES DE COMMUNICATION	APPROCHES DE COMMUNICATION
Entreprises/Industries de fabrication et d'exportation	<ul style="list-style-type: none"> - Multimédias (Site web, Affiches, NTIC, etc.) - Communication indirecte (Revue trimestrielle, dépliants,) - Emissions radiophoniques et télévision - Atelier de séminaires, etc - Foires et plateformes régionales - Dîners débats - Tables-rondes, etc.
Opérateurs économiques	<ul style="list-style-type: none"> - Multimédias (Site web, Affiches, NTIC, etc.) - Communication indirecte (Revue trimestrielle, dépliants,) - Emissions radiophoniques et télévision - Atelier de séminaires, etc. - Dîners débats - Tables-rondes, etc.
Organisations paysannes de production et de transformation	<ul style="list-style-type: none"> - Dîners débats - Atelier de séminaires - Communication interpersonnelle - Foires et plateformes régionales - Tables-rondes, etc.
Informels	<ul style="list-style-type: none"> - Information, Education, Communication (IEC) ; - Multimédias (Site web, Affiches, NTIC, etc.) - Communication indirecte (Revue trimestrielle, dépliants,) - Emissions radiophoniques et télévision - Atelier de séminaires, etc. - Dîners débats - Sensibilisation - Tables-rondes, etc.
Organisations interprofessionnelles	<ul style="list-style-type: none"> - Multimédias (Site web, Affiches, NTIC, etc.) - Communication indirecte (Revue trimestrielle, dépliants,) - Emissions radiophoniques et télévision - Foires et plateformes régionales - Atelier de séminaires, etc. - Dîners débats - Tables-rondes, etc.

Source : Enquête, ADA Consulting Africa ; 2012

❖ Messages par cibles

Le message est un ensemble de signes qui produisent du sens. C'est l'idée qu'on veut transmettre. Le message peut-être verbal (Son articulé), verbal direct (de bouche à oreille ou interpersonnel), verbal semi direct (par les médias), verbal indirect (codé) ou non verbale (geste, panneau, affiche, symbole, image, texte imprimé, etc.). L'élaboration du message, afin de susciter le changement de comportement des cibles, requiert une stratégie spécifique particulière pour chaque type de cible.

Grâce à des messages appropriés, véhiculés vers les cibles concernées précités par des canaux adéquats, la communication doit favoriser les changements nécessaires à la résolution des problèmes de commerce notamment ceux liés à l'exportation des produits tant conventionnels que non conventionnels.

Ainsi, le message principal sera souvent appuyé par des messages secondaires afin d'apaiser des inquiétudes, motiver l'auditoire et lui donner confiance. Les messages secondaires expliquent souvent comment les objectifs du message principal seront atteints.

Ces messages seront développés lors de la mise en œuvre de cette stratégie de communication. Cependant, des directives non exhaustives sont mentionnées dans le cadre de la mise en place du site web (Annexe 6)

3.2.1.5. Canaux et supports de communication

En communication pour le développement, les types de canaux exploités pour véhiculer le message de la source vers la cible ultime sont adaptés aux contextes national et international. Dans le cadre de cette étude, trois (3) types de canaux seront utilisés pour atteindre les résultats escomptés.

❖ Canal institutionnel

Il s'agit ici d'utiliser le canal des structures publiques et privées reconnues telles que les directions du commerce (intérieur et extérieur), les organisations interprofessionnelles, les organisations paysannes et leurs ONG, etc.

❖ Canal «média» ou médiatique

Il regroupe les organes médiatiques et les nouvelles technologies de la communication tels que la télévision, la radio, la presse écrite, l'affichage et Internet.

❖ Canal commercial

Les bulletins semestriels, les guides d'informations ou de procédures, les brochures ou autres documents produits seront distribués à travers des canaux commerciaux comme les boutiques, les librairies, les kiosques, les marchés.

Il est important de mentionner que les différents canaux et les supports de communication porteurs des messages seront choisis selon les circonstances, les cibles, l'audience, les coûts, les possibilités d'échange, la couverture géographique, etc.

3.2.2. Cadre opérationnel de la stratégie de communication

Le cadre opérationnel met en exergue les composantes de mise en œuvre de la stratégie. Ces composantes concernent la structure de coordination de l'exécution de la stratégie, le plan de renforcement des capacités et de production des supports de communication, le plan d'action ou le planning des activités, le plan de suivi évaluation de la stratégie et la budgétisation prévisionnelle.

3.2.2.1. Cadre institutionnel de mise en œuvre de la stratégie

La stratégie de communication sera pilotée par l'Agence Nationale de Promotion des Exportations à mettre en place. Elle sera une structure spécialisée dotée d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle servira d'institution d'appui à la mise en œuvre de la politique du développement du commerce. Elle veillera à ce que les activités contribuent réellement à la mise en œuvre de la présente stratégie de communication. Elle veillera également au suivi-évaluation des activités planifiées et à l'actualisation du document de stratégie. Elle collectera les informations auprès des autres ministères pour la mise à jour de la stratégie.

L'Agence sera sous la tutelle du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé. Ce dernier représenté par la DCE sera le chef de fil de la phase de mise en place de l'Agence. A cet effet, elle va mobiliser les ressources internes et rechercher l'assistance technique et financière externe nécessaire à la réussite du processus de création de la structure. Par ailleurs, l'organisation, les modalités de fonctionnement et de gestion de l'Agence seront fixées par le gouvernement sur proposition du ministère de tutelle.

3.2.2.2. Plan de renforcement des capacités et de production des supports de communication

L'exécution de la stratégie de communication exige de faire le point des supports de communication à confectionner des personnes ressources à identifier au titre de formateur ou de concepteur du contenu des supports, des responsables de l'élaboration des termes de référence pour la réalisation des tâches.

❖ Plan de renforcement des capacités

L'exécution de la stratégie exigera la mise en place des infrastructures, des équipements et de ressources humaines appropriées.

La mise en place du Centre d'Informations et de Promotion des exportations des produits traditionnels et non traditionnels nécessitera un bâtiment à construire ou à louer, un personnel composé de trois (3) membres dont un responsable du Centre, un spécialiste en exportation et un spécialiste en système d'informations. A cela, il faut ajouter les équipements (10 ordinateurs et accessoires, 3 imprimantes, 1 photocopieuse, 14 meubles complets, des étagères, etc).

Un formateur sera recruté en tant que consultant pour la mise à niveau de l'équipe en charge de la gestion du Centre. Il sera reconduit pour la formation des cibles « Informels ».

❖ Supports de communication

Parmi les supports nécessaires pour véhiculer les messages, il faut noter :

- ☞ Création d'un site web ;
- ☞ Revue trimestrielle ;
- ☞ Guides d'informations (procédures d'exportation, procédures de création des entreprises, réglementations sous-régionales, internationales, accords APE, dispositions en matière de concurrence, de normes, de métrologie légale, conditions d'obtention du certificat d'origine des produits, etc.) ;
- ☞ Spots à la radio et à la télévision ;
- ☞ Etc.

3.2.2.3. Plan d'action de la stratégie

La présente stratégie de communication couvre une période de trois (3) ans. Les premières activités s'étalent sur les douze premiers mois alors que le reste des activités se réaliseront au cours des deux prochaines années. Une évaluation des activités en fin de phase et l'actualisation du document de stratégie, permettront d'envisager les actions à long terme. Dans cette perspective, le tableau 26 ci-après présente le plan d'action. Ce plan précise les activités identifiées, la période de leur exécution, les ressources nécessaires et le responsable de leur mise en œuvre.

Tableau 26: Plan d'action

Objets de communication / Activités	Années												Responsables
	Année 1				Année 2				Année 3				
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
Création de l'Agence Nationale de Promotion des Exportations													MCPSP, DCE, PTF
Assistance technique pour la définition de l'organisation, des modalités de fonctionnement, de la gestion de l'Agence et de sa mise en place													MCPSP, DCE, PTF, Cabinets de recrutement
Recrutement du personnel													MCPSP, DCE, PTF, Consultants/Personnes ressources
Formation du personnel													MCPSP, DCE, PTF, Fournisseurs
Achat des matériels (bureaux, ordinateurs et accessoires, etc.)													MCPSP, DCE, Fournisseurs
Communication sur le commerce extérieur avec pour pôle d'exportation lié aux différents produits avec leurs quantités et volumes, les marchés actuels et potentiels, les niches de marchés et des potentiels d'exportation pour les groupes de produits spécifiques													
Elaboration du manuel de l'exportateur													DCE et Bureaux d'étude /Consultants
Mise au point des données statistiques (Collecte et traitement)													Ministères affiliés, DCE, Groupes cibles, Structures interprofessionnelles
Elaboration du profil de tous les secteurs (Agriculture et agroalimentaires, industries et mines, artisanat, etc.)													DCE et Bureaux d'étude /Consultants, Ministères affiliés,
Elaboration du profil de chaque produit exporté ou potentiellement exportable par secteur													DCE et Bureaux d'étude /Consultants, Ministères affiliés
Elaboration des annuaires des exportateurs													DCE, Bureaux d'étude/Consultants, Ministères affiliés, Groupes cibles, Structures interprofessionnelles
Elaboration d'un guide sur les instruments de financement													DCE et Bureaux d'étude /Consultants, Ministères affiliés, Structures interprofessionnelles
Confection des spots pour la radio et la télévision													DCE, Ministères affiliés, Structures interprofessionnelles, Agences de communication, Radios et Télévisions

Elaboration des rapports trimestriels													MCPSP, DCE, CIP
Evaluation des activités de communication													MCPSP, DCE, CIP, Bureaux d'étude/Consultants
Etablissement du bilan annuel													MCPSP, DCE, CIP
Elaboration du plan de communication annuel													MCPSP, DCE, CIP
Diffusion des rapports													MCPSP, DCE, CIP, Ministères affiliés, Groupes cibles, Structures interprofessionnelles, Publics et Populations

Source : ADA Consulting Africa ; 2012

3.2.2.4. Plan de suivi-évaluation de la stratégie

❖ **Système de suivi-évaluation**

Comme toute activité, les actions de la stratégie de communication méritent d'être évaluées. Il y aura donc une évaluation à mi-parcours après un an et demi, une évaluation en fin d'une action-programme et une revue annuelle de mise en œuvre.

L'évaluation des effets et impacts de la stratégie de communication permet d'assurer un suivi efficient et efficace des actions de communication programmées. Elle a pour but de mettre en exergue l'atteinte des résultats et de suivre les effets des activités mises en œuvre. Le suivi-évaluation permettra d'appréhender le degré de la mobilisation et le niveau de satisfaction de tous les acteurs concernés par la notion d'exportation. L'évaluation permettra de déterminer, de façon systématique et objective, la pertinence, l'efficacité, l'effet et l'impact des activités au regard de leurs objectifs.

Les effets de la communication en matière d'exportation concernent la mise à niveau ou la sensibilisation de l'ensemble des groupes cibles. Les moyens de vérification des effets sont :

- ☞ les études ;
- ☞ les enquêtes ;
- ☞ les sondages ;
- ☞ les guides d'entretien ;
- ☞ les questionnaires ;
- ☞ les observations participantes ;
- ☞ le feed-back (pour constater l'adhésion et la participation des acteurs à travers les rapports d'activités) ;
- ☞ etc.

❖ **Indicateurs de suivi-évaluation**

Les indicateurs ont pour fonction de permettre la vérification de l'effet produit. Ce sont des instruments qui précisent et mesurent les résultats du plan de communication. Du point de vue de l'évaluation des résultats, il est bon de savoir quels comportements ou quelles attitudes traduisent l'atteinte ou non des objectifs fixés.

Les indicateurs préciseront le niveau de réalisation des résultats, suivant les objectifs visés. Ils portent sur les objectifs ou contenus des activités, le nombre d'entreprises/Industries ou structures de commercialisation et personnes touchées, leur degré de satisfaction et les résultats obtenus.

❖ **Sources de vérification**

Les sources de vérification concernent les preuves de la réalisation effective de l'activité et des résultats obtenus. Dans le cadre de la mise en œuvre de cette stratégie, ces sources regroupent les rapports d'activités, les revues trimestrielles apparues, les guides élaborés, photographies, les rapports d'enquêtes, les cassettes radio, les feed-back volontaires ou involontaires, etc.

Le tableau 27 ci-dessous résume cette démarche d'évaluation de la présente stratégie, en présentant à titre indicatif, les objectifs de communication, les résultats attendus, les indicateurs et les sources de vérification.

Tableau 27: Résultats attendus et leurs indicateurs

Objectifs de communication	Résultats attendus	Indicateurs	Sources de vérification
Améliorer la connaissance des exportateurs sur les dispositifs réglementaires et techniques relatifs aux marchés d'exportation	Les connaissances des exportateurs en matière des dispositifs réglementaires et techniques liés à l'exportation sont améliorées	- Proportion des cibles informés et satisfaits -Proportion des documents vulgarisés	Rapports d'activités, d'évaluation, d'études, d'enquêtes, de sondages, etc.
Accroître l'offre d'exportation et contribuer à diversifier la gamme des couples produits/marchés d'exportation	- Les volumes d'exportation des produits ont accru - La gamme des couples produits/marchés d'exportation est élargie	- Proportion de nouveaux produits exportés - Proportion de nouveaux marchés conquis - Proportion des volumes des exportations en augmentation - Proportion des valeurs des exportations en augmentation	
Rationaliser et accroître l'efficacité du dispositif d'appui aux exportations	- Agence Nationale de Promotion des Exportations est créé et opérationnel	- Agence de promotion opérationnelle avec ses démembrements - Taux de fréquentation de l'agence - Qualité des informations divulguées	

Source : ADA Consulting Africa ; 2012

3.2.2.5. Budgétisation de la stratégie de communication

Le budget de la stratégie de communication s'élève à quatre cent quatre vingt quinze millions neuf cent quatre vingt huit mille cinq cent (**495 988 500**) de francs CFA.

Tableau 28 : Budgétisation de la stratégie de communication

Désignations	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant
Elaboration du manuel de l'exportateur	H/M	2	5000000	10000000
Mise au point des données statistiques (Collecte et traitement)	H/M	12	2500000	30000000
Elaboration du profil de tous les secteurs (Agriculture et agroalimentaires, industries et mines, artisanat, etc.)	H/M	12	5000000	60000000
Elaboration du profil de chaque produit exporté ou potentiellement exportable par secteur	H/M	12	5000000	60000000
Elaboration des annuaires des exportateurs	H/M	4	5000000	20000000
Elaboration d'un guide sur les instruments de financement	H/M	3	5000000	15000000
Confection des spots pour la radio et la télévision	Spot	5	1000000	5000000
Diffusion des spots	Diffusion	100	350000	35000000
Vulgarisation des opportunités commerciales	Forfait	1	5000000	5000000

Edition de la revue trimestrielle (410 exemplaires par trimestre)	Revue trimestrielle	5000	3000	15000000
Emissions radio et télévision	Emissions	10	350000	3500000
Organisation des ateliers de séminaires	Atelier	10	2500000	25000000
Elaboration des brochures, bulletins et dépliant	Edition annuelle	3	4000000	12000000
Planning des évènements (organisation des réunions liées au commerce extérieur, foires sous-régionales et internationales, etc.)	Diffusion annuelle	3	500000	1500000
Elaboration d'un guide sur les réglementations sous-régionales, internationales, accords APE, dispositions en matière de concurrence, les normes et la métrologie légale, les conditions d'obtention du certificat d'origine des produits	H/M	7	5000000	35000000
Elaboration des procédures de facilitation des échanges	H/M	3	5000000	15000000
Vulgarisation des informations	Mois	29	500000	14500000
Création d'une Agence Nationale de Promotion des Exportations				PM
Recrutement du personnel				PM
Salaires du Responsable de l'Agence	Mois	36	300000	10800000
Salaire spécialiste des exportations	Mois	36	260000	9360000
Salaire spécialiste site web	Mois	36	240000	8640000
Formation du personnel	H/M	0,25	5000000	1250000
Achat ordinateurs et accessoires	Ordinateur	10	700000	7000000
Achat d'imprimantes	Imprimante	3	350000	1050000
Achat de photocopieuse	Photocopieuse	1	500000	500000
Achat des Meubles complets	Meuble	14	100000	1400000
Achat des étagères	Etagère	6	45000	270000
Bureautiques	Année	3	1500000	4500000
Internet et téléphone	Mois	36	250000	9000000
Conception du site web	H/M	5	5000000	25000000
Lancement du site web	Organisation	1	500000	500000
Elaboration des rapports trimestriels				PM
Evaluation des activités de communication	Evaluation	2	5000000	10000000
Etablissement du bilan annuel				PM
Elaboration du Plan de communication annuel				PM
Diffusion des rapports	Diffusion annuelle	3	400000	1200000
Déplacement	Km	7000	200	1400000
Frais de supervision de la DCE et ST	Année	1	1000000	1000000
Assistance technique externe/Consultant	Mois	6	3000000	18000000
RECAPITULATIF BUDGETISATION				472 370 000
Taux des divers et imprévus (5%)				5%
Montant Divers et imprévus (5%) du coût global				23 618 500
TOTAL BUDGETISATION				495 988 500

Source : ADA Consulting Africa ; 2012

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

En somme, il ressort des analyses de cette partie que le Togo est engagé dans une politique commerciale libérale caractérisée par des mesures d'harmonisation de ces cadres politique, législatif et réglementaire avec les traités et accords auxquels le pays est partie d'une part et des mesures de libéralisation généralisée des activités économiques et commerciales d'autre part. Le pays dispose d'importantes ressources et potentialités d'offre à l'exportation qui sont insuffisamment exploitées. Ceci étant, il enregistre un faible taux d'exportation dans les échanges sur les espaces commerciaux et économiques internationaux, régionaux et sous-régionaux. A côté des produits traditionnels d'exportation, l'étude révèle l'existence de produits porteurs à fort potentialité d'exportation (produits bruts et leurs dérivés issus de la transformation) comme le soja, gingembre, ananas, noix de cajou, souchet, noix de coco et de palme, amande de karité, mangues, papaye, maïs QPM, sésame, etc.). Les entreprises et industries qui opèrent en matière d'exportation en territoire douanier sont faibles en nombre et disposent de moyens et d'équipements moins performants. La plupart des entreprises et industries de grandes envergures opèrent dans le secteur de la zone franche et bénéficient d'un dispositif fiscal très avantageux consacrant 80% de leurs productions à l'exportation. Aussi faut-il noter des entraves aux échanges de produits particulièrement ceux agricoles et agroalimentaires vers les pays importateurs en termes d'exigences strictes en conformité aux standards et aux règles d'origine aux frontières. De même, le climat d'affaires dans le pays paraît difficile et ne favorisent pas encore la compétitivité des entreprises locales en matière d'exportation.

La stratégie de communication sur les dispositions réglementaires et techniques nationales repose sur un objectif principal et des objectifs spécifiques. Elle touchera essentiellement les groupes cibles suivant : Entreprises/Industries de fabrication et d'exportation, Opérateurs économiques, Organisations paysannes de production et de transformation, Informels et Organisations interprofessionnelles.

Pour atteindre les objectifs fixés, plusieurs types d'approches seront utilisés en fonction des groupes cibles avec des messages appropriés à travers trois (3) types de canaux : canal institutionnel, canal «média» ou médiatique, canal commercial

Après l'élaboration du cadre stratégique de communication, le cadre opérationnel a mis en exergue les composantes de mise en œuvre de la stratégie. Ces composantes concernent la structure de coordination de l'exécution de la stratégie qui est l'Agence Nationale de Promotion des Exportations au Togo sous la tutelle du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé/ Direction du Commerce Extérieur, le plan de renforcement des capacités et de production des supports de communication, le plan d'action ou le planning des activités, le plan de suivi - évaluation de la stratégie et la budgétisation prévisionnelle qui est de l'ordre de quatre cent quatre vingt quinze millions neuf cent quatre vingt huit mille cinq cent (495 988 500) francs CFA.

La réalisation de cette stratégie de communication nécessite la volonté des premiers responsables de ce Ministère à l'exécution volontaire des activités programmées d'une part et à la recherche des ressources financières qui constitue l'une des conditions de réalisation d'autre part.

A la lumière des résultats de cette étude, les recommandations suivantes ont été formulées:

- ☞ Faciliter le commerce extérieur par l'adoption de mesures pratiques (facilité de création d'entreprise, octroi de permis de construire, raccordement à l'électricité, transfert de propriété, protection des investisseurs, paiement d'impôts, commerce transfrontalier, d'exécution de contrat et de solutionnement de l'insolvabilité) pour l'amélioration du climat d'affaires des entreprises et industries exportatrices ;
- ☞ Mettre en place dans un bref délai l'appui institutionnel et opérationnel au développement des exportations togolaises par la création de l'Agence Nationale de

Promotion des Exportations qui doit se doter d'une Stratégie Nationale de Développement et de Promotion des Exportations Togolaises ;

- ☞ Adapter les systèmes et l'environnement des filières agricoles pour une exploitation maximale des potentialités des produits togolais sur les marchés sous-régional, régional et international d'une part et pour l'exploitation optimale des complémentarités entre les matières premières agricoles et les industries agro-alimentaires orientées vers l'exportation d'autre part.

BIBLIOGRAPHIE

1. Etude diagnostique pour l'intégration du commerce (EDIC Togo) – Relancer les secteurs traditionnels et préparer l'avenir : une stratégie de croissance tirée par les exportations- Organisation Mondiale du Commerce- Examen des politiques commerciales- Rapport du Secrétariat – (2006)
2. Programme National d'Investissement Agricole et de Sécurité Alimentaire –PNIASA – Plan d'Investissement 2010-2015-Document du MAEP (Juin 2010)
3. Togo Note de politique sur le climat d'investissement, (document de la Banque Mondiale Mai 2011)
4. Relancer les Secteurs Traditionnels, et Préparer l'Avenir : Une Stratégie de Croissance Tirée par les Exportations – Mémoire Economique du Pays et Etude Diagnostique pour l'Intégration du Commerce (Mai 2010) (1ère et 2ème partie),
5. Etude régionale sur le secteur des services en Afrique de l'Ouest – CEDEAO –TradeCom Facility- (décembre 2010)
6. Système d'information de la FAO sur l'eau et l'agriculture, 2005
7. Rapport économique, financier et social, 2010 (Ministère de l'Economie et des Finances)
8. International Trade Center, 2012
9. **Consultation des sites web :**
10. <http://www.zonefranchetogo.tg> (zone franche togolaise)
11. <http://www.ccr.uemoa.int/> (Chambre Consulaire Régionale de l'UEMOA : CCR-UEMOA)
12. <http://www.ccit.tg/> (Chambre du commerce et d'industrie du Togo)

ANNEXES

Annexe 1 : Termes de références

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Togo a une réputation mondiale de carrefour des affaires. Il a acquis de ce fait, un haut potentiel commercial qui a été malheureusement mis à mal par la crise sociopolitique qu'a connue le pays. La situation économique et sociale s'est ainsi détériorée, mettant à mal le processus de développement national. Au plan économique, les principales activités économiques du Togo sont l'agriculture, l'exploitation du phosphate, du ciment, du clinker et le commerce. L'agriculture emploie deux tiers de la population et représente environ 45 % du PIB. Le secteur secondaire (notamment les phosphates, la fabrication de ciment, la construction et l'énergie) emploie environ 12 % de la population et représente environ 22 % du PIB. Le secteur des services, dominé par le commerce et le transport, emploie environ 21 % de la population et génère environ 33 % du PIB. Le Produit Intérieur Brut (PIB) a connu une évolution assez stable sur la période 2005-2009 est contenu dans une fourchette moyenne de 2.6%. Les estimations arrêtées en septembre 2010 par le Comité PIB donnent un taux de croissance réel de 3.2%¹².

Par ailleurs, le commerce extérieur du Togo est profondément marqué par une forte hausse de ses importations en valeur et surtout en quantité entraînant une dépendance structurelle de l'extérieur pour les produits de consommation. On assiste ainsi à un déficit de la balance de paiement et un appauvrissement de la population togolaise. Les activités commerciales sont devenues très peu diversifiées et caractérisées par des distorsions imputables notamment à la prépondérance des opérateurs informels. Le commerce intérieur porte généralement sur des produits importés et le commerce extérieur sur quelques produits agricoles essentiellement exportés sous forme brute.

De manière générale, les activités commerciales se caractérisent par une faiblesse structurelle qui se reflète dans les principaux indicateurs ci-après : (i) une balance commerciale déficitaire ; (ii) une économie fortement dépendante d'un nombre réduit de produits d'exportation (ciment, clinker, phosphates, coton) ; (iii) une baisse tendancielle de l'exportation de certains produits tels que le café et le cacao ; (iv) la disparition ou la quasi-disparition de certains produits d'exportation (ricin, kapok, coprah, palmiste, karité) en dépit de l'existence d'une demande internationale forte. La faible exploitation des potentialités d'exportation du Togo provient d'une coordination insuffisante entre les structures de réglementation, de la faiblesse du dispositif, d'un manque d'information sur les marchés à l'export, de la faiblesse et de l'irrégularité de la production, ainsi que des problèmes liés à la qualité des produits. L'offre exportable est limitée par le faible volume de la production manufacturière nationale. Les produits manufacturés qui sont généralement exportés sont des produits dérivés de l'agriculture, de la pêche ou des produits de confection textile et ne représentent qu'une faible partie de la production nationale.

Face à ce constat, le Gouvernement le Gouvernement s'engage-t-il à faire bénéficier au secteur du commerce des actions tendant à sa diversification et à l'exploitation de différentes opportunités offertes sur le plan international. Certains produits à forte potentialité devraient être promus, en particulier les produits exotiques et de contre-saison. Des zones d'exportation non encore explorées devront être également prospectées.

Dans cette perspective, les mesures prioritaires ci-après seront mises en œuvre : (i) l'élaboration et la mise en œuvre de la politique commerciale ; (ii) la promotion du commerce intérieur ; (iii) le renforcement des activités de promotion du commerce extérieur ; (iv) le renforcement des activités du Ministère chargé du commerce en fonction de l'objectif de promotion du commerce extérieur ; (v) l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie de développement du commerce ; (vi) la finalisation et la mise en œuvre, avec l'appui des partenaires, du programme cadre intégré d'assistance technique liée au commerce en vue de la promotion de la croissance dans le cadre de la Déclaration de Doha.

De même, le pays s'est impliqué activement dans le Programme de l'Accord de Partenariat Economique pour le Développement (PAPED) qui est une initiative de la région Afrique de l'Ouest (AO) pour répondre à l'objectif de faire de l'Accord de Partenariat Economique (APE) un véritable outil de développement. Le PAPED est fondamentalement axé entre autre sur la diversification et l'accroissement des capacités de production, **le développement du commerce intra-régional et la facilitation de l'accès aux marchés internationaux**. Dans son programme de développement du commerce, le Togo éprouve un grand intérêt pour le renforcement et l'amélioration de sa position de place commerciale et de pays de transit en Afrique de l'ouest. C'est dans cette perspective que le pays tient à servir de centre de relais aux importations et aux exportations des pays voisins et surtout des pays sans littoral. Au delà de cette

¹²Rapport économique, financier et social, 2010

préoccupation au niveau national, régional et continental, le Togo n'est pas resté en marge du nouveau contexte économique et commercial international.

Dans ce contexte, il apparaît opportun d'investiguer l'offre d'exportation du Togo et de connaître les marchés extérieurs des exportateurs pour des actions promotionnelles à entreprendre dans le futur à travers la mission « l'identification du potentiel **d'exportations vers les marchés de la CEDEAO, le marché africain et international** ».

1. OBJECTIFS

L'objectif général de la mission du cabinet est d'appuyer le Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé pour disposer des informations sur le potentiel d'exportation et les marchés extérieurs des exportateurs du Togo en vue de la promotion des exportations du pays vers le marché de la CEDEAO, le marché africain et international.

De manière spécifique, il s'agit de :

- Inventorier et établir un fichier des produits exportables ;
- Inventorier et établir un fichier des entreprises exportatrices ;
- Identifier le potentiel exportable en quantité ou en volume pour chaque produit et service ;
- Cerner l'évolution des marchés des produits de base du secteur privé ;
- Déterminer les niches de marchés et des potentiels d'exportation pour un groupe de produits ;
- Répertoire les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation ;
- Elaborer une stratégie de communication pour vulgariser les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation.

2. RESULTATS ATTENDUS

Les résultats attendus de l'intervention du cabinet sont :

- un inventaire et un fichier des produits exportables sont établis;
- un inventaire et un fichier des entreprises exportatrices sont disponibles;
- le potentiel exportable en quantité ou en volume pour chaque produit et service est déterminé;
- l'évolution des marchés des produits de base du secteur privé est connue;
- des niches de marchés et des potentiels d'exportation pour un groupe de produits sont spécifiés;
- les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation sont répertoriées;
- une stratégie de communication pour vulgariser les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation est élaborée.

3. DESCRIPTION DETAILLEE DES TACHES DU CABINET

Le cabinet est appelé à exécuter les tâches ci-après :

- Faire l'état des lieux des produits exportables et des entreprises exportatrices ;
- établir un fichier des produits exportables et un fichier pour les entreprises exportatrices ;
- identifier le potentiel exportable en quantité ou en volume pour chaque produit et service ;
- organiser des rencontres sectorielles afin d'échanger avec le secteur privé sur l'évolution des produits de base ;
- identifier et informer sur l'existence des niches de marchés et des potentiels d'exportation pour un groupe de produits ;
- Elaborer une stratégie de communication pour vulgariser davantage les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation ;
- produire des rapports appropriés.

4. METHODOLOGIE

Le cabinet proposera l'approche méthodologique à adopter pour réaliser la mission. Cependant, elle prendra en compte :

- la revue des fonds documentaires existants relatifs à la mission;
- la rencontre avec les acteurs du secteur pour recueillir les données et informations ;
- le dépouillement et traitement des données et ;
- l'élaboration des différents rapports.

5. RAPPORTS ATTENDUS DE LA MISSION

Le Cabinet devra prendre les dispositions en vue de produire les rapports ci-après :

- un rapport préliminaire faisant le point sur l'état des lieux sur les produits exportables et les entreprises exportatrices et des fichiers;
- un rapport préliminaire amélioré : (i) prenant en compte les observations et amendements faits au premier rapport préliminaire ; et (ii) faisant le point sur l'état des de l'évolution des produits de base à la suite de la rencontre sectorielle d'une part et sur des niches de marchés et des potentiels d'exportation existant d'autre part;
- un rapport provisoire : (i) prenant en compte les observations et amendements faits au rapport préliminaire amélioré ; et (ii) faisant le point sur les dispositions réglementaires et techniques nationales en matière d'exportation et sur la stratégie de communication en vue de vulgariser davantage les dispositions réglementaires et techniques nationales;
- un rapport final intégrant les observations et amendements sur le rapport provisoire.

6. PROFIL DU CONSULTANT

Le cabinet devra avoir plus de 14 ans d'expériences en matière de consultation et de réalisation des études pour des organisations internationales de développement et effectuer minimum plus de trois 3 plusieurs missions dans le domaine de la commercialisation des produits par filière.

Le cabinet doit avoir une expérience spécifique en matière de Plaidoyer et lobbying pour la réduction des tracasseries routières et douanières liées au commerce transfrontalier.

En outre le cabinet devra avoir une expérience spécifique sur les filières porteuses au Togo ainsi qu'en matière d'élaboration de plan de commercialisation et d'exportation des produits par filière.

Le cabinet devra présenter une équipe ayant les profils suivants:

- **Un chef de mission, profil socio-économiste ou agro-économiste**

Il doit avoir au moins plus de 15 ans d'expérience pertinente des questions de planification et d'élaboration de plan de commercialisation et d'exportation de produit agricole ou agro – industriel.

- **Un expert agronome**

Il doit avoir au moins 10 ans d'expérience. En outre, l'expert devra avoir une expérience pertinente des questions de planification et d'élaboration de plan de commercialisation et d'exportation de produit agricole ou agro – industriel. L'expert doit avoir une expérience en matière de collecte et d'élaboration base de données. Une expérience en matière d'organisation de rencontre avec le secteur privé est un atout.

- **Un expert junior économiste ou agro industriel**

Il doit avoir au moins 5 ans d'expérience. En outre, l'expert devra avoir une expérience pertinente des questions de planification et d'élaboration de plan de commercialisation et d'exportation de produit agricole ou agro – industriel. L'expert doit avoir une expérience en matière de collecte et d'élaboration base de données. Une expérience en matière d'organisation de rencontre avec le secteur privé est un atout

7. DUREE DE LA MISSION

8.1. Durée et lieu de travail

La durée calendaire de l'étude est de 60 jours. Elle court depuis le démarrage effectif de l'étude sur le terrain jusqu'à la réunion avec l'Administration au cours de laquelle il sera procédé à la remise du rapport provisoire du Consultant et du rapport-synthèse (résumé) en plusieurs exemplaires chacun.

Le tableau ci-après repartit le nombre de jours de prestation attendus de chaque expert. Ce tableau pourrait être modifié en fonction de besoins après concertation entre les parties.

Experts	Durée de la mission (en jours)
chef de mission, Cat 1	60
Expert 2, cat II	45
Expert 3, cat III	45

Annexe 2 : Questionnaire adressé aux entreprises/industries exportatrices

Préambule :

Ce questionnaire entre dans le cadre de la recherche de solutions pour une meilleure promotion des exportations des entreprises/industries exportatrices au Togo vers le marché de la CEDEAO, le marché africain et international. Il est donc élaboré sur demande du Ministère du commerce et de la promotion du secteur privé et de la Francophonie à travers le Projet AIRPEC. Ainsi, nous tenons à souligner que **les informations recueillies n'auront aucune incidence négative sur l'entreprise.**
Merci d'avance de votre collaboration!!!

Nom de l'enquêteur _____ Date de l'enquête _____
 Nom et prénoms du répondant _____ Fonction dans l'entreprise _____
 Région économique (à préciser) : _____ Préfecture _____
 Lieu de l'enquête (A préciser) : Ville Canton Village

SECTION 1 : IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE/INDUSTRIE

1.1. Veuillez nous fournir les informations suivantes relatives à votre entreprise/industrie d'exportation

Questions	Réponses
Nom/Dénomination sociale :	
Sigle de l'entreprise :	
Nom du Responsable : Nationalité.....
Date de création :	
Adresse Postale	
Rue, Rue, quartier.....
Téléphone :	
Faxe :	
E-mail ou courriel :	
Site web :	http://www .
Pays et ville :	Pays :..... Ville :.....
Année d'installation :	
Statut :	<input type="checkbox"/> SARLU : Société à Responsabilité Limitée Unipersonnel..... <input type="checkbox"/> SA : Société Anonyme <input type="checkbox"/> SARL : Société à Responsabilité Limitée <input type="checkbox"/> ETS : Etablissement
Catégorie de l'entreprise : (Ne cocher qu'une réponse)	<input type="checkbox"/> Petite entreprise ; <input type="checkbox"/> Moyenne entreprise ; <input type="checkbox"/> Grande entreprise <input type="checkbox"/> Petite industrie ; <input type="checkbox"/> Moyenne industrie ; <input type="checkbox"/> Grande industrie
Taille du personnel : (A préciser)	
Niveau de couverture :	<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> National <input type="checkbox"/> International
Secteur d'activités	<input type="checkbox"/> Exportation simple <input type="checkbox"/> Transformation et exportation <input type="checkbox"/> Import Export..... <input type="checkbox"/> Services exportables (à préciser)

1.2. Statut, autorisation d'installation, carte d'opérateur économique de l'entreprise/industrie ? (NB : Ne cocher qu'une seule réponse)

1.2.1.	Quel est le statut de votre entreprise/industrie : <input type="checkbox"/> Public <input type="checkbox"/> Parapublic <input type="checkbox"/> Privé <input type="checkbox"/> Organisation internationale <input type="checkbox"/> Organisation professionnelle <input type="checkbox"/> Organisation intergouvernementale <input type="checkbox"/> Autre (Précisez):.....
--------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.2.2	L'entreprise/industrie dispose-t-elle d'une autorisation d'installation ?
	<input type="checkbox"/> Oui, si oui, (précisez le numéro, la date et la référence) ----- <input type="checkbox"/> Non
1.2.3	L'entreprise/industrie dispose-t-elle d'une carte d'opérateur économique ?
	<input type="checkbox"/> Oui, si oui, (précisez le numéro, la date et la référence) ----- <input type="checkbox"/> Non

SECTION 2 : SECTEURS/SOUS SECTEURS D'ACTIVITES DE L'ENTREPRISE/INDUSTRIE

2.1. Dans quels secteurs/sous secteurs opère votre entreprise/industrie pour l'exportation des produits?

1 Minier 2 Industriels
3 Agro-alimentaire 4 Halieutique
5 Agriculture 6 Artisanat
7 Autres (A préciser)

2.2. Pour chaque secteur/sous secteur, veuillez préciser les produits qui sont exportés par votre entreprise/industrie (Remplir le tableau ci-après)

SECTEUR	PRODUITS EXPORTES PAR L'ENTREPRISE
Minier	
Industriels	
Agro-Alimentaire	
Halieutique	
Agriculture	
Artisanat	
Autres (à Préciser)	

SECTION 3 : CARACTERISTIQUES DES PRODUITS EXPORTES

3.1. Quelle est la nature des produits que l'entreprise/industrie exporte ? Veuillez remplir le tableau ci-après.

PRODUITS EXPORTES	NATURE (NB :Est-ce un produit à l'état brute, congelé, transformé, vivant, matière premières,)

3.2. L'entreprise/industrie possède-t-elle un système de contrôle de la qualité des produits exportés?

- Non, aucun
 Bonnes pratiques de transformation simple
 Norme ISO (à préciser) :
 Autre (spécifiez) :

3.3. Les produits exportés par votre entreprise/l'industrie sont-ils certifiés ? Si oui, veuillez nous préciser, le type de certification ?

3.4. Quelle est la qualité demandée par les consommateurs des pays par rapport à vos produits d'exportation ?

PRODUITS EXPORTES	QUALITES EXIGEEES

3.5. Pour chaque produit et service d'exportation offerte, veuillez nous fournir la quantité ou le volume exporté au cours de ces cinq (5) dernières années ? Remplir le tableau ci-après.

Produits exportés	QUANTITE/VOLUME PAR ANNEE (Préciser l'unité)				
	2007	2008	2009	2010	2011

3.6. Pour chaque produit et service d'exportation, veuillez nous fournir les informations sur l'évolution des prix

Produits exportés	EVOLUTION DES PRIX PAR ANNEE (Préciser l'unité : kg ou tonne)				
	2007	2008	2009	2010	2011

3.7. Comment appréciez-vous la quantité/volume offert par l'entreprise/industrie par rapport à la demande du marché extérieur ?

- Très Suffisant (aller à 3.9) Suffisant (aller à 3.9)
 Insuffisant

3.8. Si l'offre de vos produits d'exportation est insuffisante par rapport à la demande sur le marché extérieur, veuillez nous donner les raisons valables de cette situation ?

3.9. A votre connaissance, existe-t-il d'autres produits à potentialité exportables dans votre secteur d'activité dont l'offre est faible ou inexistant par rapport à la demande sur le marché extérieur au Togo?

- 1 Oui (Aller compléter le tableau ci-après) 2 Non (Passer à la section 4)

Veuillez nous préciser dans ce tableau les produits et les marchés potentiels d'exportation

PRODUITS	MARCHES POTENTIELS

SECTION 4 : CIRCUIT DE COMMERCIALISATION (APPROVISIONNEMENT ET D'EXPORTATION)

4.1. PRODUITS EXPORTES, LIEUX D'APPROVISIONNEMENT ET ACTEURS IMPLIQUES

4.1.1. Lieux d'approvisionnement au Togo

Produits	Lieux d'approvisionnement	Acteurs impliqués

4.2. DESTINATION DES PRODUITS ET SERVICES D'EXPORTATION

4.2.1. Quels sont les marchés de destination de vos produits/services d'exportation ?

- Marchés intra-régionaux : CEDEAO et UEMOA (à préciser) _____
- Marchés régionaux africains (à préciser) _____
- Marchés de l'UE (à préciser) _____
- Marchés des USA, etc. _____
- Autres (à préciser) _____

4.3. Pour chaque produit, veuillez nous préciser spécifiquement les marchés de destination ?

PRODUITS EXPORTES	Marchés de destination	Part représentée sur l'ensemble des marchés

4.4. Quels sont les modes adoptés par rapport au transport des produits d'exportation ?

PRODUITS EXPORTES	MODES DE TRANSPORT (Avion, bateaux, camion...)	Prix de transport (à préciser)

4.5. Quelles sont les contraintes que vous rencontrez dans l'exportation de vos produits ?

SECTION 5 : REGLEMENTATION EN MATIERE DE L'EXPORTATION

5.1. Avez-vous connaissance de la réglementation en matière d'exportation des produits au Togo ?

- 1 OUI
- 2 NON

5.2. Si oui, veuillez nous les citer :

5.3. Quelle stratégie de communication, pouvez-vous nous proposer pour une meilleure vulgarisation des dispositions réglementaires en matière d'exportation des produits

Annexe 3 : Liste des personnes rencontrées

Noms et prénoms	Structures	Postes occupés	Contacts
Mme Peace Abla KPONYO	Projet AIRPEC	Coordonnatrice	90 21 27 72
M. KAVEGE Yawo Gilbert	Chambre du Commerce et d'Industrie du Togo (CCIT)	Responsable Service Fichier Consulaire/Observatoire Economique	90 14 19 39
M. ATCHOSSIN Raphael	CCIT-Plateaux	Responsable de la délégation	90 39 22 75
TAMEKLOE Akoli M.	Direction du Conditionnement et de la Métrologie Légale	Chef Division Super Contrôle	90 06 51 54
GALLEY Nyédji Komla	Direction du Commerce Extérieur	Directeur	90 04 45 50
TEWOU Novissi Dodzi	SOJA NYO SARL	Directeur Général	90 10 38 70
Mme PAGNA Kibanou E.	CCIT-Kara	Responsable de la Délégation	98 31 89 18
M. OURO-TAGBA	Chambre régionale d'agriculture-Kara	Secrétaire	91 30 65 78
NAPO Allassane	PEA Ignane Bassar	Président	90 36 64 45
TIWA Raphael	CODHANI	Vice-président	90 94 78 98
BATANTA Sohoulana	CIDAP	Coordonnateur par intérim	90 25 65 61
FODA Koumateh	Chambre régionale d'agriculture-Centrale	Secrétaire Général	90 03 28 81
Mme KPATCHA Kadanga	Direction Régionale du Commerce Intérieur et de la Concurrence-Région Centrale	Directrice intérimaire	91 98 08 76
M. KODJO	Ministère du Développement à la Base, de l'artisanat, de la jeunesse et de l'emploi des jeunes	Point Focal Sokodé	90 08 96 06
AGBEKPONOU Elpidio	SNPT	Directeur commercial	23 31 80 05
KOAWOU Jérôme Emilien	WACEM	Directeur Commercial	23 39 63 61
ASSIDJAH Kpobie	CCIT-Maritime	Responsable de la Délégation	90 15 21 17

Annexe 4 : Entreprises/Associations d'entreprises ayant refusé de fournir des informations

N°	NOMS DES ENTREPRISES	STATUTS	ACTIVITÉS
1	DALMUS G CIA	SA	Produits pharmaceutiques, Cosmétiques/agro alimentaires
2	DOLPHIN TRADE COMPANY	SARL	Café-cacao
3	ECLAT SARL	SARL	Eponges métalliques et tampons de laine d'acier
4	ETG - TOGO	SARL	Café-cacao
5	GPT	SARL	Café-cacao
6	INTERNEGOCE		Tourtereaux de grains de coton
7	IMEXCAO – TOGO	SARLU	Café-cacao
8	INDUSPLAT SARL	SARL	Production de sachets films en polypropène
9	NINA SARL	SARL	Tissage (lambada, love, tail) mèches bouclées (nina culry, nina short curly) Mèches simples (tresse) perruques
10	ROYAL AUTO – MOTOR CO LTD	SARL	montage de motocyclettes
11	Brasserie du Bénin Lomé	SA	Boissons
12	ORYX LUBRIFIANTS TOGO	-	Production de lubrifiants pour différentes applications
13	STP SARLU	SARLU	Fabrication de sachets, de chaises, et tous autres articles de ménage en plastiques
14	WACEM	S.A.	Fabrication du ciment
15	CIMTOGO	S.A.	Fabrication du ciment
16	AGET	-	-

Annexe 5 : Fichier des entreprises et industries exportatrices

N°	Région économique	Localité	Raison sociale de l'entreprise	SIGLES	Adresses Postales	Rues	Téléphones	E-mail	Statuts	Nature des activités	Produits exportés	Marchés de destination
SECTEUR MINIER/EXTRACTIVE												
1	Maritime	Lomé	M M MINING SA	M M M SA	BP : 80 124 Lomé-Togo	Cité OUA	Tél: (00228) 22 26 64 47/22 26 64 48/90 09 24 79		SA	Exportation	MINERAIS DE FER	Allemagne
2	Maritime	Lomé	CIMTOGO							Exportation	CIMENT	
3	Maritime	Tabligbo	West Africa Ciment SA	WACEM SA			Tél: (00228)22 27 90 62			Exportation	CIMENT/Clinker	
4	Maritime	Kpémé	Société Nouvelle des Phosphates du Togo	SNPT	BP:379 Lomé-Togo		Tél: (00228) 22 21 39 01 ou 23 31 80 13 ou 23 38 63 03	snpt@phosphatesdutogo.com	Mixte	Exportation simple	Phosphate brute (marchand)	Marché africain (Afrique du Sud); Europe de l'Est; Inde; Amérique latine
5	Maritime	Lomé	Pierres Ornementales et Marbres du Togo	POMAR SA	BP:14067 Lomé-Togo	Quartier Bè	Tél: (00228) 22 22 23 20		SA	Extraction et exportation	Marbres	UE (Espagne)
SECTEUR AGRICULTURE/SYLVICULTURE												
6	Maritime	Lomé	Société BOSSIADÉ SARL		BP: 4461 Lomé Togo	Rue des plantins, quartier: Assivito	Tel: (00228) 22 22 96 45 ou 22 20 05 87		SARL	Exportation simple	Café	Voir métrologie
7	Maritime	Lomé	Société BORGINA-INC SA	SBI	BP: 14038 Lomé-Togo	79 Rue ioumanou, quartier Kpéhénou	Tél: (00228) 22 20 99 01 ou 22 20 99 00 ou 32 20 66 37	sociétéborgina@yahoo.fr	SA	Exportation simple	Café-cacao	Europe
8	Maritime	Lomé	Marline International		03BP:30656 Lomé-Togo	282, Rue AGP, Quartier: Agbalépédo	Tél: (00228) 22 25 02 83	www.marlineinternational.com	SARL	Exportation simple	Café-cacao	UE(Hollande et Italie)
9	Maritime	Lomé	BIO4EVER TOGO	BIO4EVER TOGO	BP:4425 Lomé-Togo	Boulevard haho, Qurtier: Hountigomé	Tél: (00228) 90 94 51 53 ou 22 33 49 91	christopheakaba@gmail.com	SARLU	Exportation simple	SOJA BIO	UE (Espagne, France,Italie);
10	Maritime	Lomé	OLAM Togo	OLAM	BP: 61212 Lomé Togo	52, rue l'espérance, quartier Tokoin cica Toyota	Tél:(00228) 22 20 31 46 ou 22 20 31 45		SARL	Import export	Café-cacao	Marché africain: Maroc, Algérie; UE: Pays Bas, Italie; Belgique, Asie: Malaisie
11	Maritime	Lomé	SUNCAO Togo	SUNCAO Togo		Quartier: cacavéli	Tél: (00228) 90 78 65 20		SARL	Exportation simple	Café-cacao	UE(France)
12	Maritime	Lomé	Ets MAWUNAME International		BP:60687 Lomé-Togo	Quartier Anfamé, Maison 537	Tél: (00228) 90 14 65 00		Etablissement	Exportation simple	Feuille de manioc; Aloma; Epinard; Adémè; Gboma; Bissap, Obergine; Arachide	UE (France)
13	Maritime	Lomé	GREENTAL SA	GREENTAL SA	BP:1666 Lomé-Togo		Tél: (00228) 22 51 34 99	Mail:greental.togo@yahoo.fr	SA	Exportation simple	Plantes ornementales	UE
14	Maritime	Lomé	Ets YOYO		BP:60747 Lomé-Togo	997 Rue Cimétière, quartier: Bè-Kpota	Tél: 90 01 89 09 ou 90 05 66 73		Etablissement	Exportation simple	Poissons; Légumes et Arachides	UE (France, Allemagne, Grande Bretagne, Belgique, Pays Bas)
15	Plateaux	Lomé	Nouvelle Société Cotonnière du Togo	NSCT	BP:219 Atakpamé-Togo		Tél: (00228) 24 40 01 53 /22 21 68 00 /24 40 00 33 /22 22 49 57	nsct.dgat@togo-imet.com	Mixte	Production/ExportationCommercia lisatio,	Coton fibre, graines de coton	Asie, Afrique (Maroc)
16	Maritime	Lomé	Société Africaine de Service et de Technologie	SAST SA	BP: 80227 Lomé	422rue Hihéatro qtier Super Taco	Tél (00228) 22 22 07 04/ 22 20 12 98	sasttogo@yahoo.fr	SA	Exportation	Café/Cacao/Amande de karité/Noix de Cajou/Sésame/Soja	Italie
17	Maritime	Lomé	SOCIETE YENTOUMI		BP: 8167 Lomé	Zone portuaire	Tél: (00228) 22 27 44 70/22 27 44 71	societeyentoumi@yahoo.fr	SA	Exportation	Cacao, Café (calibrage)	UE
18	Maritime	Lomé	Établissement AFRO-VIVA	Ets AFRO-VIVA	11 BP: 86 Lomé-Togo				Ets	Exportation	Graines de karité	Chine

N°	Région économique	Localité	Raison sociale de l'entreprise	SIGLES	Adresses Postales	Rues	Téléphones	E-mail	Statuts	Nature des activités	Produits exportés	Marchés de destination
36	Maritime	Lomé-Agoè	BRASSERIE BB Lomé SA	BRASSERIE BB Lomé SA	BP:896 Lomé-Togo	169, Agoenyive route d'Atakpamé, face Etat major , Route National N°1	Tél: (00228) 22 25 16 84/85 , Tél: (228) 225 39 04 / 84 / 85 Fax: 22 27 74 64	www.bblome.com , Mail: bblome@bblome.com	SA	Transformation et exportation	Eau minérales, Sucrierie,	Mali, Bénin, Niger, Burkina, France, Ghana
37	Maritime	Lomé	VOLTIC TOGO Sarl	VOLTIC TOGO Sarl	BP : 80 829 Lomé Togo	295, Rue de la Gare, (Angle Rue Sovinto)	Telephone: (+228) 22 20 63 82 / 22 22 64 51, FAX: (228) 22 21 72 94	www.voltic-group.com , E-mail : voltictogo@white-ways.com	Sarl	Exportation	Eau minérales gazéifiées, Additionnées de sucres	Burkina, Bénin, Ghana, Niger
38	Maritime	Lomé	AGRO-FILIERES SA	AGRO-FILIERE SA	BP:20219 Lomé	Zone franche industrielle	Tél: (00228) 22 26 68 65/66	Mail: agrofiliersa@yahoo.fr , web: http://ananas-agrofiliere.org	SA	Transformation et exportation	Ananas	Italie, Pays-Bas
39	Maritime	Village	ETABLISSEMENT SOLINGOBOU	ETABLISSEMENT SOLINGOBOU	05BP:811 Kévé-Togo	Quartier Noépé (Frontière ghana-Togo)	Tél: (00228) 90 33 49 71		Etablissement	Exportation simple	Huile de palme	CEDEAO (Nigéria: Kano)
40	Maritime	Lomé	SAFLEG Sarl	SAFLEG Sarl	B.P : 3629 Lomé	Zone Franche Industrielle	Tél : (00228) 22 25 16 09 / 22 21 31 36 Fax: (00228)22 21 50 54		Sarl	Transformation et Exportation	Tamarin, Fruits déshydratés	France
41	Maritime	Lomé	MAJESTAR –TOGO SARL	MAJESTAR –TOGO SARL			Tél: (00228) 90 04 27 48		SARL	Transformation et exportation	Amende de cajou	Afrique et UE
SECTEUR INDUSTRIEL												
42	Maritime	Lomé	BOSS INDUSTRIE SA		BP: 4461 Lomé Togo	Sanguéra (Klémé)	Tel:(00228) 22 22 96 45 ou 22 20 05 87	bossiadekoudjo@yahoo.fr	SA	Transformation et exportation	Tuyaux plastiques, chaises en plastiques	Bénin; Burkina-Faso
43	Maritime	Lomé	Etablissement BATICOLOR	BATICOLOR	BP: 4927 Lomé Togo	Pharcie Fidélia; Quartier: Bé-Kpota	Tel: (00228) 22 35 40 00	Baticolor@yahoo.fr	Etablissement	Service exportable	Construction d'immeubles, TP	Zone UEMOA
44	Maritime	Lomé	Société Industrielle de Plastique	SOCIPLAST	01BP:4097 Lomé-Togo	Quartier: Kangnikopé	Tel: (00228) 22 27 47 40 ou 22 42 26 15 ou 22 22 76 44	socplast@yahoo.fr	SARLU	Transformation et exportation	Sachets plastiques	Bénin; Burkina-Faso
45	Maritime	Lomé	Société Printing Packaging Publishing	S3P	BP:14555 Lomé-Togo	Quartier: Katanga/carrefour Ramatou/zone portuaire	Tel: (00228) 22 71 99 06 ou 22 71 05 54	Mail : s3p2007@yahoo.fr	SA	Transformation et exportation	Etiquettes, Etuis, carton	Marché intra-régionaux: cedeao, UEMOA
46	Maritime	Lomé	Société de Fabrication de Nattes	SOFANAT SA	01BP: 5037 Lomé	Zone portuaire	Tel: (00228) 22 7126 53 ou 22 71 26 54	Mail : sofanatt@yahoo.fr	SARL	Transformation et exportation	Nattes en plastique	Marché intra-régionaux: cedeao, UEMOA
47	Maritime	Lomé	SIVOP-TOGO SA	SIVOP-TOGO SA	BP:1365 Lomé-Togo	Quartier Akodéssewa	Tél:(00228) 22 71 27 00 ou 22 71 08 88	sivoptogo@gmail.com	SA	Transformation et exportation	Produits cosmétiques (parfum; crème, lait, pomade, TALC...)	Marché intra-régionaux: cedeao, UEMOA (Bénin, Nigéria), Marché régionaux (Nigéria, Gabon, Angola)
48	Maritime	Lomé	IMBALLAGI WEST AFRICA	IWA Sarl	BP: 1355 lomé-Togo	Quartier: Kangnikopé	Tel: 22 71 96 50 ou 22 71 96 51	www.iwa.net , E-mail: iwaprint@gmail.net	SARL	Transformation et exportation	Emballages imprimés	Nigéria, Côte d'ivoire, Ghana, Bénin
49	Maritime	Lomé	A. A. Internat. Investments	2A2I	07BP:12907 Lomé	Quartier: Zone portuaire	Tel: 22 71 01 78 ou 22 71 01 79	Mail: lomeaccounts@yahoo.co.uk	SARL	Transformation et exportation	Friperies et literie	Burkina-Faso, Niger, Mozambique, Jordanie
50	Maritime	Lomé	Afric Industry Sarl	AI Sarl	BP:14555 Lomé-Togo	Quartier: Katang, zone portuaire	Tél: 22 71 05 50 ou 22 71 05 52	E-mail: africindust@yahoo.fr	SA	Transformation et exportation	Emballages plastiques en polythylène (sachets et sacs)	Bénin; Burkina-Faso; Niger; Mali; Sénégal; Caméroun, Centrafrique
51	Maritime	Lomé	African Aluminium Company	AFALCO Sarl	06BP:60165 Lomé-Togo	414 Rue Kégué, quartier: Kégué	Tél: 22 26 34 31 ou 22 26 43 12	lavedesouza@yahoo.com	SARL	Transformation et exportation	Chassis Aluminium vitres	Bénin; ghana, Mali, Niger

N°	Région économique	Localité	Raison sociale de l'entreprise	SIGLES	Adresses Postales	Rues	Téléphones	E-mail	Statuts	Nature des activités	Produits exportés	Marchés de destination
52	Maritime	Lomé	METAL d'AFRIQUE	AFRIMETAL SARL	BP:14555 Lomé-Togo	Ramatou, Quartier: Ramatou, zone portuaire	Tél: 22 71 66 48 ou 22 71 66 49	societeafrimet@yahoo.fr	SARL	Transformation et exportation	Eponges métallique et plastiques	Bénin, Burkina-Faso, Niger, Mali
53	Maritime	Lomé	AMINA-TOGO SARL	AMINA-TOGO SARL	BP:10230 Lomé-Togo	Rue, Bd de la paix, Quartier: Aéroport	Tél: 22 26 84 04 ou 22 26 92 72 ou 99 48 98 28	aminatg@hotmail.com	SARL	Transformation et exportation	Mèches, tissage, cheveux synthétique, Perruques	Afrique ; UE; USA
54	Maritime	Lomé	WABCOTIA SA	WABCOTIA SA	09BP:9155 Lomé-Togo	Quartier: zone industrielle	Tél: 22 71 72 68 ou 22 71 72 69	info@wabcotia.com	SA	Transformation et exportation	Engrais composés	CEDEAO
55	Maritime	Lomé	Société de Transformation de Plastiques	SOTRAPLAST	BP:61692 Lomé-Togo	Quartier: Akodessewa	Tél: 22 71 66 76 ou 22 71 66 75		SARL	Transformation et exportation	Nattes en plastique	Nigéria, Niger; Burkina
56	Maritime	Lomé	Société Ghang Long MUYE SARL	Société Ghang Long MUYE SARL	14BP:104 Lomé-Togo	Quartier: Gbetsogbé	Tél: 22 71 68 88, Cel : 9071 28 16 / 91 58 88 88		ASRL	Transformation et exportation	Parquets	Chine
57	Maritime	Lomé	Sanecom International Sarl	Sanecom International Sarl	BP:4172 Lomé-Togo	Bld du Mono qtier Rond Point du Port	Tél: 22 27 63 62/22 71 48 16	info@ssanecom.com/wwwsanecom.com	SARL	Exportation	Uniformes Professionnel/ articles militaires	Bénin/Niger/Burkina-Fasso/Gabon
58	Maritime	Lomé	SHINIG INT'L LTD	SHINIG INT'L LTD	03BP:30822	01 RUE Kélégougan qtier Kégué	Tél: 22 26 33 12 /22 26 33 13	shining@toecomtrans.com	SARL	Import-Export	Eponges métalliques	Ghana,Burkina-Fasso
59	Maritime	Lomé	Générale Industrie Togo	GIT	BP:62259 Lomé-Togo	Qtier Akodéssèwa	Tél: 22 27 60 30 /22 27 60 20	gitzonefranchise@yahoo.fr	SA	Transformation et Exportation	Sachets et Emballages plastiques	Mali /Burkina-Fasso /Niger /Benin/Libéria
60	Maritime	Lomé	TREFILIERIES HISPANO TOGOLAISE	THT	BP:9137 Lomé-Togo	ZONE PORTUAIRE	Tél: (00228) 22 27 50 75 /22 27 50 76		SARLU	Transformation et Exportation	Outils /Matériel de constuction métallique	Espagne
61	Maritime	Lomé	WABCO-COTIA SA	WABCO-COTIA SA	BP 9155	Zone industrielle	Tél (00228) 22 71 72 68/22 71 72 69	Mail:debgerafael@wabcotia.com/Mail:dg@wabcotia.com	SA	Transformation et Exportation	Engrais NPK, UREE, autre matière première	Côte d'Ivoire, Niger, Mali
62	Maritime	Lomé	Parfumerie Industrielle et Comestique du Togo	PICOS-TOGO SA	11BP:112 Lomé-Togo	Zone portuaire	Tél:(00228) 22 71 29 30 /22 71 29 31/22 71 29 32	Mail:Bio50@hotmail.com	SA	Transformation et Exportation	PRODUITS COSMETIQUES	CEDEAO /UEMOA
63	Maritime	Lomé	PLASTICA TOGO SARL	PLASTICA TOGO SARL	01BP:808 Lomé-Togo	ZONE PORTUAIRE	Tél: (00228) 22 71 22 71 /22 71 77 77	plastiquatogo@yahoo.fr	SARL	Transformation et Exportation	Emballages Plastiques /Bâches	CEDEAO /UEMOA
64	Maritime	Lomé	Société Fil Nylon Africaine SARL	SOFINA SARL	BP: 1144 Lomé-Togo	Rue Aéroport qtier Houtigomé	Tél: (00228) 22 26 92 99/22 26 11 22/22 26 93 10		SARL	Transformation et Exportation	FIL NYLON/FILETS DE PECHE	France /UEMOA/CEDEAO
65	Maritime	Lomé	Société de Transformation de Plastique	SOTRAPLAST	BP:61692 Lomé-Togo	Qtier Akodéssèwa	Tél: (00228) 22 71 66 76 /22 71 66 75	sotraplast@yahoo.fr	SARL	Transformation et Exportation	NATTES PLASTIQUES	NIGERIA/NIGER/BURKINA
66	Maritime	LOME	Nouvelle Société Industrielle du Togo	NOSITO	BP:30429 Lomé-Togo	Rue sud du Lycée,Qtier Agoé	Tél: 22 35 81 03/90 93 37 00	Mail:nosito@live.fr	SARL	Transformation et Exportation	Sachets plastiques, Tube orange, Tuyau rigide, Tuyau pression, Eponges métalliques	GHANA /BENIN/BURKINA-FASSO
67	Maritime	Lomé	TOGO GAZ	TOGO GAZ	BP. 1082 - LOME - TOGO	933, avenue des hydrocarbures, Tokoin	Tél:(228) 22 21 44 31 & 22 21 46 26, Fax: (228) 22 21 55 30	Site web: www.tg.airliquide.com , Mail:toqoqaz@cafe.tg		Exportation	Oxygène	Bénin
68	Maritime	Lomé	SCIL TOGO	SCIL TOGO	BP. 939 - LOME - TOGO	Tokoin Séminaire	Tél : (00228) 22 21 51 50/ 22 22 12 4, Fax : (228) 22 21 01 54	Mail:scil.togo@yahoo.fr			Peinture, Vernie	Ghana
69	Maritime	Lomé	TROPIC INUSTRIE	TROPIC INUSTRIE	BP. 8064 Lomé-Togo	Zone Industrielle du Port	Tél./fax. (00228) 22 71-45-35/Cel : (00228) 99	Mail:desouzamarce		Transformation et Exportation	Peinture,	Burkina

N°	Région économique	Localité	Raison sociale de l'entreprise	SIGLES	Adresses Postales	Rues	Téléphones	E-mail	Statuts	Nature des activités	Produits exportés	Marchés de destination
				E			49 45 94	l@yahoo.fr				
70	Maritime	Lomé	Société Togolaise des Corps Gras	SOTOCOG SA	BP: 9093 Lomé	Zone industrielle du Port	Tél: 22 27 31 07/22 27 02 66, Fax: 22 27 93 48		SA	Transformation et exportation	Savons ordinaires	Burkina, Bénin, Guinée, Mali Sénégal
71	Maritime	Lomé	Industrie Togolaise de Plastique	ITP		Zone industrielle du Port	Tél. mobile : (228) 90 05 20 24 / 99 49 47 14, Tél. bur (228) 22 27 59 54 / 22 23 76 17	Siet web: www.itp.tg	SA	Production et exportation	Tuyaux pour canalisation d'eau, grillage, treillis, tuyaux en PVC et PE	Tchad, Bénin, Ghana
72	Maritime	Lomé	DONG JIN TOGO SARL	DONG JIN TOGO SARL	BP. S/C AMINA-TOGO		Tél: (00228) 99 48 25 25		Sarl	Transformation et exportation	Polypropylène, fibre et de cheveux synthétique	Congo, Cote d'Ivoire, Caméroun, Ghana, Nigéria, Sénégal Afrique du Sud
73	Maritime	Lomé	SOFINA Sarl	SOFINA Sarl	BP. 1144 Lomé-Togo		Tél. (228) 22 26 92 99, Fax. (228) 22 26 93 10		Sarl	Transformation et exportation	Fibre synthétique, filet de pêche, Cordes et filets de pêche en nylon	Bénin, Gabon, Royaume Uni, Ghana, Guinée, Mali, Nigéria, Congo
74	Maritime	Lomé	NINA SARL	NINA SARL	B.P : 2730 Lomé	Zone Franche Industrielle	Tél : (228) 22 21 01 01, Fax : (228) 22 21 00 11	Mail: nina@laposte.tg	SARL	Transformation et exportation	Perruque complète, Tissage mèches bouclées, Mèches simples (tresse), perruques	Belgique, Cote d'Ivoire, France, Sénégal, Afrique du Sud, Gabon
75	Maritime	Lomé	NOUVELLE SOTOTOLES SA	NOUVELLE SOTOTOLES SA	BP:9106 LOME-Togo	zone industrielle port kagnikope	Tél. (228) 22 27 42 75 / 22 27 44 36, Fax (228) 22 27 95 08/22 27 11 11	Mail: sototoles@nouvellesototoles.com , web: www.nouvellesototoles.com	SA	Production et exportation	pointes, clous, punaises, crampons appointes, agrafes ondulées ou biseautées	Burkina, Bénin, Tchad, Niger, Guinée Equatorial, Ghana
76	Maritime	Lomé	AFRIMETAL Sarl	AFRIMETAL Sarl	BP : 14 555 Lomé	Zone industrielle	Tel : 22 71 05 50, Fax : 22 71 05 51		Sarl	Transformation et exportation	Fabrication de laines d'acier, d'éponges métalliques et plastiques	Burkina
77	Maritime	Lomé	AFRIC-COMPOSITE	AFRIC-COMPOSITE	BP: 4404 Lomé – Togo	Avenue Duisburg, Kodjoviakopé	Tél : (00228) 228 22 20 91 47	Site web: http://www.african-composite.com		Production et exportation	meubles en matière plastique, matériaux composites (fibre de verre et résine polyester	Bénin
78	Maritime	Lomé	MOUSSE CONFORT	MOUSSE CONFORT Sarl	B.P : 12 922 Lomé	Assiganto, Av. Maman N'danida	Tél : (228) 22 21 81 45		Sarl	Fabrication et exportation	meubles en caoutchouc, mousses	Bénin, Guinée Bisseau, Côte d'Ivoire
79	Maritime	Lomé	NOSITO SARL	NOSITO SARL	BP. 30 429 Lomé-Togo		Tél : (00228) 22 3 81-03/90 93 37 00/Fax. (00228) 22 20 -74 -92	Mail : nosito@live.fr	Sarl	Fabrication et exportation	Matière plastique, emballages en plastiques	Bénin, Ghana
80	Maritime	Lomé	STP SARLU	STP SARLU	BP. 14540 Lomé-Togo		Tél. : (00228) 22-71-22-58 / 22-71-46-95		SARLU	Fabrication et exportation	sachets, de chaises, et tous autres articles de ménage en plastiques	Guinée-Bisseau; Nigéria, Niger, Burkina-Faso
81	Maritime	Lomé	AFALCO SARL Togolaise	AFALCO Sarl	B.P : 392 Lomé-Togo	Zone industrielle	Tél : (228) 22 26 34 31, Fax : (228) 22 26 43 12		SARL	Fabrication et exportation	Portes, fenêtres et les cadres aluminiums	Bénin, Cote d'Ivoire, Ghana
82	Maritime	Lomé	HEAVYMAT INDUSTRY SA	HEAVYMAT INDUSTRY SA	BP. 1409 Lomé-Togo	Zone portuaire	Tél (00228) 22 71 22 78 / 79 ; Fax (00228) 2271 02 25	Mail : contact.togo@heavymat-industry.com	SA		Chenille, niveleuse, compacteuse et roulot compresseurs, chargeuses	Burkina, Cote d'Ivoire, Niger, Bénin, Nigéria
83	Maritime	Lomé	STIL-Togo SA	STIL SA	BP:20595 LOME-Togo		Tél. (228) 22 27 19 62, Fax (228) 22 27 02 45,	www.stilogo.com	SA	Fabrication et exportation	Autres barres en fer ou en aciers non alliés ...	Ghana, Niger, Bénin
84	Maritime	Lomé	SODIGAZ SA	SODIGAZ	08BP:8535 Lomé-Togo	Zone portuaire	Tél : (00228) 22 27 20 00, Fax : (00228) 22 27 20 02	site web: www.sodigaz.tg	SA	Stockage, Emplissage et Distribution du Gaz Butane	Gaz Butanes	Bénin
85	Maritime	Lomé	VAG SARL	VAG SARL	14BP:138 Lomé-Togo		Tél/ Fax : (00228) 22 20 9215				Savons ordinaires, détergents (granulés, liquides.)	Burkina, Niger
86	Maritime	Lomé	INDUPLAST Sarl	INDUPLAST Sarl	B.P : 298 Lomé-Togo	Zone Franche Industrielle	Tél : (00228) Tel. 22 71-26-55/ fax: 22 71 26 56	Mail : indusplst@yahoo	SARL	Transformation et Exportation	Plaques, feuilles, bandes, rubans, pellicules auto-adhésifs, en	Mali

N°	Région économique	Localité	Raison sociale de l'entreprise	SIGLES	Adresses Postales	Rues	Téléphones	E-mail	Statuts	Nature des activités	Produits exportés	Marchés de destination
								oo.fr			plastique	
87	Maritime	Lomé	AFRIC INDUSTRY - TOGO Sa	AFRIC INDUSTRY - TOGO Sa	B.P : 12 409 Lomé	Zone Franche Industrielle, quartier katanga	Tél.: (00228)22 71-05-50 /51/53 Fax. 22 71-05-52	Mail : africindust@yahoo.fr	SA	Transformation et exportation	Fibre synthétique, sachets et sacs	Burkina, Bénin, Niger
88	Maritime	Lomé	AUDACE DECO SARLU	AUDACE DECO SARLU	BP. 939 Lomé-Togo		Tél.: (00228) 90-04-11-64 / Fax : (00228) 22-21-01-54	Mail : audacedeco@gmail.com	Sarlu	Fabrication et exportation	meuble en bois	Bénin, congo,
89	Maritime	Lomé	Générale Industrie du Togo	GIT	BP:2252 Lomé		Tél. (228) 22 27 60 30, Fax. (228) 22 27 60 20	Mail : gitzonefranche@yahoo.fr		Transformation et exportation	Cuvette et sceau en plastique, polyetymère	Niger
90	Maritime	Lomé	TOGO-BOIS	TBP	BP:9228 Lomé-Togo	Quartier : kangnikopé	Tél: 22 27 28 10 ou 22 27 28 30	Mail: toqobois@yahoo.it	SA	Transformation et exportation	Transformation de bois en parquets / meubles,Parquets; bois; produits finis	UE
91	Maritime	Lomé	ORYX Lubrifiant SA	ORYX Lubrifiant SA		Zone portuaire	Tél : (00228) 22 22 71 40 Fax : (00228) 22 26-69 08 / 40	Mail :taniam.tettekpoe@aogitd.com	SA	Production et exportation	Produits lubrifiants	Ghana, mali, Niger, Sénégal, Burkina
92	Maritime	Lomé	SPRUKFIELD (UK) SARL-Togo	SPRUKFIELD UK	B.P. 12918 Lomé-Togo	Zone Portuaire	Tel: (+228) 22 71 53 11 / 12 / 13, Fax: (+228) 22 71 52 66	Email: info@sprukfield.com	SARL	Transformation et exportation	Matières végétales ou minérales à tailler, travaillées, et ouvrages en ces matières	Afrique
93	Maritime	Lomé	VIVA WOOD	V-W	BP:1225 Lomé-Togo	1346 rue Malfakassa,quartier Bè-Kpota	Tél:(00228) 22 27 37 42 ou 90 02 29 98		Ets	Transformation et exportation	meuble en bois	Sénégal
ARTISANAT												
94	Maritime	Lomé	PETIT PRINCE (ETS)	PETIT PRINCE	BP 22 Lomé - Togo		Fax : (228) 22 21 68 84		Ets	Fabrication et exportation	Statuettes et autres odjets d'ornement en bois	France
95	Maritime	Lomé	STI SA	STI SA	BP: 62 259 Lomé-Togo		Tél. : (00228) 22 71-54-71 Fax : (00228) 22 71-54-72	Mail : info@revamobilier.com	SA	Fabrication et exportation	Mobiliers, fenêtres, portes, objets d'art/ décoratif	Burhina-Faso
AUTRES SECTEURS												
96	Maritime	Lomé	TONG MEI Laboratoire	TOME	BP:3076 Lomé-Togo	Rue: national N° 2Quartier: zone portuaire	Tél: 22 71 37 74 ou 22 71 37 75	headquater@tomepharm.com	SARL	Transformation et exportation	produits pharmaceutique	Bénin; Mali; Niger; Burkina-faso; Côte d'Ivoire
97	Maritime	Ville	Afric Stellit Sarl	Afric Stellit Sarl	BP: 20 146 Lomé Togo	Rue Sitsopé 166, quartier: Tokoin Nord	Tel: 22 21 54 72		SARL	Transformation et exportation	Prothèses dentaires	Bénin; Burkina-Faso
98	Maritime	Lomé	CFAO-MOTORS TOGO	CFAO	BP: 332 Lomé-Togo	Boulevard Eyadema	Tel: 22 23 31 00 ou 22 21 36 71	www.cfaogroup.com E-mail: cfaotogo@cfaog.com	SA	Import export	Voitures, Motos, pièces détachées, groupes électrogènes	
99	Maritime	Lomé	ROYAL AUTO MOTORS CO-TD	ROYAL AUTO MOTORS CO-TD	BP: 12691 Lomé-Togo		Tél. (228) 22 22 33 18 / 22 22 65 48, Cel : 90 04 51 98, Fax : 22 22 19 38			Import_Export		Burkina-Faso, Côte d'Ivoire, Mali
100	CENTRALE	SOKODE	Entreprise Togolaise des Travaux	ENTOTRA	BP: 11 Lomé-Togo	Qtier KOMAH	90 04 79 67/90 05 74 27	entotra_aveya@yahoo.fr	SARL	Construction Bâtiment/Travaux Publics	Construction de bâtiment/Château d'eau/Pont/Retenue d'eau	BENIN

Annexe 6: Directives non exhaustives dans le cadre de la mise en place du site web

- Présentation du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé
- Ministère du commerce en lien avec le Ministère des Affaires Etrangères
- Fichier des entreprises / Annuaire du commerce extérieur avec le pôle exportation
- Produits analysés
- Guides d'informations
- Guide sur les procédures d'exportation
- Accord APE
- Procédures de facilitation des échanges
- Information sur les statistiques d'exportation sur le commerce CEDEAO, UEMO, UE et en lien avec HELPDESK (site de l'UE HELP DESK europa.ue)
- Disposition en matière de normes & réglementation commerciale ;
- Dispositions sur la qualité et la métrologie légale
- Règle en matière de concurrence
- Certificat d'origine
- Revues trimestrielles
- Rubriques sur les devises
- Rubriques sur les opportunités commerciales (marchés actuels ou potentiels, foires sous - régionales ou internationales, etc)
- Information sur le Centre d'Information et de Promotion des exportations
- Rubrique sur les différents prix des produits
- Espace publicitaires
- Etc.