

ECONOMIE

economie.union@sonapresse.com

Exportations : les ambitions de l'ANPI

DANS la stratégie 2019-2021 de l'Agence nationale de promotion des investissements, le Gabon ambitionne d'avoir un exportateur national pour chaque secteur stratégique identifié par le gouvernement. D'où l'intérêt de la formation qui a débuté le 13 novembre dernier.

Georges-Maixent NTOUTOUME-NDONG
Libreville/Gabon



Photo: D.R

Les différents acteurs de la formation.

LIBREVILLE abrite, depuis le 13 novembre, une formation organisée par l'Agence nationale de promotion des investissements (ANPI) du Gabon, avec l'assistance technique du Centre du commerce international (CCI) ainsi que de Business France. Objet: offrir aux participants – administrations partenaires et agents de l'ANPI – des outils qui leur permettront de développer une méthodologie et une feuille de route pour élaborer une stratégie de promotion des exportations adaptée au pays. Selon le directeur général de l'ANPI, Gabriel Ntougou, dans la stratégie 2019-2021 de l'agence, le Gabon voudrait pouvoir, en 2021, avoir un exportateur gabonais dans chacun des secteurs stratégiques identifiés par le gouvernement. Aussi, l'ANPI s'est-elle récemment dotée d'un bureau des exportations, qu'il va falloir meubler avec des approches méthodologiques nécessaires, indique Imano Ben Mohamed Imano, expert CCI.

Le spécialiste rappelle que de par la typologie de tout organisme de promotion du commerce, en particulier des exportations, il y a des actions principales qu'une telle agence doit assumer : la veille économique et l'intelligence commerciale ; le développement des exportations et la contribution à l'amélioration du climat des affaires. Autant de sujets à discu-

ter avec l'ANPI au cours de cette formation pour voir comment mettre en place une veille économique, identifier des opportunités commerciales existantes, tant aux niveaux sous-régional, continental, qu'international. Pour développer les exporta-

L'ANPI s'est récemment dotée d'un bureau des exportations, qu'il va falloir meubler avec des approches méthodologiques nécessaires

tions, il faudra à l'ANPI, selon Michel Gélénine, expert Business France, avoir une stratégie développée avec les tutelles et les partenaires ; savoir ce qu'elle veut faire et où elle veut aller ; avoir un plan prioritaire pour promouvoir les produits gabonais, et posséder, en complément, un portefeuille de services à offrir aux entreprises gabonaises à l'exportation.

Au final, un bilan est attendu en fin d'année, avec des indicateurs qui doivent être regardés et la performance évaluée pour discuter avec les tutelles du soutien qui sera apporté à l'Agence. La formation prend fin aujourd'hui.

Des leaders algériens prêts à s'installer au Gabon

GMNN
Libreville/Gabon

LA Foire d'exposition spécifique des produits algériens pourrait être très bénéfique pour l'avenir de l'investissement au Gabon. Plusieurs représentants des entreprises qui y tiennent un stand disent être prêts à ouvrir des filiales sur place, afin de mieux faire connaître leurs produits sur le marché gabonais.

Lamsa Décorative est une des sociétés algériennes dont les produits sont exposés depuis l'ouverture de la foire, mardi dernier. Spécialisée dans la fabrication des peintures et des enduits, Lamsa Décorative est une entreprise de droit algérien qui s'est fixée comme objectif de mettre à la disposition des acteurs des BTPH des produits de haute qualité répondant aux normes et aux exigences de la gamme. "Nous allons essayer de créer une concurrence au niveau de la qualité et des prix sur le marché", projette Assam Sid Ali, l'un des responsables commerciaux de la société.

La diversité des articles exposés dévoile le savoir-faire des entre-



Photo: Maixent Ntoutoume

Des exposants vantant les qualités de leurs produits à la foire algérienne.

prises algériennes, qui semblent avoir dans leur viseur de conquérir le continent et, pourquoi pas, le marché international.

Le secteur de la pneumatique est également présent à cette exposition avec l'entreprise Iris Tyers. "Nous sommes le leader dans la construction des pneus en Algérie, mais deuxième en Afrique, après l'Afrique du Sud", affirme Mohamed Amine Benbouzid, chef de projet communication. Le public gabonais pourrait aussi être séduit par les produits alimentaires de GBK food. " Nous commercialisons les sauces et les préparations fromagères. Nous sommes leaders en Algérie", ex-

plique fièrement Zaki Hamedani, représentant de ladite structure. L'entreprise fabrique du Ketchup, de la sauce vinaigrette, de la mayonnaise, de la moutarde et d'autres recettes. Ses clients sont de grands hôtels et des restaurants. "Nous sommes une entreprise de 250 employés. C'est notre première participation à cette foire. Nous comptons nous installer à Libreville à travers un distributeur officiel", projette le responsable de la société algérienne.

Trois partenariats avaient déjà été signés dès l'ouverture de l'exposition qui se poursuit jusqu'au 17 novembre.