LES CHAINES DE VALEUR MONDIALES ET LA PROMOTION DU COMMERCE EXTERIEUR EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

par

Edmond MAYUNGA LENGI-LENGI

Professeur Associé

David BOKANGA MPEMBE

Doctorant

(Tous) Département des Relations Internationales,

Université de Kinshasa

Résumé

Un consensus se dégage de la littérature théorique et qui stipule que le commerce tout en favorisant la croissance aide surtout dans la réduction de la pauvreté. Cela parce qu'il permet l'échange du surplus de la production nationale contre les produits des autres pays. Bien plus, c'est le commerce qui incite l'allocation des ressources en fonction des avantages comparatifs des pays participant aux échanges et stimule la croissance économique. De ces échanges, les Etats tirent des gains substantiels en termes de prospérité, car aucun pays au monde ne peut se développer sans recourir au commerce.

Cependant, si le commerce entre Etats permet d'engendrer la croissance générale, il n'existe aucune garantie attestant que tous les avantages ainsi accumuler se répartissent de manière équitable entre les partenaires commerciaux. Dans ce processus de répartition, on relève à la fois des gagnants et des perdants comme cela est le cas dans les tractations commerciales. La RDC fait partie de cette dernière catégorie à cause, entre autres de sa mauvaise politique commerciale.

Ainsi, c'est la naissance des Chaînes de Valeur Mondiales (CVM), à travers la reconfiguration de la structure organisationnelle des firmes multinationales qui a fait apparaître une nouvelle forme du commerce international : le commerce intra-firme. En effet, la participation dans ces CVM semble désormais être devenue une nécessité pour les Etats qui veulent participer et tirer du gain du commerce international.

Cette étude se propose d'analyser comment la participation de la RDC aux CVM peut booster son commerce extérieur. Car, la participation aux chaînes de valeur mondiales offre beaucoup d'opportunité à la RDC pour le développement de son commerce extérieur, notamment grâce à l'industrialisation de son économie, à la diversification de ses exportations par la production des biens manufacturés, à l'amélioration de la compétitivité de ses produits, l'accès de ces derniers aux marchés des pays développés. Ce qui génère du coup, l'augmentation du poids de la RDC dans le commerce mondial. Mais, là n'est pas tout, étant donné que la politique qu'impose la participation aux CVM contribue à l'amélioration des infrastructures de transport et au climat des affaires ainsi qu'à l'appui au secteur privé par le pouvoir public , au renforcement de compétence et à la promotion de l'intégration régionale, qui à son tour, aide à booster le commerce intra-africain de la RDC. De ce qui précède, il apparait que la participation active de la RDC aux CVM peut résoudre certains problèmes qui se rapporte au commerce extérieur.

Mots clés : *chaînes de valeur mondiales, commerce extérieur, République Démocratique du Congo*.

Abstract

A consensus emerges from the theoretical literature that trade, while promoting growth, primarily helps reduce poverty. This is because it allows the exchange of surplus national production for the products of other countries. Moreover, it is trade that encourages the allocation of resources based on the comparative advantages of the countries participating in the trade and stimulates economic growth. From these exchanges, states derive substantial gains in terms of prosperity, as no country in the world can develop without resorting to trade.

However, while trade between states can generate general growth, there is no guarantee that all the benefits thus accrued will be distributed equitably among trading partners. In this distribution process, there are both winners and losers, as is the case in trade negotiations. The DRC falls into the latter category due, among other things, to its poor trade policy.

Thus, it is the birth of Global Value Chains (GVCs), through the reconfiguration of the organizational structure of multinational firms, that has given rise to a new form of international trade: intra-firm trade. Indeed, participation in these GVCs now seems to have become a necessity for states that want to participate and benefit from international trade.

This study aims to analyze how the DRC's participation in GVCs can boost its foreign trade. Because participation in global value chains offers many opportunities to the DRC for the development of its foreign trade, particularly through the industrialization of its economy, the diversification of its exports through the production of manufactured goods, the improvement of the competitiveness of its products, and their access to the markets of developed countries. This, in turn, generates an increase in the DRC's weight in world trade. But that is not all, given that the policy imposed by participation in GVCs contributes to the improvement of transport infrastructure and the business climate as well as support for the private sector by the public authorities, capacity building and the promotion of regional integration, which

in turn helps boost the DRC's intra-African trade. From the above, it appears that the DRC's active participation in GVCs can solve certain problems related to foreign trade.

Keywords *: global value chains, foreign trade, Democratic Republic of Congo.*

INTRODUCTION

Au cours de ces dernières décennies et particulièrement au cours de la décennie 90, le globe économique a connu une forte accélération des échanges mondiaux. Le développement et l'innovation en matière de technologies de communication et de transport ainsi que la libéralisation des économies expliquent en partie cette accélération.

En conséquence, la concurrence a augmenté en même temps que les marges se sont réduites. Aussi, les firmes multinationales ont - elles été obligées de reconfigurer leur structure organisationnelle. Pour la plupart d'entre elles, il était question de s'étendre géographiquement sous une forme donnée pour saisir des opportunités de croissance et/ou obtenir des avantages concurrentiels. De là, la naissance de ce qu'on appelle Chaînes de Valeur Mondiales (CVM) pour désigner successivement cet ensemble d'activités allant de la conception d'un produit ou d'un service, jusqu'à son utilisation finale.

Une chaine de valeur est une chaine d'activités que réalise une entreprise afin de produire un bien ou de vendre un service. Généralement, le point de départ d'une chaine de valeur est la recherche-développement qui conduit, ensuite à la conception d'un produit, à l'achat et au traitement des matières premières pour sa fabrication, son assemblage, sa distribution, sa vente et, enfin, son service après-vente.

De suite de la mondialisation, tout ce processus ne se déroule plus uniquement comme par le passé, dans le pays d'origine, car certaines activités sont délocalisées et/ou sous-traitées à l'étranger. La grande tendance de ces 20 dernières années consiste à réaliser les étapes d'assemblage ou de production dans des pays à la main d'œuvre moins chère tels que la Chine ou l'Inde.

Cette fragmentation de la chaine de production qui est née de la mondialisation a redessiné la carte du commerce international. Les biens intermédiaires ont désormais pris une part considérable, car la participation aux chaînes de valeur mondiales est depuis devenue une exigence non négligeable pour les Etats qui veulent tirer profit de leurs échanges avec l'extérieur. Les pays sous-développés, particulièrement, les pays africains tel que la RDC dont la participation dans les chaînes de valeur mondiales demeure faible se retrouve ainsi marginaliser dans le commerce international. Aussi est-il devenu un impératif aujourd'hui, pour ce pays de participer activement aux CVM pour développer son commerce extérieur.

De ce qui précède, notre préoccupation dans cette étude porte sur l'analyse de la participation de la RDC dans ces chaînes de valeur mondiales afin de lui permettre de booster son commerce extérieur pour en faire un véritable moteur de développement économique national.

Pour cela, la présente étude, outre l'introduction et la conclusion s'articule autour des trois points. Le premier est consacré aux considérations d'ordre conceptuel. Le deuxième apprécie le poids du commerce extérieur dans l'économie nationale de la RDC et le troisième point analyse les opportunités qu'offrent les chaînes de valeur mondiales au développement du commerce extérieur de la RDC.

I. CLARIFICATION CONCEPTUELLE

Ce premier point analyse les concepts opératoires de notre étude, à savoir : le commerce extérieur, le commerce international et les chaînes de valeur mondiales.

1.1. Le commerce extérieur

Le commerce extérieur d'une nation désigne généralement l'ensemble des échanges de biens et des services entre cette nation et les autres pays ([1]).

Le commerce extérieur est subdivisé en commerce d'importation en commerce d'exportation et en commerce de transit. Par commerce d'importation, il nous faut entendre le commerce qui consiste à acheter de l'étranger, les produits destinés à la consommation locale. A l'opposé, le commerce d'exportation est celui qui consiste à vendre à l'étranger le bien produit dans les frontières d'un pays. Enfin, le commerce de transit est la faculté accordée à un produit originaire d'un pays A et destiné à la consommation dans le pays C, de traverser le pays B sans acquitter le droit de douane.

1.2. Le commerce international

Le commerce international est un ensemble des échanges de biens et services pratiqués entre les nations ([2]). Le commerce international regroupe l'ensemble des échanges des biens et des services entre agents

[1]CAPUL, J, Y., et GARNIER, O., *Dictionnaire d`économie et des Sciences Sociales*, Paris, éd. Hatier, 2011, p.69.
[2] Microsoft encarta, 2009.

résidents sur des territoires économiques différents ([3]). Mais pour A. Beitone et compagnies, le commerce international est la partie des relations économiques internationales qui concerne les échanges de biens et services (importations et exportations) ([4]).

1.3. Chaines de Valeur Mondiales (CVM)

Selon la commission Européenne, la chaîne de valeur, décrit l'ensemble des activités nécessaires pour mener un produit ou un service de sa conception, à travers différentes phases de production (impliquant une succession de transformations physiques et d'utilisations de divers services), à sa distribution aux consommateurs finaux, puis à sa destruction après utilisation. A chaque étape considérée, il est fait d'une valeur ajoutée ([5]).

Selon la BAD, la chaîne de valeur (CV) comprend les liaisons séquentielles à travers lesquelles les matières premières et les ressources sont converties en produits destinés au marché ([6]). Alors que de l'avis de S. Globeman, les CVM sont des chaînes d'approvisionnement internationales caractérisées par la segmentation des activités de production entre plusieurs sites et pays. En effet, le processus de production global, à partir de l'acquisition des matières premières jusqu'à la production et la livraison du produit fini, est de plus en plus « morcelé », de sorte que chaque activité qui lui ajoute de la valeur peut être exécutée là où l'on trouve les compétences et les matériaux nécessaires à un coût concurrentiel ([7]).

Une chaine de valeur est une chaine d'activités que réalise une entreprise afin de produire un bien ou de vendre un service. Généralement, le point de départ d'une chaine de valeur est la recherche-développement qui conduit, ensuite, à la conception d'un produit, à l'achat et au traitement des matières premières pour sa fabrication, son assemblage, sa distribution, sa vente (et enfin le service après-vente). Avec la mondialisation tout ce processus ne se déroule pas uniquement dans le pays d'origine ; certaines activités sont en effet délocalisés ou sous-traitées à l'étranger. La grande tendance des 20 dernières années consiste à réaliser les étapes d'assemblage ou de production dans des pays à la main d'œuvre peu chère tels que la Chine ou l'Inde ([8]).

Une chaîne de valeur comprend toutes les étapes que franchit une entreprise pour produire un produit ou un service avant de le livrer au client, depuis la conception jusqu'à l'utilisation finale, voire au-delà. Ces étapes comprennent des activités comme la recherche et la conception, la production, le marketing, la distribution et l'appui au consommateur final. ([9])

Pour la BAD, l'OCDE et le PNUD, une chaîne de valeur représente l'ensemble des activités menées par les entreprises pour amener un produit ou un service de sa conception à son utilisation finale par le consommateur final. À chaque étape de la chaîne, de la valeur est ajoutée sous une forme ou une autre. Sous l'effet de la délocalisation et de l'inter connectivité croissante, les activités qui forment les chaînes de valeur de nombreux produits et services sont de plus en plus fragmentées sur le globe et entre les entreprises. Diverses tâches tout au long de la chaîne de production peuvent être réalisées dans des endroits distants, en fonction des avantages comparatifs respectifs des différents pays. Le processus de production interconnecté que traversent les biens et les services depuis la conception et le design jusqu'à la fabrication, au marketing et à la commercialisation est souvent appelé chaîne de valeur mondiale ou réseau de production internationale ([10]).

Une intégration réussie dans une chaîne de valeur peut permettre à un pays de bénéficier d'une plus grande part de ces avantages et d'accélérer son processus d'industrialisation ([11]).

De toutes les définitions données nous pensons qu'une chaîne de valeur comprend toutes les étapes que franchit une entreprise pour produire un produit ou un service et le livrer au client, depuis la conception

---

[3] http://www.Economie-trader-finance.fr/commerce+international .consulté le 10/02/2024 à 2h10

[4] BEITONE, A, et al. *Dictionnaire des sciences économiques*, Paris, éd. Armand Colin, 1995, p. 42.

[5] Commission Européenne, *Analyse et développement des chaines de valeur inclusives pour appuyer les petits producteurs à accéder aux marchés agricoles, note d'information,* mai 2011, pp.6-7

[6] BAD, *Développement et financement des chaines de valeur agricoles pour l'amélioration de la compétitivité des exportations*, BAD, Tunis, 2014, p.6

[7] GLOBEMAN, *S.*, *Les chaines de valeur mondiales enjeux économiques et stratégiques*, Western Washington Univesity, S, D.

[8] http://www.L'Afrique des idées.com. consulté le 02/10/2024 à 10 :15

[9] Les services des délégués commerciaux de canada, *devenir un maillon des chaines de valeur mondiales : guide à l'intention des petites et moyennes entreprises*, Canada, S.D.

[10] BAD, OCDE et PNUD, *Perspectives économiques en Afrique* 2014, *les chaines de valeur mondiales et l'industrialisation de l'Afrique*, BAD, OCDE, PNUD, 2014, *p.10*

[11] BAD, OCDE et PNUD, *Op.cit.*, p.10

jusqu'à l'utilisation finale, voire au-delà. Ces étapes comprennent des activités comme la recherche et la conception, la production, le marketing, la distribution et l'appui au consommateur final.

II. LE COMMERCE EXTERIEUR DE LA RDC

A travers ce point, nous nous proposons d'analyser le poids du commerce extérieur de la RDC dans l'économie nationale et les obstacles qui freinent son développement.

2.1. Le poids du commerce extérieur de la RDC dans l'économie nationale

Pour déterminer le poids du commerce extérieur de la RDC dans l'économie nationale, nous analyserons sa part dans les recettes du budget de l'Etat et sa contribution dans la formation du Produit Intérieur Brut (PIB).

La part du commerce extérieur dans les recettes du budget de l'Etat

Ce tableau sur l'importance relative de différentes catégories des recettes dans le budget de l'Etat congolais repris ci-dessous présente la part du commerce extérieur dans le budget de l'Etat.

Tableau I. Importance relative de différentes catégories des recettes dans le budget de l'Etat congolais (en %) 2018-2023

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1. Recettes fiscales	**70,5**	**77,5**	**66,5**	**67,8**	**71,1**	**63,2**
- Recettes des impôts sur le commerce extérieur	17,0	20,3	16,8	16,3	13,5	14,4
- Recettes des impôts sur les revenus	32,7	33,1	25,4	29,2	39,7	30,7
- Recettes des impôts sur les biens et services	19,7	22,5	22,1	20,6	16,3	16,8
- Autres recettes fiscales	1,2	1,6	2,2	1,7	1,4	1,3
2. Recettes non fiscales	**18,7**	**19,7**	**14,9**	**16,1**	**11,1**	**12,8**
3. Recettes exceptionnelles	**10,7**	**2,8**	**18,6**	**16,2**	**17,9**	**23,9**
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Source : BCC, Rapports annuels 2020 et 2023

Il ressort de l'analyse de ce tableau sur l'importance relative de différentes catégories des recettes dans le budget de l'Etat congolais que la part des recettes des impôts sur le commerce extérieur dans le budget de l'Etat congolais est évaluée à 16,3 % en moyenne par an pour la période allant de 2018 à 2023. Elles occupent la troisième position, derrière les recettes des impôts sur les revenus (31,8 %) et les recettes des impôts sur les biens et services (19,6%).

2.2. La contribution du commerce extérieur de la RDC à la formation du Produit Intérieur Brut (PIB).

Le tableau ci-après renseigne sur la contribution du commerce extérieur de la RDC dans la formation du Produit Intérieur Brut.

Tableau II. La contribution du commerce extérieur de la RDC dans le Produit Intérieur Brut (2018-2023) (en millions d'USD)

	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
Produit intérieur brut (à prix courant)	**47568,21**		**51775,83**		**48641,98**		**55351,01**		**65817,29**		**69662,37**	
	En valeur	**%**	**En valeur**	**%**	**En valeur**	**%**	**En valeur**	**%**	**En valeur**	**%**	**En valeur**	**%**
1. Commerce extérieur	30.939,5	65,0	26.126,2	50,4	25.654	52,7	40430,6	51,1	55260,3	83,9	57473,6	82,5
Exportations	15966,8	33,5	13183,5	25,4	13788,7	28,3	22185,2	40	28562,0	43,3	29473,3	42,3
Importations	14972,7	31,4	12942,7	24,9	11865,3	24,3	18245,4	32,9	26698,3	40,5	28000,3	40,1

Source : calculé par les auteurs sur base des données recueillies dans le condensé hebdomadaire d'informations statistiques N°48 au 02 déc. 2022 et dans le Rapport Annuel 2020 de la BCC.

Il résulte de l'analyse du tableau ci-dessus que la contribution du commerce extérieur dans la formation du Produit Intérieur Brut est de 64,2% en moyenne par an pour la même période (2018-2023).

D'une manière générale et en rapport avec la contribution du commerce extérieur dans l'économie de la RDC, il est nécessaire de souligner que malgré l'importance de ce commerce dans l'économie congolaise, cette contribution demeure dérisoire par rapport aux potentialités commerciales dont dispose le pays.

2.2. Les obstacles au développement du commerce extérieur de la RDC

Parmi les obstacles qui entravent le développement du commerce extérieur de la RDC nous pouvons citer :

2.2.1.La faible compétitivité des produits Congolais

La faible compétitivité des produits congolais est liée à plusieurs facteurs. Elle peut s'expliquer, entre autres, par les coûts élevés des facteurs de production, l'insuffisance de la qualité de conditionnement et des emballages contenant les produits et l'exportation des produits sans valeur ajoutée. Les efforts de la plupart des bailleurs en matière d'appui aux PME se sont focalisés, au cours de ces dernières décennies, sur le renforcement des appuis nécessaires en matière de création et de développement des entreprises ([12]).

2.2.2. Les problèmes de normalisation et la métrologie

La faible standardisation des produits locaux, les aspects liés aux normes de conservation, de conditionnement et d'emballage posent un réel problème d'accès aux marchés de certains pays partenaires de la RDC. Il s'agit des marchés de l'Union Européenne, des pays émergents de l'Asie et de quelques pays africains où certains produits agro-alimentaires locaux sont confrontés à des problèmes de normes sanitaires et phytosanitaires appliquées par ces pays partenaires ([13]).

2.2.3. L'insuffisance de la politique d'encadrement du secteur privé

Dans le contexte actuel de la mondialisation où la concurrence est devenue plus rude, l'accompagnement du secteur privé de la RDC à l'export, composé à plus de 80% de petites et moyennes entreprises, est plus que nécessaire pour assurer une présence commerciale des produits nationaux sur les marchés mondiaux. Actuellement, de nombreuses Institutions d'Appui au Commerce (IAC) interviennent dans l'encadrement du secteur privé, mais leurs actions sont limitées et insuffisantes compte tenu de leurs faibles capacités d'intervention. Cette situation s'observe également au niveau de l'Administration du Commerce dont les moyens demeurent modestes ([14]).

2.2.4. L'insuffisance quantitative et qualitative de l'offre exportable

Après une période de relatif dynamique économique, la RDC a subi une sévère dépression entre les années 1980 et le milieu des années 2000 liée, entre autres, aux événements de deux pillages et aux autres guerres civiles survenus qui ont détruit l'ensemble du tissu économique du pays entraînant la chute drastique de la production nationale tant agricole que minière avec des conséquences directes sur le volume des exportations du pays.

Il ressort aussi que l'offre congolaise à l'exportation reste étroite et limitée sur l'exportation des produits primaires. La RDC n'assure pas encore suffisamment la transformation de ses produits ([15]).

2.2.5. Les problèmes de financement des opérateurs économiques et des entreprises

Les PME/PMI représentent approximativement plus de 80 % des entreprises en RDC. Si elles sont essentielles pour l'activité économique, la question de la mobilisation des ressources financières (crédits bancaires, crédits inter-entreprises, marchés financiers) constitue sans nul doute l'une des contraintes majeures auxquelles elles sont confrontées. De même, les opérateurs économiques rencontrent beaucoup de difficultés dans la mobilisation des crédits au niveau des banques commerciales ([16]).

2.2.6. L'environnement des affaires moins attrayant

Le diagnostic en matière du Climat des affaires montre que la RDC devra fournir des efforts pour assainir davantage son environnement socio-économique. La RDC est confrontée à plusieurs problèmes notamment : la mauvaise gouvernance, les conflits armés, la corruption, la fiscalité très élevée, difficultés d'accès au financement, coûts de production élevés, difficultés d'accès à l'énergie électrique, l'insécurité juridique et judiciaire ainsi que des tracasseries administratives et policières.

---

[12] RDC, *Document de stratégie commerciale de la RDC, programme d'appui au commerce pour la RDC*, Ministère du commerce, mars 2015, p.78.

[13] *Idem.*

[14] *Ibidem.*

[15] *Ibidem.*

[16] *Ibidem.*

2.2.7. L'insuffisance des infrastructures de transport et coûts élevés du transport

Le système de transport en RDC accuse de nombreuses faiblesses dans son fonctionnement et ne joue pas son rôle de moteur du développement économique au niveau national. Il se caractérise par des réseaux de transport (routiers, ferroviaires, lacustre, fluvial, maritime, aérien) mal intégrés et insuffisants, en mauvais états et peu entretenus.

2.2.8. La non diversification des exportations

L'importance du commerce d'exportation des produits de base pour les pays sous-développés vient de la part prédominante que ces produits prennent dans leur commerce extérieur et du rôle déterminant que joue celui-ci dans leur activité économique ([17]).

On évalue globalement à 90% au moins la part des exportations de produits de base dans les exportations totales des pays sous-développés à destination des régions industrielles. En ce qui concerne la RDC, ses exportations ont été dominées par les produits miniers qui ont représenté 99,2% de ses exportations au cours de la période allant de 2018 à 2023.

III. LES CHAINES DE VALEUR MONDIALES ET LA PROMOTION DU COMMERCE EXTERIEUR DE LA RDC

La participation active de la RDC dans les CVM peut propulser ses échanges. En effet, les chaînes de valeur mondiales offrent des opportunités croissantes pour le développement du commerce extérieur de la RDC.

Etant donné les capacités productives limitées de la RDC, s'intégrer à des Chaînes de valeurs globales « peut fournir aux firmes locales de nouvelles occasions de commercer en obtenant un accès à de nouveaux marchés grâce à leur spécialisation dans une tâche unique. En devenant un élément d'un réseau international de production, il peut devenir plus probable d'attirer des investissements directs étrangers et d'acquérir les savoir-faire techniques dans des secteurs plus dynamiques à l'exportation. Considérant la nature des tâches impliquées, les CV peuvent aider à créer des activités d'exportations intensives en main d'œuvre et par là aider à réaliser le cercle vertueux liant commerce, croissance et création d'emplois ».([18])

Cette intégration facilite aussi l'accès à des produits intermédiaires moins chers, à une gamme plus variée de produits, ou à des intrants étrangers de plus grande qualité, lesquels sont des facteurs plus susceptibles d'accroître l'efficacité et de réduire les coûts. L'insertion aux CVM est aussi d'une importance capitale pour les pays sous-développés tel que la RDC pour réussir sa stratégie d'industrialisation , permettre à ses PME d' apprendre des entreprises chefs de file, profiter d'un effet de levier stratégique , s'intégrer dans le réseau de production international sans avoir à posséder ou à constituer une chaine de valeur intégrale en devenant des micro-multinationales, avoir une meilleure

La participation des PME de la RDC à ces chaines permettra au pays, outre son effet direct sur l'emploi, de s'intégrer au commerce mondial par un plus grand accès aux marchés, une meilleure information sur les standards internationaux et un accès à la technologie et au savoir par l'apprentissage, une possibilité d'accéder directement à certaines activités sans avoir à développer des industries verticalement intégrées dans le pays, une augmentation des échanges régionaux, etc.…

CONCLUSION

La mondialisation a modifié sensiblement le mode de production des biens et des services. La vision du commerce qui se limitait à l'échelon d'un pays ne reflète plus la réalité. Elle est remplacée par des réseaux de production qui, même pour un simple produit, couvrent de nombreux pays, et souvent l'intégralité du globe. Ces réseaux sont appelés les chaînes de valeur mondiales (CVM)).

Cette fragmentation internationale a donné naissance à une nouvelle forme du commerce international, le commerce intra-firme, lequel désigne l'échange de biens intermédiaires et de biens finals entre les entreprises d'une même structure (entre filiales et maisons-mère, filiales entre elles, etc.). Aujourd'hui, une belle part du commerce international et des exportations d'un bon nombre de pays est de nature intra-firme.

Pour les pays sous-développés tel que la RDC dont la politique commerciale est basée sur les exportations des matières premières, particulièrement les produits miniers, l'insertion aux CVM constitue une thérapeutique pour le développement de son commerce extérieur. En effet, la participation aux chaînes de valeur mondiales peut offrir beaucoup d'opportunités à la RDC. Ce sont notamment l'industrialisation de son économie, la diversification de ses exportations, l'amélioration de la compétitivité de ses produits qui peut

[17] DE LA CHARRIERE, G, *Commerce extérieur et sous –développement*, Paris, PUF, 1964, p. 34.
[18]http://www.thecommonwealth.org. consulté le12/02/2016 à 11 :5

faciliter l'accès de ces derniers aux marchés des pays développés, augmentant par ce fait sa participation au commerce mondial.

La participation aux CVM, peut permettra aux PME congolaises de disposer d'une meilleure information sur les standards internationaux et un accès à la technologie et au savoir par l'apprentissage, une possibilité d'accéder directement à certaines activités sans avoir à développer des industries verticalement intégrées dans le pays. Dans ce même registre, la politique qu'impose la participation aux CVM peut contribuer à l'amélioration des infrastructures de transport, du climat des affaires en RDC, ainsi qu'à l'appui du secteur privé par le pouvoir public , au renforcement de compétence et à la promotion de l'intégration régionale qui peut faciliter le développement du commerce intra-africain pour la RDC. Car, la participation active de de ce pays aux CVM se présente aujourd'hui comme une des solutions non négligeables pour parer à tous les maux dont souffre le commerce extérieur de ce pays.

BIBLIOGRAPHIE

- BAD, *Développement et financement des chaines de valeur agricoles pour l'amélioration de la compétitivité des exportations*, Tunis, BAD, 2014.
- BAD, OCDE et PNUD, *Perspectives économiques en Afrique* 2014*, les chaines de valeur mondiales et l'industrialisation de l'Afrique*, BAD, OCDE, PNUD, 2014.
- Banque Centrale du Congo, rapport annuel 2018
- Banque Centrale du Congo, rapport annuel 2019
- Banque Centrale du Congo, rapport annuel 2020
- Banque Centrale du Congo, rapport annuel 2021
- Banque Centrale du Congo, rapport annuel 2022
- Banque Centrale du Congo, rapport annuel 2023
- BEITONE, A, et al. *Dictionnaire des sciences économiques*, Paris, éd. Armand Colin, 1995.
- CAPUL, J, Y., et GARNIER, O., *Dictionnaire d`économie et des Sciences Sociales*, Paris, éd. Hatier, 2011.
- Commission Européenne, *Analyse et développement des chaines de valeur inclusives pour appuyer les petits producteurs à accéder aux marchés agricoles, note d'information,* mai 2011.
- DE LA CHARRIERE, G, *Commerce extérieur et sous –développement*, Paris, PUF, 1964.
- Les services des délégués commerciaux de canada, *devenir un maillon des chaines de valeur mondiales : guide à l'intention des petites et moyennes entreprises*, Canada, S.D.
- Microsoft encarta, 2009.
- RDC*, Document de stratégie commerciale de la RDC, programme d'appui au commerce pour la RDC*, Ministère du commerce, Mars 2015.
- GLOBEMAN, S.*, Les chaines de valeur mondiales enjeux économiques et stratégiques*, Western Washington Univesity, S,D.
- http://www.Economie-trader-finance.fr/commerce+international
- http://www.L'Afriquedesidées.com.
- http://www.thecommonwealth.org.