



ELABORATION DE STRATEGIE DE DEFENSE COMMERCIALE MADAGASCAR

# Approche et outils pour compréhension mécanisme de défense commerciale

---

AMENA ABDIRASSOUL

OCTOBRE 2021

# objectifs

---

1. Mener une réflexion pour identifier outils intéressant pour comprendre le mécanisme
2. Chercher méthodes de communication envisageable pour faciliter la compréhension
3. Vérifier adaptabilité et réaliser un prototype de l'outil le plus approprié

# Démarche

---

Détecter problèmes parties prenantes par enquête sur terrain

Trouver les pistes de communication envisageables

Segmenter les cibles selon leurs besoins

Trouver les supports existant actuellement

Identifier l'outil approprié par rapport à ces cibles et à leurs besoins

# Problèmes détectés lors enquête terrain

---

- Non connaissance mesure
- Non respect deadline
- Méconnaissance affectation
- Non connaissance démarches à suivre
- Dispersion des entités de défenses ( ministères différents, directions différentes, pbm de communication)
- Fournisseurs et tierces parties sont dans pays différents (plateforme d'échange)
- Plusieurs entités à Madagascar pas forcément connectées (pb internet ou délestage)
- Quid des régions? Délestages fréquents dans plusieurs endroits

# Objectifs communication ANMCC

---

Informer

Sensibiliser

Former

Orienter

Responsabiliser

# Conditions nécessaires

---

- transparence sur process, sur timing à respecter
- accessibilité : zoom? Site web? Rappel par msg tel ?)

# Acteurs considérés par ANMCC

---

- Secteurs privés : industriels, importateurs, **exportateurs\*\*\***
- Secteur public : équipe douane, équipe impôt, équipe ministère en charge du commerce (bcp de nouveaux nommés récemment nommés), en charge industrie, équipe de MAE, équipe magistrats (CRDA, Primature) et ANMCC (Acteur principal, premier concerné par les mesures correctives commerciales)
- Société civile : association des consommateurs, **syndicats employés\*\*\***

\*\*\* AJOUT : ces acteurs sont concernés directement

# Autres acteurs à prendre en considération (hors parties prenantes)

---

Acteurs qui veulent savoir ce qui se passe à l'ANMCC **pour autres besoins\*\*\***

Acteurs intéressés par les MCC **pour assistance\*\*\*** (ex : dans les régions)

**\*\*\* AJOUT:** Ceux- là sont concernés indirectement

Ex : journalistes, étudiants , chercheurs, les organismes d'appui (Bso)



# Besoins selon les cibles

---

IMPORTATEURS, EXPORTATEURS, MINISTERES : veulent comprendre PROCESS,

JURISTES : veulent connaître les RÈGLES

EQUIPES MINISTERE FINANCE : veulent INFORMATIONS ET IMPLICATION

SOCIETE CIVILE : veut INFORMATIONS, MISE A JOUR

TIERCES PARTIES ET AUTRES : VEULENT ACCES FACILE AUX INFORMATIONS MCC Madagascar

ANMCC : veut une bonne COORDINATION DE LA COMMUNICATION

# Supports existant et problèmes

---

ANMCC a internet et a créé plusieurs supports sous PPT, des brochures, dispose des textes, decrets

- intéressants mais lourds – plus adaptés lors séminaires, salons
- risque : non rétention par la mémoire (trop d'informations tuent l'information)
- difficulté : recherche, manipulation (non pratique)

Les régions : certains ont accès à internet, d'autres moins (cause coût ou délestage ou réseau)

# Atout à explorer

---

**Mais tous les acteurs ont un téléphone**

ANMCC a contrat de collaboration avec les FCCI

# Besoins ne sont pas uniformes

---

public en général : aperçu rapide, initiation, process

Juriste : aperçu rapide, initiation (pour ceux qui ne connaissent pas) , puis contenu textes, projets et lois

Parties concernées (importateurs, exportateurs) : aperçu rapide, connaître ce qui va se passer après, sanctions à encourir

Douanes et impôt : aperçu rapide, le process, timing, autorisation : responsabilité,

Société civile : aperçu rapide, comment agir

pays exportateurs : le process, les lois et decrets applicables à Madagascar

# Réflexion sur les outils

---

Format approprié : physique et /ou numériques (accès en temps réel ou différé);

Type de support possibles : papier , fiches aide-mémoire, vidéo sur site web et/ ou page facebook, PPT

Pour les ministères ou BSO (CCI) éloignés avec accès internet : fiches aide mémoire, info sur site, sur plateforme

Pour les ministères ou BSO ( CCI) éloignés sans accès internet : aide mémoire, support physique ou tel , cd ou dvd

Pour les exportateurs, importateurs : site web, aide-mémoire,

Pour tous ceux qui veulent juste s'imprégner (aperçu rapide) : aide-mémoire

Pour le juristes : aide-mémoire, lois, traités, site web, téléphone

Pour tous ceux qui veulent approfondir : aide-mémoire, support papier, powerpoint, vidéo, site web

# Méthode de communication envisageable

---

- pour utilisateurs

PHYSIQUE OU NUMERIQUE : Aperçu rapide via MINDMAP (pour tout le monde) ET EN LIGNE dans site Ministère du Commerce – ANMCC – EDBM –DOUANE CHAMBRE DE COMMERCE )

- pour les personnes qui s'occupent des lois, et de la mise en œuvre

DIGITAL ET PHYSIQUE : Aide-mémoire, Textes OMC , Textes ACR et ARTICLES sur la mesure

- pour tous : durant les séances de formation

NUMERIQUE ET PHYSIQUE : utiliser les supports sous PPT, CD ou vidéos

outil clé : téléphone

# 3. PROTOTYPE PROPOSE : modèle Mindmap

---

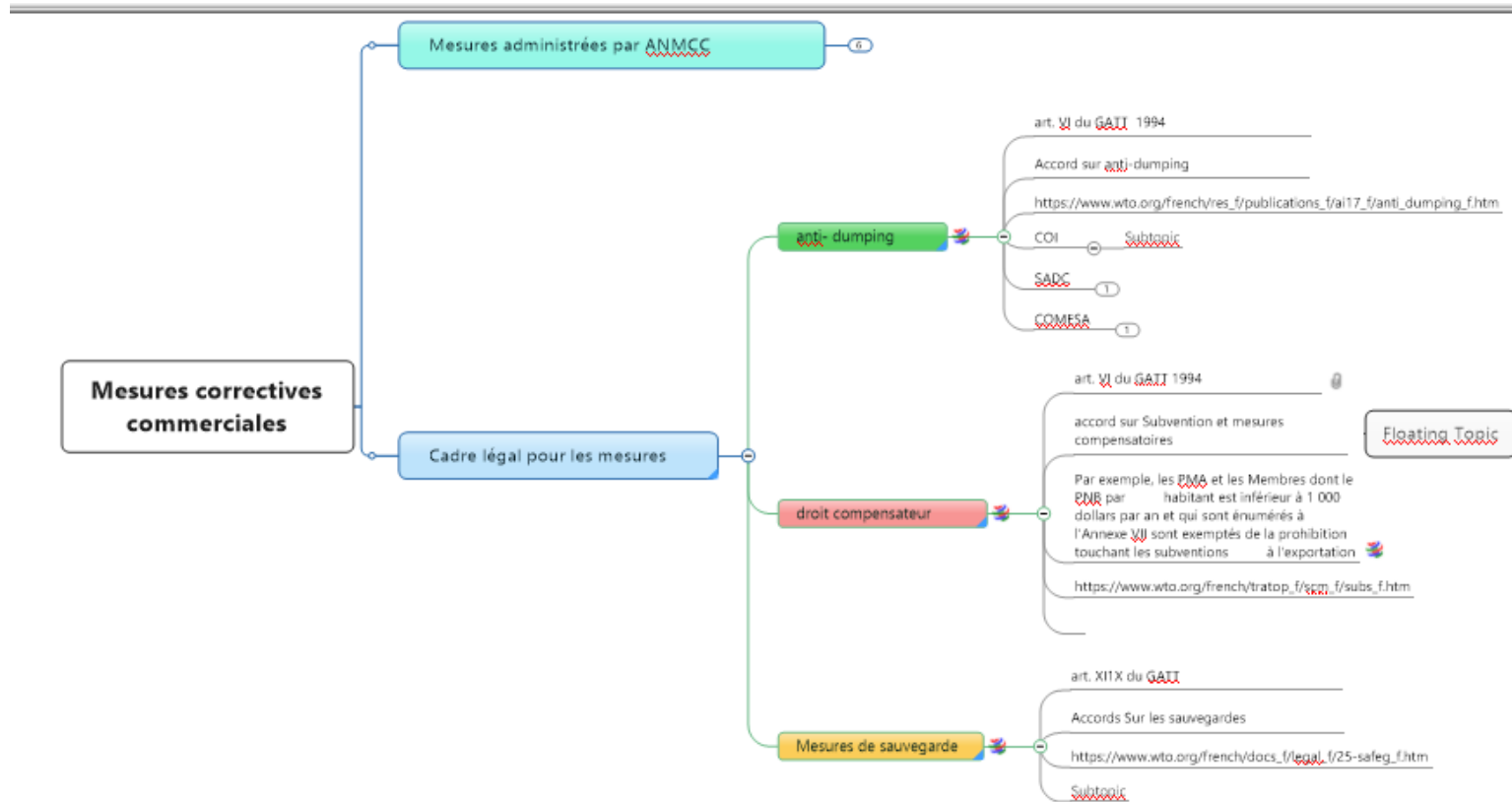
- Outil 1. Comprendre les mesures correctives commerciales (MCC)
- Outil 2. Connaître les INSTRUMENTS JURIDIQUES
- Outil 3. Connaître le PROCESS
- Outil 4. Connaître les MCC dans les Accords Régionaux

# Outil 1: Comprendre les MCC



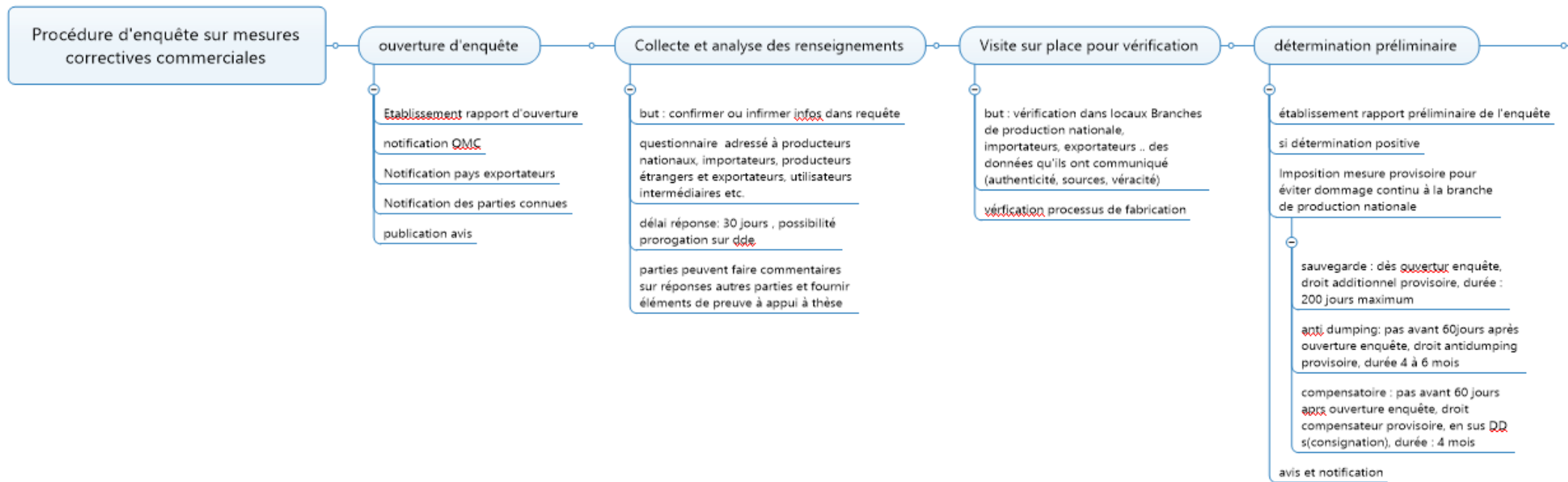


# Outil 2. Connaître les outils juridiques



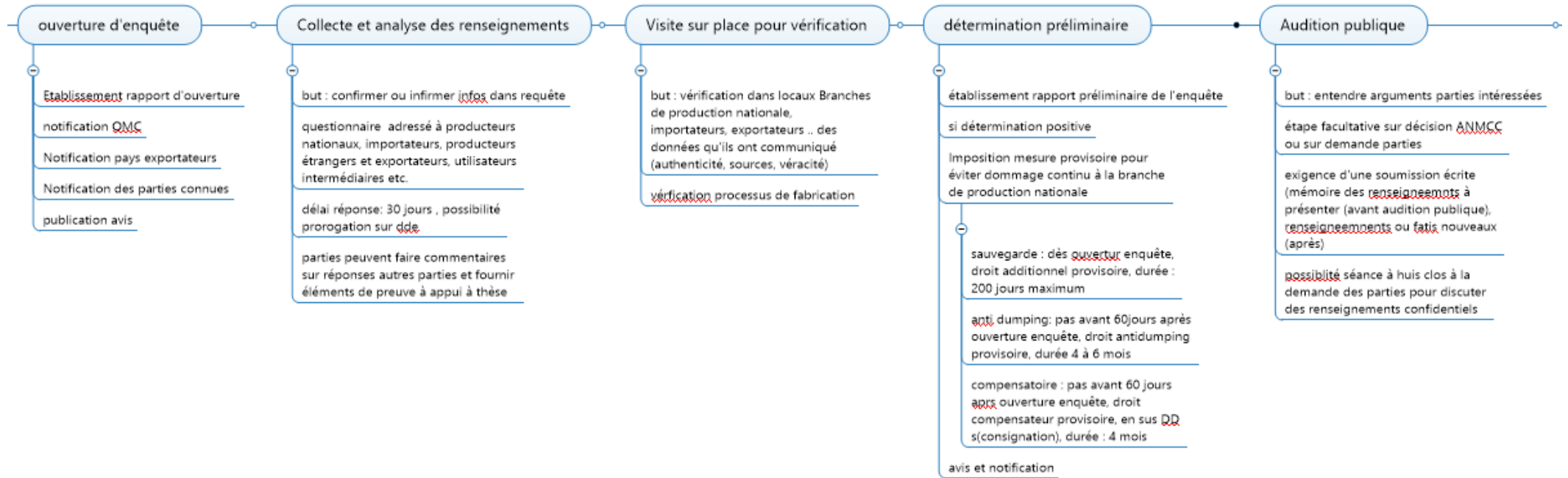
# Outil 3. Connaître le process (démarches de l'enquête)

## ETAPE 1



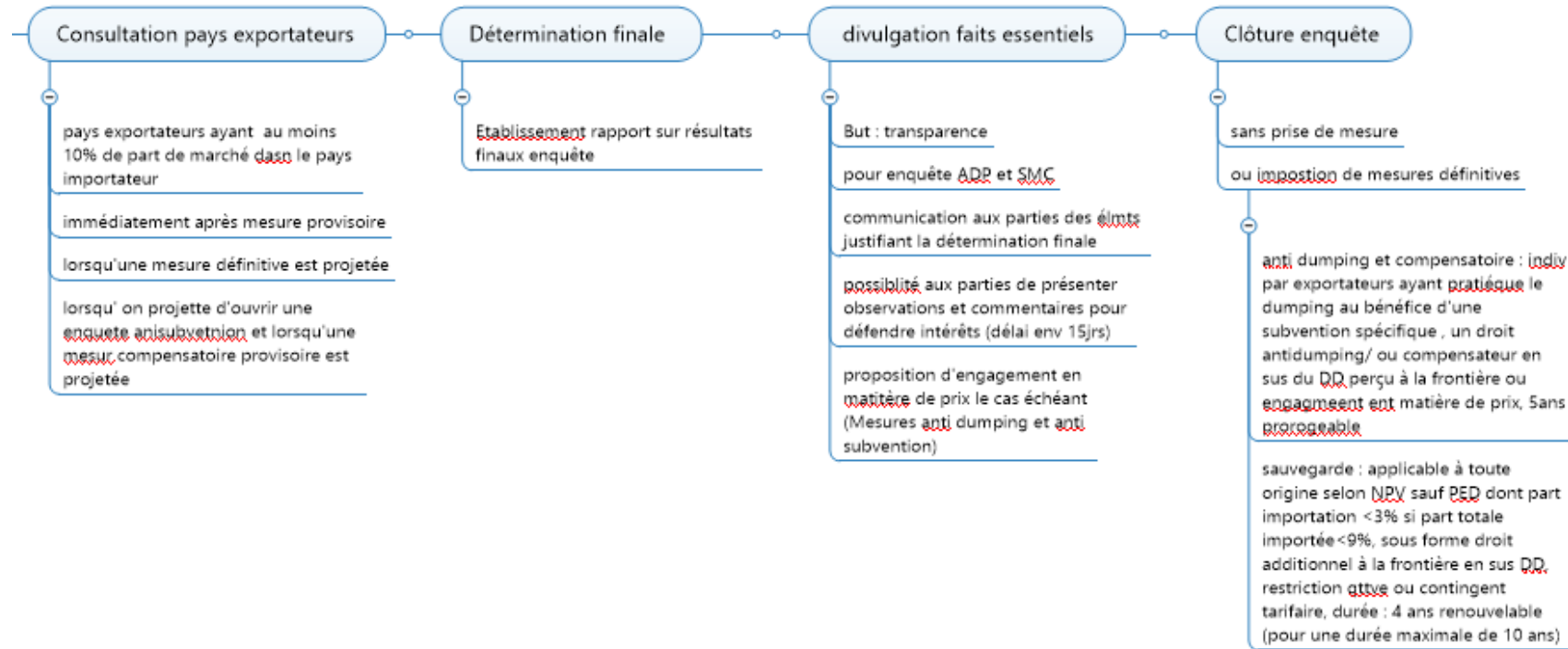
# Outil 3. Connaître le process

## ETAPE 2

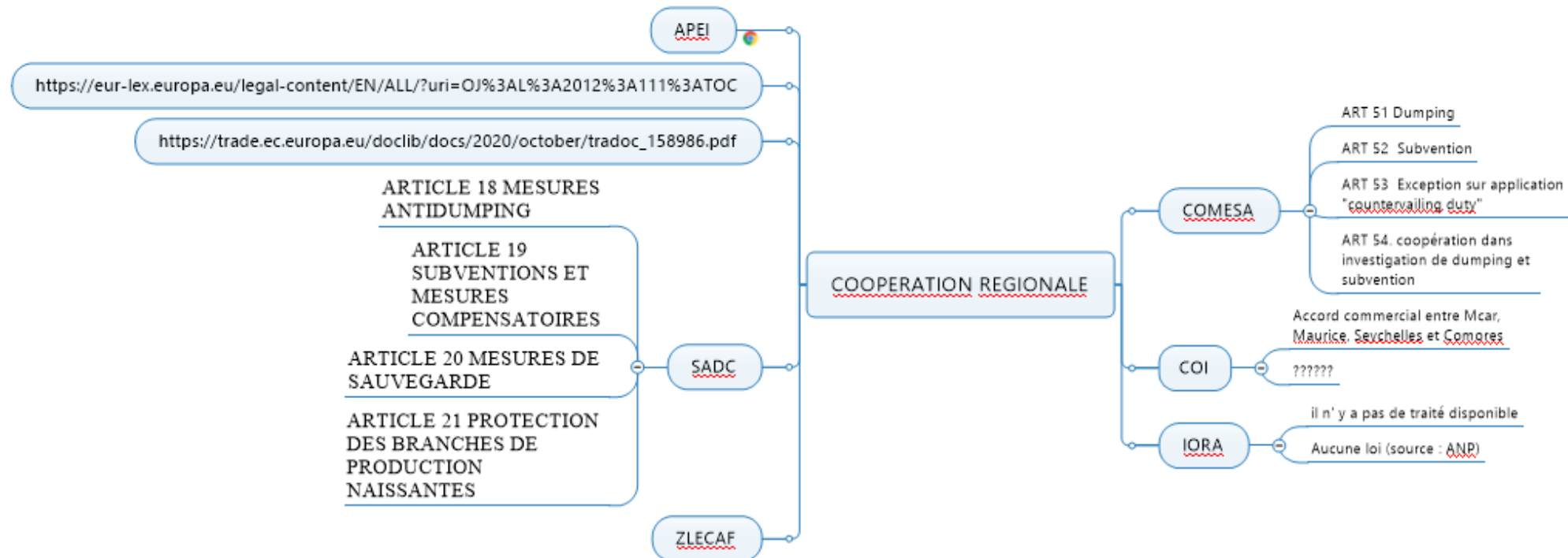


# Outil 3. Connaître le process

## ETAPE 3.



# Outil 4. MCC dans les Accords régionaux



# Conclusion

---

- ❖ - BESOINS DE CONNAITRE LES MESURES CORRECTIVES COMMERCIALES EXISTENT
- ❖ - LES NIVEAUX DE COMPREHENSION SONT DIFFERENTS
- ❖ - LES BESOINS NON UNIFORMES, VARIENT SELON LES UTILISATEURS
- ❖ - LES OUTILS EXISTENT, SONT NOMBREUX MAIS LOURDS
- ❖ - LES SUPPORTS DISPONIBLES DIFFERENT D'UN MINISTERE A L' AUTRE
- ❖ - LE NUMERIQUE ET LE PHYSIQUE SONT A MELANGER
- ❖ - LE MINDMAP EST L'OUTIL CLE