



Agrément/Habilitation

N° HA-2022 19MESRI/ANAQ-SUP/SE/DIPriv/nmf

DEPARTEMENT : Institut MERCURE

SPECIALITE Gestion

PROJET PROFESSIONNEL

Présenté par

Ndeye Boury DIALLO

Pour l'obtention du diplôme de
Licence Professionnelle commerce international

**Sujet : Chargé (e) des relations commerciales internationales
dans l'agroalimentaire**

Soutenu à Dakar le 25/07/2023 devant le jury composé de :

Président du jury : Dr Astou Manel FALL	Enseignant chercheur en Gestion	SUPDECO
Encadreur : Dr. Malick MANE	Enseignant chercheur en Economie	SUPDECO
Membre du jury 1 : Wahab BARRO	Intervenant en transport Logistique	SUPDECO

Année 2022-2023

DÉDICACE

A mes chers parents pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire.

Que ce travail soit l'accomplissement de vos vœux tant souhaités.

REMERCIEMENTS

Ce rapport de fin d'étude n'aurait jamais vu le jour sans l'intervention d'un grand nombre de personnes.

A ma famille, nous les remercions également pour les prières qu'ils ne cessent de former à mon égard.

Mes remerciements vont de droit à mon encadreur Dr. Malick MANE, de m'avoir apporté son indéfectible soutien et orientations durant la période de rédaction de ce projet professionnel.

A M. Chris Gael MALONGA, Responsable du département Mercure et l'ensemble du corps professoral pour la formation particulière qu'ils nous ont accordé.

Nous exprimons notre gratitude à M. Thierno Amadou NGOM qui nous a accompagnés durant cette période de rédaction malgré son manque de temps merci pour tous.

Nous ne saurons terminer sans remercier toutes ces personnes qui m'ont soutenu tout au long de ce projet nous voudrions citer Moustapha DIOUF, Cheikh TALL, Adama NDIAYE, khadidiatou SOW, Cheikh DIAGNE, Coumba KONE, Diatou MBEGUE

SOMMAIRE

DÉDICACE	i
REMERCIEMENTS	ii
SOMMAIRE	iii
LISTE DES TABLEAUX	iv
LISTE DES FIGURES	v
LISTE DES ABREVIATIONS	vi
INTRODUCTION GENERALE	1
PREMIERE PARTIE :	3
PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE	3
I. PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE	4
DEUXIEME PARTIE :	16
ETUDE DU METIER	16
II. ETUDE DU METIER DU CHARGEE DES RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES	17
TROISIEME PARTIE :	27
BILANS ET PERSPECTIVES	27
BILAN ET PERSPECTIVES	28
CONCLUSION	31
REFERENCES BIBLIOGRAPHIES	VII
ANNEXES	VIII
TABLE DES MATIERES	IX

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : analyse SWOT du métier	24
Tableau 2 : analyse SWOT personnel.....	28
Tableau 3 : analyse SWOT professionnel.....	29
Tableau 4 : plan d'action suivant les périodes	30

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Evolution des importations de riz en valeur (millions de FCFA.....	6
Figure 2: Evolution des importations de blé.....	7
Figure 3 : Evolution des exportations des arachides non grillée	8
Figure 4: Evolution des exportations de poissons frais de fruits de mer	9
Figure 5: les exportations des Crustacés, mollusques et coquillages.....	10
Figure 6 : SWOT du secteur agroalimentaire	15

LISTE DES ABREVIATIONS

ADPME : Agence de développement pour les petites et moyennes entreprises

ASEPEX : Agence Sénégalaise de Promotion des Exportations

CRCI : Chargé des relations Commerciales internationales

ITC : Centre de commerce international

OMC : Organisation Mondiale de Commerce

SWOT: Strength, Weaknesses, Opportunistes, Threats

INTRODUCTION GENERALE

Actuellement en cours de formation au groupe SUPDECO Dakar en Licence 3 commerce International nous vous présentons notre projet professionnel et d'affiner notre vision de notre futur emploi. Au sein de notre formation, nous avons acquis des connaissances solides en gestion des entreprises et en commerce international. C'est ce qui est une opportunité pour nous de découvrir les différentes facettes de ce domaine passionnant à travers des cours théoriques, des études de cas et des projets pratiques. Ces expériences nous ont permis de développer une vision du commerce à l'échelle internationale. Etant consciente que la réalité professionnelle peut différer des perspectives que nous avons actuellement, nous considérons cette période de formation comme une ouverture pour affiner nos intérêts, découvrir de nouvelles possibilités et acquérir des compétences polyvalentes. Ainsi, nous sommes prêts à explorer diverses industries, à nous adapter aux changements du marché et à saisir les opportunités. En outre, la branche de cette formation qui est le commerce international est très vaste et regroupe plusieurs secteurs d'activité comme le secteur agroalimentaire qui fait partie de notre projet professionnel.

Ce secteur agroalimentaire constitue l'ensemble des activités liées à la production, la transformation, et la commercialisation des produits agricoles et alimentaires. Il englobe la culture des plantes, la pêche, l'élevage ainsi que la transformation des matières premières en produit finis prêts à la consommation. Il fait appel à des acteurs variés, tels que des agriculteurs, des transformateurs, des distributeurs, détaillants, qui exercent des relations commerciales des aliments et nécessite une attention particulière pour assurer la qualité des produits, le respect des normes sanitaires, la durabilité environnementale et l'innovation des aliments commercialisés dans différents pays pour répondre aux besoins en constatant évolution des consommateurs. Beaucoup d'entreprises agroalimentaire cherchent à vendre leurs produits vers d'autres pays et cela nécessite d'engager un spécialiste qui sera chargé des relations commerciales internationales pour promouvoir ses produits.

Le chargé des relations commerciales internationales étant un métier dans ce secteur est appelé à développer et à gérer les activités commerciales de l'entreprise sur les marchés internationaux.

Il aide les entreprises à identifier les opportunités de marché dans d'autres pays, à négocier des contrats avec des partenaires étrangers, à comprendre les réglementations commerciales internationales et à gérer les risques liés aux transactions internationales. Ce métier est très pertinent dans le contexte actuel de la mondialisation des échanges commerciaux. Les entreprises ont besoin de collaborateurs qui comprennent les différences culturelles et les pratiques commerciales des différents pays et qui peuvent communiquer efficacement avec des clients et des fournisseurs.

Etant issu d'une famille d'agricultrice, et que mon père détient une entreprise agroalimentaire. Mais il existe un manque d'ouverture vers l'étranger, l'intérêt pour ce métier découle de notre passion dans ce secteur en nous appuyant sur la formation reçue et les connaissances acquises en visant sur son évolution. Ce manque à gagner pour l'entreprise familiale à nouer des relations commerciales à l'étranger participe à notre motivation à choisir le métier chargé des relations commerciales internationales pour promouvoir son image à l'extérieur.

L'objectif visé dans le cadre de ce projet professionnel est de développer et en même temps consolider notre entreprise familiale en tant qu'acteur clé dans l'exportation et la commercialisation des produits agroalimentaires vers d'autres pays en établissant des partenariats solides.

Pour atteindre ces objectifs, nous avons adopté une méthode de travail rigoureusement organisée en effectuant des recherches sur le net, en consultant des sites, effectué des entretiens avec des spécialistes du métier chargé des relations commerciales internationale, privilégié une analyse de contenu et une analyse de SWOT.

Nous avons structuré notre projet professionnel de fin de cycle en trois parties :

Tout d'abord nous allons essayer de situer une présentation du secteur agroalimentaire. Ensuite, nous allons étudier la description générale du métier chargé des relations commerciales internationales avec une interview à l'appui. Ainsi élaborer un bilan et enfin ouvrir une perspective.

PREMIERE PARTIE :

PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE

I. PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE

Dans cette partie, nous allons faire une présentation générale du secteur agroalimentaire, ensuite donner le cadre macroéconomique, son organisation, son marché et concurrence, pour terminer nous allons faire une SWOT du secteur.

1. Présentation générale

Dans l'importance constante des besoins, il est apparu depuis quelques années la nécessité de développer et améliorer le secteur de l'agroalimentaire dans l'ensemble du pays. Son développement participe à renforcer la sécurité alimentaire au Sénégal et rééquilibrer une balance commerciale dégradée par des importations des produits alimentaires, à développer des filières intégrées et à préserver les équilibres sociaux économiques. L'agroalimentaire prend en considération la production, la transformation, la distribution et la vente de produits alimentaires. C'est ce qui fait que les entreprises sont diverses, allant des petites exploitations agricoles aux grandes multinationales. Il joue un rôle crucial tant au niveau national qu'international, car il englobe tout. Au Sénégal, l'agroalimentaire représente généralement l'un des principaux piliers de l'économie. Il constitue un secteur stratégique en raison de son impact sur l'emploi, la sécurité alimentaire, la santé publique et les échanges commerciaux. Le secteur prend en compte tous les volets (l'agriculture, la pêche, la transformation alimentaire, les distributeurs, les restaurants ainsi que les organismes de réglementation et de contrôle). Les enjeux du secteur sont nombreux, il répond à la demande croissante permettant de garantir la sécurité et la qualité des aliments. Le secteur promeut des pratiques agricoles durables tout en respectant l'environnement, en favorisant l'innovation technologique dans la production et la transformation des aliments. Ce qui favorise une bonne compétitivité des entreprises nationales sur l'échelle internationale caractérisant des échanges commerciaux importants. En outre, le secteur agroalimentaire est confronté à des défis. Il doit faire face à des normes et réglementations différentes d'un pays à l'autre, avec un problème de sécurité sanitaire des aliments, à des contraintes logistiques et à des fluctuations des prix des matières premières. A cela, des préoccupations croissantes liées à la durabilité, à l'éthique et à l'impact environnemental de l'agriculture et de l'élevage influencent de plus en plus les échanges internationaux. Le secteur agroalimentaire national et international est un secteur vital pour la société.

2. Cadre macroéconomique du secteur agroalimentaire

Le secteur agroalimentaire est un domaine clé de l'économie mondiale qui regroupe les industries impliquées dans la production, la transformation et la distribution des produits alimentaires. Au Sénégal, le secteur agroalimentaire est un moteur important de l'économie, en particulier dans les zones rurales où il peut représenter une part importante de l'emploi et des revenus. Ce Secteur fait vivre **62% de la population rurale**. Ainsi, il emploie plus de **35% de la main- d'œuvre totale**. Cependant, seulement **5% de la production est transformée au niveau national**¹.

Au Sénégal nous avons décompté douze (12) grandes entreprises agroalimentaires à savoir :

- LA LAITERIE DU BERGER (DOLIMA)
- NESTLE SENEGAL
- GROUPE KIRENE
- PATISSERIE SENEGALAISE (PATISEN)
- GROUPE SEDIMA
- LA SOCIETE DES BRAISERIES DE L'OUEST AFRICAINE (SOBOA)
- COMPAGNIE SUCRIERE SENEGALAISE (CSS)
- GRANDS MOULIN DE Dakar (GMD)
- SENEGALAISE INDUSTRIE ET COMMERCE (SENICO SA)
- CHOCOSEN
- SOCIETE DE CONSERVES ALIMENTAIRES AU SENEGAL (SOCAS SA)
- SONACOS SA

S'agissant du commerce extérieur, le SENEGAL fait partie des pays qui importent le plus.

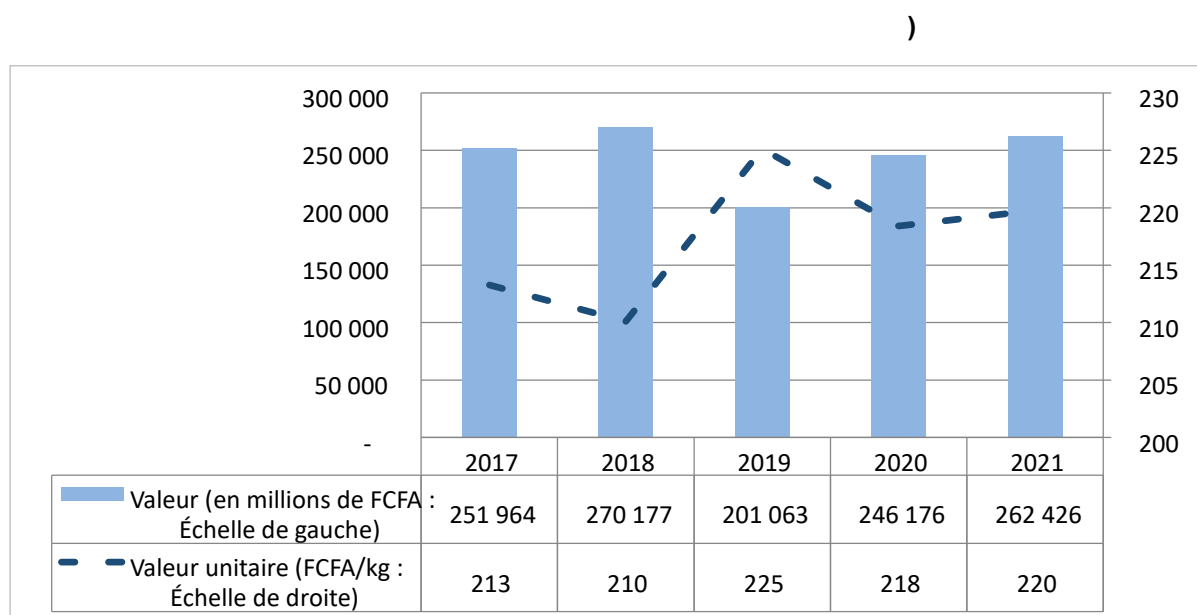
On peut citer :

- ❖ **Le riz** : Le riz occupe une place prépondérante dans la consommation des ménages au Sénégal. Les importations de riz ont été évaluées à 264,4 milliards de FCFA en 2021 contre 246,4 milliards de FCFA en 2020, soit une hausse de 6,6%. Au même moment, les achats extérieurs de riz, en volume, ont augmenté de 5,9% en 2021 pour atteindre 1 194,0 tonnes contre 1 127,0 tonnes en 2020.

¹ Les chiffres du secteur de l'agro-business au Sénégal en 2021 (socialnetlink.org) consulté le 09-06-2023

La part du riz dans les importations totales est ressortie à 4,9% en 2021. Au courant de l'année 2021, les achats extérieurs de riz sont essentiellement effectués depuis **l'Inde** (70,7%), **la Thaïlande** (+12,3%), **le Brésil** (8,0%) et **le Pakistan** (3,1%). Les parts de marché du Pakistan et du Brésil ont diminué au profit de celles de l'Inde. Cette dernière est devenue, ces dernières années, le premier fournisseur de riz au Sénégal devant le Brésil et la Thaïlande.²

Figure 1 : Evolution des importations de riz en valeur (millions de FCFA



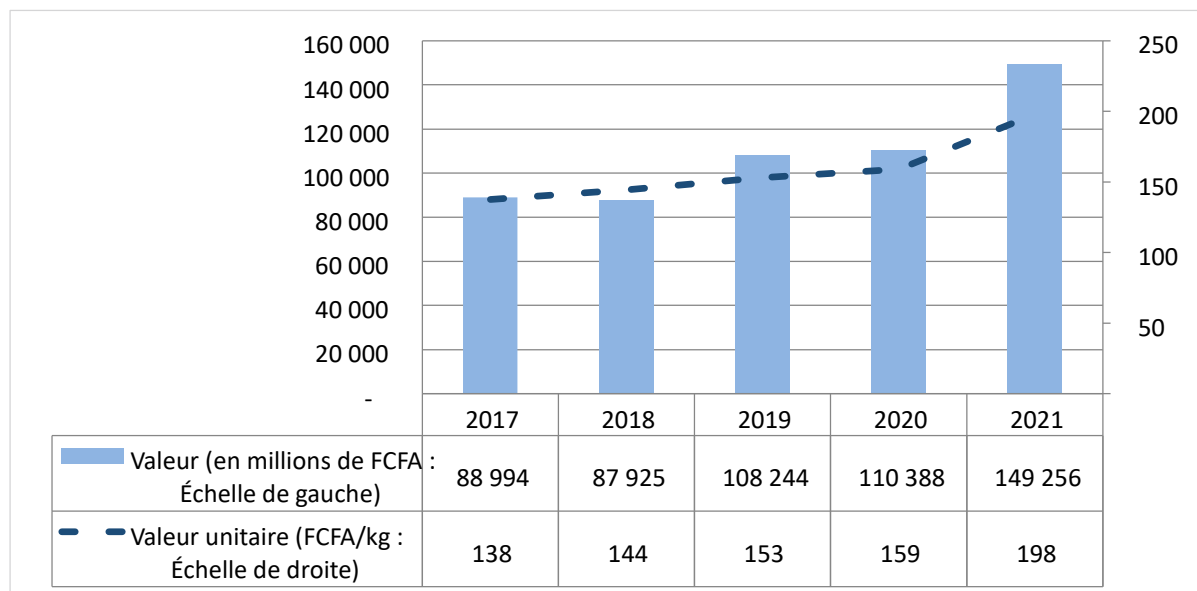
Source: ANSD/DSECN/DSC/BEE

- ❖ **Le blé** : Durant la période 2017-2021, les importations de froment et de méteil se sont accrues de 35,2% passant de 89,0 milliards en 2017 à 149,3 milliards de FCFA en 2021. Parallèlement, le volume des importations a évolué (+8,6%) en 2021 pour atteindre 753,8 milliers de tonnes contre 694,0 milliers de tonnes en 2020. Au cours de l'année sous revue, ce produit est fourni essentiellement par la Russie (+55,7%), la France (+23,4%), l'Argentine (12,1%) et la République de Lituanie (+3,0%).³

² nace_2021_version_finale-30122022-rev.pdf (ansd.sn) consulté le 13-06-2023

³ nace_2021_version_finale-30122022-rev.pdf (ansd.sn) consulté le 13-06-2023

Figure 2: Evolution des importations de blé



Source: ANSD/DSECN/DSC/BEE

- ❖ **Les produits laitiers** : tels que le lait en poudre, le fromage et le beurre les principaux pourvoyeurs sont l'union européenne
- ❖ **Le sucre** : le Sénégal importe également une bonne quantité du sucre car sa production est insuffisante pour satisfaire sa demande, les pourvoyeurs sont le Brésil, Maroc...

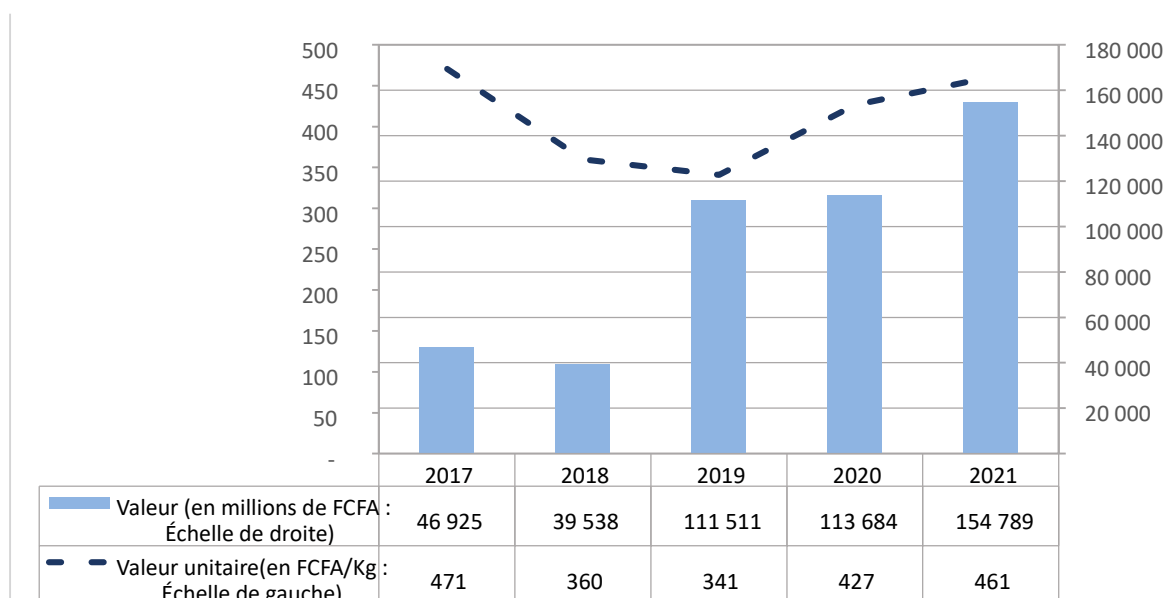
Le SENEGAL est un pays d'Afrique de l'Ouest qui exporte différents produits agroalimentaires vers plusieurs destinations.

On peut citer :

- ❖ **L'arachide** : Les arachides non grillées constituent l'un des principaux produits exportés par le Sénégal (5ème au classement) avec une part de 5,4% des exportations totales en 2021. Les exportations d'arachides non grillées ont poursuivi leur croissance amorcée en 2019 et sont évaluées à 154,8 milliards de FCFA en 2021 contre 113,7 milliards de FCFA en 2020, soit une hausse de 36,2% (après 1,9% en 2020). Cette évolution observée en 2021 est consécutive à l'accroissement des ventes de ce produit vers son principal client, la République de Chine (+27,7%) et son nouveau client, la Suisse (11,3 milliards de FCFA). La part de marché de la Chine s'est effritée

pour s'établir à 92,4% (après 98,4% en 2020) au profit de la Suisse qui reçoit 7,3% des ventes d'arachide à l'extérieur. ⁴

Figure 3 : Evolution des exportations des arachides non grillée



Source: ANSD/DSECN/DSC/BEE

❖ **Mangues** : le Sénégal est un producteur et exportateur de mangues les principaux pays importateurs de mangues sénégalaises que sont l'Union européenne, la Russie

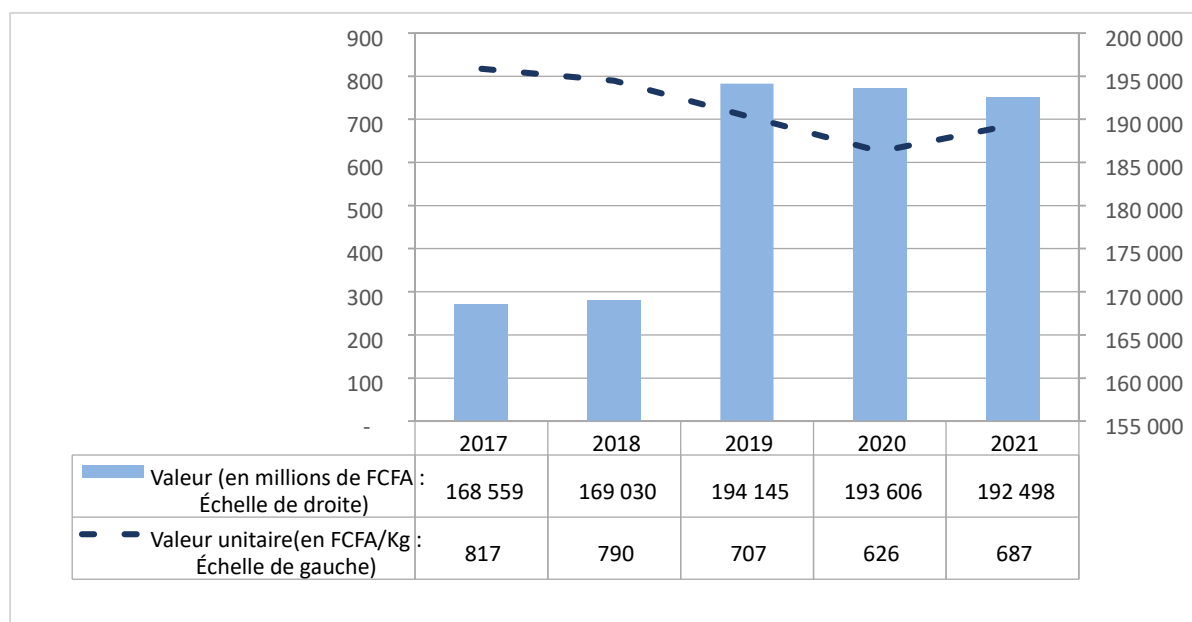
❖ **Poissons et fruits de mer** : les ventes à l'extérieur de poissons frais de mer ont connu, en moyenne une tendance haussière durant les trois dernières années comparées à 2018. Toutefois, elles ont légèrement chuté entre 2020 et 2021, passant ainsi de 193,6 milliards de FCFA à 192,5 milliards de FCFA, soit une baisse de 0,6%.

Ce recul s'explique par la diminution des exportations de poisson frais de mer vers le Cameroun (-26,8%), l'Espagne (-25,5%), le Mali (-19,5%), le Burkina Faso (-16,0%) et la Corée du sud (-4,3%). Cependant, la hausse des expéditions vers la République de Guinée (+84,1%), la France (+18,4%) et la cote d'ivoire (+1,8%) a amoindri l'ampleur de cette baisse. La part des exportations de poissons frais de mer dans les ventes globales à l'extérieur est de 6,7% ; ce qui les positionne à la quatrième place. Les principaux clients du Sénégal en 2021 sont la Cote d'Ivoire, la République de Guinée, la Corée du sud, la France et le Cameroun⁵

⁴ nace_2021_version_finale-30122022-rev.pdf (ansd.sn)

⁵ nace_2021_version_finale-30122022-rev.pdf (ansd.sn) consulté le 13-06-23

Figure 4: Evolution des exportations de poissons frais de fruits de mer



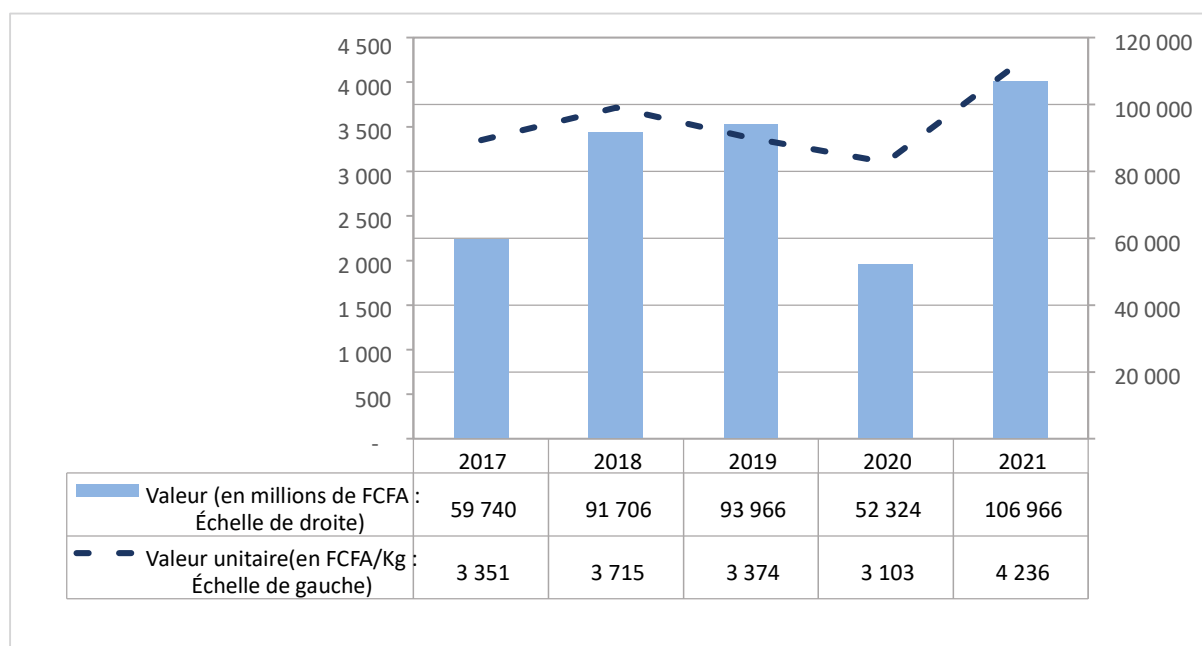
Source : ANSD/DSECN/DSC/BEE

❖ **Crustacés, mollusques et coquillages** : Après leur baisse considérable notée en 2020, par rapport aux deux précédentes années, en s'établissant à 52,3 milliards de FCFA (contre 91,7 milliards de FCFA en 2018 et 94,0 milliards de FCFA en 2019), les exportations de crustacés, mollusques et coquillages ont connu une progression remarquable en 2021. En effet, elles ont plus que doublé entre 2020 et 2021, en passant de 52,3 milliards de FCFA à 107,0 milliards de FCFA, malgré la hausse de leur prix de 36,5% durant la période sous revue.

Cette progression s'explique par le rebond des expéditions vers le Portugal (+350,2%), l'Italie (+172,0%), la Grèce (+152,7%), le Japon (+128,5%), et l'Espagne (+100,9%). Cependant, les expéditions de ce produit vers la Chine se sont repliées de 38,9 % en limitant cette tendance haussière. Ce produit est classé sixième dans l'ordre des produits les plus exportés, avec un poids de 3,7% sur les exportations globales en 2021. Les principaux clients du Sénégal sont l'Espagne (41,0%), l'Italie (35,6%), le Japon (4,0%), la Grèce (2,8%) et la Chine (2,4%).⁶

⁶ nace_2021_version_finale-30122022-rev.pdf (ansd.sn) consulté le 13-07-23

Figure 5: les exportations des Crustacés, mollusques et coquillages



Source : ANSD/DSECN/DSC/BEE

- ❖ **Les tomates cerise** : Le SENEGAL exporte environs 9,93 millions de tomates cerise par an. Ces derniers se retrouvent en France, en Espagne en hollande...⁷

Ce secteur est composé de plusieurs acteurs à différents niveaux (réseaux, gouvernement, entreprise, financiers, éducation et recherche, ONG, société civile).

Les gouvernements locaux peuvent jouer un rôle important dans le soutien au secteur agroalimentaire en offrant des incitations fiscales, des subventions pour la recherche et le développement, ainsi que des programmes de formation pour améliorer les compétences des travailleurs.

Le secteur agroalimentaire est étroitement lié au commerce mondial. Les pays exportateurs peuvent bénéficier de l'augmentation de la demande mondiale pour leurs produits alimentaires, ce qui peut stimuler leur économie et leur croissance.

Les pays importateurs peuvent accéder à une plus grande variété de produits alimentaires et à des prix plus compétitifs en s'ouvrant à internationale. Cependant, le commerce international des produits alimentaires peut également être un défi pour les producteurs locaux et les petites

⁷ <https://www.goafricaonline.com/sn/articles/289-quelles-productions-agricoles-phare-senegal> consulté le 14-07-2023

exploitations, qui pourraient être incapables de rivaliser avec les grandes exploitations commerciales.

Les gouvernements peuvent jouer un rôle important en aidant les producteurs locaux à s'adapter aux conditions du marché mondial, en favorisant également les pratiques commerciales équitables.

En fin de compte, le cadre macroéconomique du secteur agroalimentaire dépend de nombreux facteurs notamment les politiques gouvernementales, les tendances de la consommation, les fluctuations des prix des produits alimentaires et les développements technologiques.

Les gouvernements et les acteurs de l'industrie doivent travailler ensemble pour s'adapter aux changements et rendre le secteur agroalimentaire sain et durable.

3. Organisation du secteur agroalimentaire

L'organisation du secteur agroalimentaire est complexe et comprend de nombreux acteurs, réglementations et dynamiques.

Le ministre de l'agriculture : Le ministre de l'agriculture est chargé de promouvoir le développement de l'agriculture et de l'agroalimentaire dans le pays.

Il travaille à améliorer les conditions de vie des agriculteurs en les aidant à augmenter leur production et à améliorer leur rentabilité. Le ministre de l'agriculture est également responsable de la réglementation de la production alimentaire pour garantir la sécurité alimentaire des consommateurs et la qualité des produits

Agriculteurs : Ce sont les producteurs primaires qui cultivent les terres et élèvent du bétail pour produire des matières premières agricoles. Ces dernières seront destinées à la transformation.

Transformateurs : Les transformateurs locaux, tels que les abattoirs, les meuneries, les laiteries, les conserveries et les entreprises de transformation alimentaire, achètent les matières premières agricoles des agriculteurs locaux et les transforment en produits alimentaires prêts à la consommation ; destinés à la distribution où l'exportation.

Distributeurs : Les distributeurs locaux, tels que les grossistes, les supermarchés, les épiceries et les marchés, achètent les produits alimentaires des transformateurs et les mettent à disposition des consommateurs locaux et dans certaines mesures ces produits sont exportés.

Restaurants et services alimentaires : Les restaurants, les cafétérias, les hôtels et d'autres services alimentaires locaux achètent des produits alimentaires auprès des transformateurs et des distributeurs pour préparer et servir des repas aux consommateurs.

Consommateurs : Les individus locaux qui achètent et consomment les produits alimentaires pour répondre à leurs besoins nutritionnels.

Organisations internationales : Des organisations telles que la FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture) et l'OMC (Organisation mondiale du commerce) jouent un rôle dans la réglementation, la coordination et la promotion du commerce agroalimentaire international.

Producteurs et exportateurs : Les agriculteurs et les transformateurs produisent des produits alimentaires qui sont exportés vers d'autres pays. Les exportateurs peuvent être des entreprises privées, des coopératives ou des entités gouvernementales.

Importateurs et distributeurs : Les importateurs achètent des produits alimentaires provenant d'autres pays pour répondre à la demande intérieure.

Les distributeurs internationaux sont responsables de la distribution des produits importés aux détaillants et aux services alimentaires.

Commerce international : Le commerce agroalimentaire est régi par des accords commerciaux bilatéraux et multilatéraux, des normes de sécurité alimentaire, des quotas d'importation et d'exportation, ainsi que des tarifs douaniers. Des négociations commerciales sont menées entre les pays pour faciliter les échanges et résoudre les problèmes liés au commerce des produits agroalimentaires.

Consommateurs internationaux : Les consommateurs dans différents pays achètent des produits alimentaires importés pour diverses raisons, telles que la disponibilité de produits exotiques, les préférences culturelles et la recherche de prix compétitifs.

Toutefois faut noter que ce secteur est organisé de façon complexe.

4. Marchés et concurrence

Le secteur agroalimentaire du Sénégal est un domaine économique essentiel pour le pays, contribuant de manière significative à la création d'emplois et à la croissance économique. Voici quelques informations sur le marché et la concurrence dans ce secteur :

La taille du marché : Selon le Centre du commerce international (ITC), la valeur du marché agroalimentaire sénégalais était estimée à environ 1 200 milliards de francs CFA (environ 2,2 milliards de dollars américains) en 2020. À cet effet, ces informations provenant de la même source distillent qu'en 2020, les exportations agroalimentaires sénégalaises ont atteint approximativement 230 milliards de francs CFA (environ 420 millions de dollars américains). En outre, le Sénégal importe également une quantité importante de produits agroalimentaires, notamment des céréales, de la viande, des produits laitiers, des huiles végétales et des produits transformés. En 2020, les importations agroalimentaires sénégalaises ont atteint environ 750 milliards de francs CFA (environ 1,4 milliard de dollars américains).

Le marché agroalimentaire sénégalais est diversifié et comprend une large gamme de produits, tels que l'arachide, du riz, du mil, du maïs, de la canne à sucre, les fruits et légumes, les huiles végétales, etc. La demande de produits alimentaires au Sénégal est élevée en raison de la croissance démographique et de l'urbanisation rapide. La pêche et l'élevage sont pareillement des activités importantes pour le pays.

En termes de concurrence, le marché agroalimentaire sénégalais est ouvert à la fois aux producteurs nationaux et aux importations. Le pays importe une quantité importante de produits alimentaires pour combler le déficit entre l'offre et la demande intérieure.

Le marché est caractérisé par une concurrence accrue, à la fois sur le marché intérieur et à l'exportation. Les principaux concurrents sont les autres pays de la région de l'Afrique de l'Ouest, tels que le Mali, la Côte d'Ivoire et le Burkina Faso. De plus, les importations de produits agroalimentaires provenant d'autres pays, notamment de l'Union européenne et du Brésil, constituent également une forme de concurrence.

Cependant, le Sénégal a mis en place diverses politiques et programmes visant à promouvoir le développement du secteur agroalimentaire, particulièrement en encourageant l'investissement privé, en améliorant les infrastructures agricoles et en soutenant la recherche et le développement agricole.

Malgré son potentiel, le secteur agroalimentaire du Sénégal fait face à plusieurs défis, tels que la faible productivité agricole, l'accès limité aux marchés, les infrastructures de transport et de stockage insuffisantes, ainsi que les effets du changement climatique. Cependant, il présente également de nombreuses opportunités, notamment l'augmentation de la demande alimentaire en raison de la croissance démographique, le développement des chaînes de valeur agroalimentaires et l'exportation vers les marchés régionaux et internationaux.

En somme, ce secteur présent à la fois des opportunités et des défis. Le marché est diversifié, mais la concurrence est présente à la fois sur le marché national et avec les importations. Le gouvernement sénégalais cherche à stimuler le secteur et à encourager l'investissement pour améliorer la productivité et la compétitivité de l'agroalimentaire sénégalais.

5. Diagnostic du secteur agroalimentaire

Ce tableau swot ci-dessous nous donne un aperçu du secteur agroalimentaire : sur les forces, faiblesses, opportunités, et menaces.

Figure 6 : SWOT du secteur agroalimentaire



Source : moi-même

DEUXIEME PARTIE :

ETUDE DU METIER

II. ETUDE DU METIER DU CHARGE DES RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Pour explorer le métier du chargé des relations commerciales internationales nous avons effectués de la recherche documentaire et 3 entretiens auprès de :

M. Cheikh DIAGNE, chargé des relations commerciales à NMA CENTER

Mme. Marième SALL : chargée des relations commerciales internationales à PATISEN

Mme. Aissatou PIOU : responsable achat à TAMPICO

1. Profil du métier du chargé des relations commerciales internationales

1.1. Définition du métier

Un chargé des relations commerciales internationales est un professionnel qui pilote et exécute l'action commerciale d'une l'entreprise sur les zones voulues, garantit la gestion économique, développe les ventes en volume et en valeur. De plus, il élabore des diagnostics stratégiques positionnant l'offre de l'entreprise à l'échelle internationale. Son métier consiste à promouvoir, développer et entretenir des relations commerciales avec des partenaires internationaux, dans le but d'expansion les activités d'une entreprise sur les marchés étrangers. Il est chargé de rechercher de nouvelles opportunités commerciales à l'étranger. Cela implique d'analyser les marchés internationaux, d'identifier les tendances et les besoins des consommateurs, et de définir des stratégies pour pénétrer de nouveaux marchés ou renforcer la présence de l'entreprise sur les marchés existants. Il établit des contacts avec de potentiels partenaires commerciaux, négocie des contrats et des accords, et assure le suivi des transactions commerciales. Il veille à la satisfaction des clients, à la résolution des problèmes et à la fidélisation de la clientèle.

- Toutefois d'après nos entretiens avec des professionnels, le métier CRCI peut être défini comme étant une personne qui a la responsabilité d'assurer la gestion et le développement des activités commerciales d'une entreprise à l'étranger. Ce professionnel est responsable de l'établissement et du maintien de relations d'affaires avec des clients, des distributeurs et des partenaires dans différents pays.

1.2. Attributions du métier

❖ Missions

Le but premier d'un chargé des relations commerciales internationales consiste à vendre les produits ou services de sa société à de nouveaux clients ou à des clients existants. En effet, il est responsable de la gestion et le développement du portefeuille de clients à dominante internationale. Celui-ci participe carrément à la stratégie commerciale de l'entreprise et met en place des plans d'actions annuels et des projets pluriannuels.

Ce spécialiste a la responsabilité de veiller à la croissance de l'entreprise au niveau international en mettant en œuvre ses compétences pour trouver des résolutions adaptées à la demande de ladite clientèle locale et étrangère. Il peut faire un suivi des transactions locales et internationales selon son domaine de compétence. C'est donc une des pièces maîtresses nécessaire au bon développement de l'entreprise.

Etant donné qu'il est appelé à évoluer à l'échelle mondiale, il doit également porter son attention sur les **facteurs géopolitiques, sociaux, économiques, culturels, interculturels et juridique** qui influent sur son domaine d'activités. En effet, ce dernier doit par exemple toujours avoir un œil sur les exigences du marché international global.

- Les responsables interrogés ont comme missions de développer leur entreprise au niveau international et rechercher de nouveaux clients.

❖ Taches du métier

Grâce à de nombreux atouts et d'actions le chargé des relations commerciales internationales orchestre la stratégie de vente de la société. Ses tâches sont les suivantes :

- La gestion et le développement d'un portefeuille de clients à dominante internationale
- La négociation des contrats
- Le suivi de la viabilité et de la rentabilité commerciale d'un projet
- L'établissement d'un prévisionnel financier.

Toutefois les responsables du métier effectuent comme taches

- L'analyse et l'adaptation des offres aux besoins des clients
- La réalisation d'études de marché

1.3. Connaissances requises (formation, diplôme, certificat)

Pour devenir un chargé des relations commerciales internationales, il est indispensable de faire une formation dans une école de commerce.

Parmi les formations requises nous pouvons noter :

- Management Commerce Opérationnel ;
- Négociation et Digitalisation de la Relation client (NDRC)
- Négociation de la relation client
- Licence professionnelle commerce, option commercialisation des biens et services interentreprises
- Licence en commerce chargé d'affaires internationales
- Master Ingénieur D'affaires

Suite à nos différents entretiens et au vue des résultats il s'avère que pour exercer le métier du CRCI il faut

- Il faut faire des études dans le commerce de préférence. Et un(e) diplômé(e) bac + 5 d'école de commerce ou de commerce internationale aura toujours plus de chance d'être recruté.
- Maintenant quelqu'un qui n'a pas suivi le cursus classique mais ayant une grande connaissance des marchés étrangers et avec une bonne capacité de négociation, sera aussi un profil très intéressant
- Avoir un bon niveau en comptabilité, d'analyse financière

1.4. Qualités et compétences requises d'un chargé des relations commerciales internationale

❖ Qualités

Le poste de chargé des relations commerciales internationales est destiné aux personnes qui ont le goût du contact et le souci de trouver des solutions adaptées aux besoins de chacun de leurs clients.

Ce poste est devenu de nos jours un défi car il devra établir et maintenir une relation saine et durable avec la clientèle.

Et cela requiert de nombreuses qualités, à savoir :

- La polyvalence
- Une grande capacité d'adaptation
- L'autonomie
- L'art de la négociation et de la diplomatie
- L'aisance relationnelle
- L'esprit créatif et d'équipe
- La résistance à la pression
- Le sens des responsabilités
- Le dynamisme
- Le leadership
- Le Sens de l'écoute

D'après les résultats obtenus lors de l'entretien le CRCI doit être :

- Avoir le sens de l'écoute
- Polyvalent
- Etre capable de gérer la clientèle
- Etre ouvert
- Savoir communiquer

❖ **Compétences du métier**

✓ **Compétences techniques**

Les compétences techniques sont essentielles pour réussir en tant que chargé des relations commerciales internationales. Ce professionnel doit posséder un ensemble de compétences techniques spécifiques pour réussir dans son domaine.

Voici quelques compétences techniques pour un tel rôle :

- ✓ **Connaissance des marchés internationaux** : le chargé des relations commerciales a internationales doit avoir une compétence approfondie des marché internationaux dans lesquels il opère. Cela comprend la connaissance des réglementations commerciales, des tendances du marché des pratiques commerciales de préférences culturelles des différents pays.
- ✓ **Compétences en négociation internationale** : la négociation internationale peut être complexe en raison des différences culturelles, ou des pratiques commerciales et des attentes. Un chargé des relations commerciales à l'international doit être capable d'adapté sa stratégie de négociation en fonction du pays ou de la culture du client. Cela implique la connaissance des normes de négociation, à être flexible et à trouver des solutions mutuellement bénéfiques.
- ✓ **Gestion logistique et douanière** : Dans un contexte international, il est important de comprendre les aspects logistiques liés au transport des marchandises et à la gestion des formalités douanières. Une connaissance des réglementations douanières, des incoterms et des pratiques d'expéditions sont essentielle pour assurer des transactions commerciales fluides et éviter des problèmes potentiels.
- ✓ **Compétences en marketing international** : un chargé des relations commerciales à l'international doit avoir une compréhension du marketing international.

Cela inclut la capacité à adapter les stratégies de communications des campagnes publicitaires en fonction des marchés cibles. Une connaissance des canaux de distribution internationaux et des pratiques promotionnelles locales est également importante.

- ✓ **Compétences en gestion de projet** : Le fait de travailler avec des clients internationaux peut impliquer la gestion de projets complexes et multidisciplinaires. Un chargé des relations commerciales doit être capable de gérer efficacement les ressources, de coordonner les différentes parties prenantes et de respecter les délais.

La capacité à anticiper les problèmes potentiels, à résoudre les conflits et à prendre des décisions rapides est également essentielle.

- ✓ **Compétences en analyse de marché** : Un chargé des relations commerciales internationales doit être en mesure d'effectuer des analyses de marché approfondies.

Cela inclut la collecte et l'analyse des données sur les tendances du marché, la concurrence, les opportunités commerciales et les risques potentiels. Une bonne compréhension des outils d'analyse de marché et la capacité à interpréter les données sont des compétences précieuses.

En développant ces compétences techniques, un chargé de relation commerciale peut améliorer ses performances et maximiser les opportunités.

Suite à l'interview, ce responsable doit :

- Maîtriser les techniques commerciales et de négociation de haut niveau
- Avoir un excellent relationnel et de fortes capacités de management.
- Il doit également avoir une bonne maîtrise du marketing et de la gestion financière
- Maîtriser les outils informatiques, ainsi qu'une bonne capacité à interpréter des données ou des résultats

✓ **Compétences comportementales humaines**

En terme de compétence comportementales humaines Un chargé de relation commerciale et avant tout un commercial. Il doit être à l'écoute de ses clients, par rapport à leurs doléances.

Ce professionnel qui est toujours en contact avec sa communauté, est appelé à avoir un bon sens de la communication, et être capable de négocier et de résoudre des problèmes afin de ne pas perdre sa clientèle. Il doit être capable de réagir rapidement et rationnellement, également être organisé, autonome et avoir une bonne connaissance des produits ou services qu'il vend.

Toutefois d'après les responsables interrogés les compétences comportementales et humaines d'un CRCI est :

- La Précision et rigueur
- L'Organisation
- L'Adaptabilité.
- Être Sociable, Dynamique, Curieux

✓ **Compétences linguistiques**

Un chargé des relations commerciales internationales est en contact direct avec ses clients, il est préférable de maîtriser différentes langues. Cela lui permettrait de communiquer efficacement avec ses clients, et de comprendre leurs besoins. Il serait avantageux pour lui de parler la langue anglaise car c'est la langue qui est la plus utilisée à l'international.

Toute fois les entretiens avec les spécialistes un CRCI doit strictement savoir parler :

- Anglais qui est primordiale pour pouvoir traiter les dossiers internationaux
- Français
- Espagnole, chinois (facultatif)

1.5.Possibilités d'évolutions (carrière)

La fonction de chargé des relations commerciales internationales offre plusieurs possibilités d'évolution de carrière. Son évolution est envisageable et dépend de l'entreprise et des opportunités disponibles. Le chargé des relations commerciales peut évoluer vers un poste comme directeur commercial international, ou devenir responsable de la stratégie commerciale internationale. Il peut également être responsable des partenariats internationaux ou devenir consultant en commerce international.

L'entretien avec des responsables du métier nous a fait savoir qu'un chargé des relations commerciales internationales peut évoluer en tant que :

- Directeur commercial,
- Responsabilité et Manager d'équipe,
- Devenir manager
- Consultant en relation client

1.6.Niveau moyen des salaires

La rémunération d'un chargé des relations commerciales internationales varie selon la taille de l'entreprise, son diplôme, son expérience, le secteur d'activité dans lequel il travaille et sa zone géographique ou il évolue. En France, un chargé des relations commerciales internationales gagne environ 3 500 € bruts par mois soit 2275000 francs par mois et 10 000 € par mois soit 6500000 francs.

Suite à l'entretien effectuer

- Le niveau moyen des salaires d'un chargé des relations commerciales internationales est toujours négociable et que ça paie bien environ 500 000 XOF voir 600 000 XOF pour un débutant. Ainsi son état de salaire peut évoluer selon l'expérience qu'il aura dans ce secteur.

Et les relations qu'il entretien avec des partenaires et les offres qui se présenterons en lui le permettrait de d'augmenter son salaire.

2. Diagnostic du métier

Le diagnostic du métier va être fait à l'aide de ce tableau SWOT ci-dessous.

Tableau 1 : analyse SWOT du métier

Forces du métier	Faiblesses du métier
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Facilité de trouver plusieurs opportunités professionnelles ❖ Connaissances approfondie des marchés internationaux ❖ Capacité à établir des relations interculturelles ❖ Offrir aux consommateurs un meilleur produit vis-à-vis de leur attente 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Un retard vis à vis des nouvelles technologies de pointe ❖ Planification à long terme et coordination inadéquates ❖ Manque de flexibilité et lenteur de l'adaptation aux nouvelles méthodes de fabrication ❖ Complexité des réglementations ❖ Stress
Opportunités du métier	Menaces du métier
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Un marché très propice à la consommation des produits ❖ Une clientèle diversifiée sensible aux différents produits ❖ Une circulation plus libre dans le monde ❖ Evolution dans le monde de l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La présence active de la concurrence étrangère ❖ Instabilité géopolitique dans certaines zones ❖ Un investissement public faible défavorable à la compétitivité du secteur ❖ La crise agricole parfois ❖ Risques liés à la logistique

Source : nous-même

TROISIEME PARTIE :
BILANS ET PERSPECTIVES

BILAN ET PERSPECTIVES

1. Bilans

1.1. Bilan personnel

Ce bilan est résumé dans le tableau SWOT suivant en illuminant mes forces, faiblesses, opportunités et menaces de ma personne

Tableau 2 : analyse SWOT personnel

Mes forces	Mes faiblesses
<ul style="list-style-type: none">❖ Curieuse et créative❖ Rigoureuse❖ Sociable❖ Empathique	<ul style="list-style-type: none">❖ Manque de patience❖ Trop tolérante❖ Difficulté à gérer mes émotions❖ Introvertie
Mes opportunités	Mes menaces
<ul style="list-style-type: none">❖ Suivre des cours d'art oratoire❖ possibilité de faire des cours de renforcement en anglais❖ Confiance en soi	<ul style="list-style-type: none">❖ Abus de confiance❖ Malentendus❖ Opportunité professionnelle limitées❖ Difficulté à partager des idées et des opinions

Source : nous même

1.2. Bilan professionnel

Ce bilan est résumé dans le tableau SWOT suivant en illuminant mes forces, faiblesses, opportunités et menaces dans le cadre professionnel.

Tableau 3 : analyse SWOT professionnel

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Formations suivie ❖ Aptitude à établir des relations ❖ Capacité à gérer une clientèle ❖ Maitrise des outils informatiques et logiciels (Word, PowerPoint. Excel, Sphinx, saari ❖ Maitrise de quelques outils de négociation à l'internationale ❖ Stage dans l'agroalimentaire 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Stress et pression ❖ Manque d'expérience du métier à l'international ❖ Le non maitrise des langues étrangères ❖ Manques de compétences des marchés internationaux
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Possibilité de travailler dans différents domaines du commerce ❖ L'offre du métier qui existe ❖ Voyage d'affaires internationales ❖ Possibilité de faire des cours de renforcement en anglais 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La concurrence avec des personnes diplômés qui cherche le même métier que moi ❖ Difficultés dans les voyages et la communication interculturelle

Sources : nous-même

2. Plans d'action et perspective

2.1 Plan d'actions

Dans la logique d'exercer le métier chargée des relations commerciales internationales, il nous faudra pas mal de plan d'action.

D'abord il nous faut finaliser la licence. Développer des compétences en matière d'expériences professionnelle comme la négociation, les modes de paiement international en faisant des stages dans des entreprises multinational. Suivre des cours en anglais qui est un élément essentiel en matière de commerce international pour mieux communiquer avec des partenaires

étrangers .Faire un master en ingénierie d’affaire pour nous préparer à maitriser l’univers du marché international. Suivre des cours d’art oratoire pour améliorer notre prise de parole en public et notre capacité de négocier. Travailler dans le domaine agroalimentaire dans une grande multinational pour acquérir des compétences en affaire étranger et de comprendre leur fonctionnement .pour terminer nous lancer dans l’entrepreneuriat

Toutes ces actions peuvent être organisées dans le temps comme suit :

Tableau 4 : plan d’action suivant les périodes

COURT TERME	MOYEN TERME	LONG TERME
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Finalisation de la licence ✚ Faire des stages ✚ S’inscrire dans une British Council pour avoir une certification TOEFL 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Faire un master 1 en ingénieur d’affaire ✚ Suivre des cours d’art oratoire 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Travailler dans une structure multinationale import-export agroalimentaire ✚ Entrepreneuriat

Source : nous-même

2.2 Perspectives

Dans le futur, Nous voudrions Travailler dans un multinational import-export de produit agroalimentaire ce qui va nous permettre d’acquérir des compétences solide afin de pouvoir prendre en main notre entreprise familiale pour la développer augmenter la production tisser des partenariats pour les exportations et pourquoi pas aussi faire des importations. Et me lancer dans l’entrepreneuriat

CONCLUSION

En définitive, cette étude nous a permis de mieux comprendre le fonctionnement du secteur agroalimentaire qui englobe toutes les activités liées à la production, la transformation, et la commercialisation des matières premières en produits alimentaires destinés à la consommation. En nous appuyant sur son cadre macroéconomique, son organisation et le marché et concurrence de ce secteur. Ensuite il était question de présenter le métier chargé des relations commerciales à l'internationale qui est un métier intéressant pour toute entreprise opérant sur les marchés internationaux. Il a comme rôle de développer et de maintenir des relations commerciales avec des clients, des partenaires et des fournisseurs l'échelle internationale. Celui-ci à la capacité d'identifier les besoins de ses clients et de les accompagner. Les compétences et l'expertise de ce professionnel sont indispensables pour assurer le succès de toute entreprise commerciale visant à promouvoir ses produits et services dans différents pays. Les recherches et les interviews qui ont été effectuées pour renforcer nos connaissances sur ce métier, nous ont permis de comprendre l'importance de cette profession. Cependant, il faut avoir la maîtrise des langues étrangers, avoir de la compétence du domaine où il évolue, savoir communiquer et avoir un bon sens de négociation pour pratiquer ce métier.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Webographie

<https://sunumbay.com/index.php/2019/05/14/agroalimentaire-au-senegal-enjeux-opportunités-et-defis/> consulté le 06-06-2023

Les chiffres du secteur de l'agro-business au Sénégal en 2021 (socialnetlink.org) consulté le 09-06-2023

NACE_2021_VERSION_FINALE-30122022-rev.pdf (ansd.sn) consulté le <https://www.goafricaonline.com/sn/articles/289-quelles-productions-agricoles-phare-senegal> consulté le 14-06-2023

Chargé de relations commerciales et internationales - Studi consulté le 15-06-23

<https://www.leparisien.fr/etudiant/orientation/guide-metiers/metier-charge-d-affaire> consulté le 22-06-23

<https://www.absparis.org/fiche-metier/charge-des-affaires-internationales> consulté le 22-06-23

<https://www.studi.com/fr/metiers/charge-chargee-de-relations-commerciales-et-internationales> consulté le 27-06-23

<https://www.orientation-pour-tous.fr/metier/charge-d-affaires,14224.html> consulté le 1-07-23

Métier chargé d'affaires internationales | American Business School of Paris (absparis.org) consulté le 1-07-23

ANNEXES

INTERVIEW SUR LE METIER DE CHARGÉE DES RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALE

Juin 2023

Cet interview à pour but de mieux connaître le métier de chargée des relations commerciales internationales .
Les données collectées seront traitées de façon anonyme. Merci d'avance pour votre collaboration.

Interview

1. Comment définissez-vous le métier de Chargée des relations commerciales internationale?

2. Quelles sont les attributions du métier (activités, tâches)?

3. Quelles sont les connaissances requises pour l'exercice du métier de Chargée des relations commerciales internationale? (diplôme, formation, certificat etc...)?

4. Quelles sont les compétences techniques, comportementales, humaines et linguistiques?

5. Quelles sont les possibilités d'évolutions niveau carrière?

6. Quel est le niveau moyen des salaires?

7. A quel niveau de salaire identique choisiriez-vous ce métier?

8. Quel rapport professionnel entretenez-vous avec vos collègues (apaisé, plus au moins apaisé, tendu, très tendus)

1. apaisée 2. plus au moins apaisé 3. tendu
 4. très tendu

9. Quelles sont les forces et faiblesses du métier?

10. Quelles sont les opportunités et risques du métier?

TABLE DES MATIERES

DÉDICACE	i
REMERCIEMENTS	ii
SOMMAIRE	iii
LISTE DES TABLEAUX	iv
LISTE DES FIGURES	v
LISTE DES ABREVIATIONS	vi
INTRODUCTION GENERALE	1
PREMIERE PARTIE :	3
PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE	3
I. PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE	4
1. Présentation générale	4
2. Cadre macroéconomique du secteur agroalimentaire	5
3. Organisation du secteur agroalimentaire.....	11
4. Marchés et concurrence	13
5. Diagnostic du secteur agroalimentaire.....	14
DEUXIEME PARTIE :	16
ETUDE DU METIER.....	16
II. ETUDE DU METIER DU CHARGEE DES RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES	17
1. Profil du métier du chargé des relations commerciales internationales.....	17
1.1. Définition du métier.....	17
1.2. Attributions du métier.....	18
1.3. Connaissances requises (formation, diplôme, certificat).....	19
1.4. Qualités et compétences requises d'un chargé des relations commerciales internationale	19

1.5. Possibilités d'évolutions (carrière)	23
1.6. Niveau moyen des salaires	23
2. Diagnostic du métier	24
TROISIEME PARTIE :	27
BILANS ET PERSPECTIVES	27
BILAN ET PERSPECTIVES	28
1. Bilans	28
1.1. Bilan personnel	28
1.2. Bilan professionnel	28
2. Plans d'action et perspective	29
2.1 Plan d'actions	29
2.2 Perspectives	30
CONCLUSION	31
REFERENCES BIBLIOGRAPHIES	VII
ANNEXES	VIII
TABLE DES MATIERES	IX