



Le Conseil Economique et
Social Libanais

Une table ronde sur la participation des employeurs à l'Union pour la Méditerranée

Allocution

Roger Nasnas

Président du Conseil économique et social du Liban

Visite des représentants de pays partenaires de l'UPM au CESE

17-19 février 2010 Bruxelles

1- La situation économique et la santé des entreprises au Liban

- a. Le Liban a réalisé une croissance de 7% en 2009 malgré la crise internationale.
 - i. Le Liban n'a pas connu dans les années 2000 une croissance importante, la crise ne devait pas gravement l'affecter [La seule cause de la dépression ... c'est la prospérité]
 - ii. L'effort de reconstruction en 2007, l'aide d'urgence internationale de Stockholm (autour d'1 milliard d'euros), l'espoir qui renaît avec Paris III. Sur le plan politique, l'accord de Doha, l'élection du Président de la République. Tout ceci a provoqué des anticipations favorables.
 - iii. Le Golfe atteint par la crise, à l'intérieur et dans ses investissements internationaux, a maintenu et même majoré ses investissements dans la région et surtout au Liban.
 - iv. Une expansion inattendue du tourisme (2 millions en été) alors que le chiffre global de l'année ne dépassait pas cette estimation, a boosté l'économie à partir de Juin.
- b. Cependant cette croissance demeure fragile, elle repose surtout sur la dynamique d'un secteur, le tourisme, qui a choisi la destination Liban, et autres pays de la région, surtout par économie du fait de la crise. Il faut qu'il y ait consolidation à travers d'autres secteurs de l'économie.

- c. Les entreprises indexées au tourisme – hôtels, restaurants, night clubs, ont largement profité ; mais aussi la distribution, les grandes surfaces, l'industrie du luxe.
- d. Le secteur financier n'a jamais souffert au Liban. Il a récolté la manne des bons du trésor, et attiré des placements à la fois du golfe et de la diaspora libanaise. Les dépôts ont dépassé les 100 milliards de dollars à fin 2009, pour un PIB de USD 33 mds. Un secteur bien géré, mais qui répond assez peu aux besoins de la Petite et Moyenne Entreprise ; alors qu'il soutient fortement la consommation.
- e. Le Liban est grand importateur de biens. Le déficit s'est élevé à USD 12 mds pour un total importation de USD 16.5 mds. Structurellement, la Petite et Moyenne Entreprise dans les secteurs de la production réelle, a des difficultés à soutenir la concurrence, et le taux de rotation des entreprises est très élevé.
- f. Paradoxalement, ces secteurs ont tiré profit de la hausse de l'Euro, et réalisé des bénéfices à la faveur de l'inflation importée. Les produits européens devenant subitement plus cher, et la majeure partie de l'importation venant d'Europe, ils ont eu un avantage dans la concurrence.

2- Développement des échanges commerciaux dans l'espace méditerranéen

Il faut distinguer les échanges Nord-Sud, qui dépendent largement de l'Accord d'Association, et les échanges Sud-Sud qui ne décollent pas, malgré le GAFTA (Grande Zone Arabe de Libre Echange), l'Accord

d'Aghadir (Maroc, Tunisie, Egypte, Jordanie) auquel le Liban et d'autres pays ont demandé d'adhérer, et une pléthore d'accords bilatéraux.

D'expérience ont peut soulever les équations suivantes – On n'a pas vraiment de solution :

- a- Les échanges Nord-Sud fournissent les ressources et la technologie, qui font de la Zone Euro-méditerranéenne une entité économique capable de soutenir la concurrence sur le plan mondial, et maintenir son développement.
- b- Ces échanges placent de plus en plus les pays du Sud dans la position de fournisseurs de produits bruts et d'acquéreurs de produits manufacturés, réduisant leur capacité d'emploi et provoquant la migration vers le Nord.
- c- La détérioration relative des économies du Sud réduisent leur contribution à l'économie régionale. L'Euromed dans cette conjoncture peut difficilement améliorer sa position dans l'économie globale.
- d- Pour progresser les Pays du Sud devraient réaliser des échanges plus équilibrés, et cela n'est possible que dans les relations Sud-Sud, qui ne démarrent pas.
 - i. L'Europe en est consciente, mais il manque encore un « outil » pour accompagner cette transformation : la formation d'un grand marché du Sud.
 - ii. Le FEMIP en est l'instrument financier. La consolidation et l'expansion de cette facilité peut grandement faciliter le mouvement. Il faut surtout repenser ses objectifs et les

orienter vers les Relations Sud-Sud, dans l'échange des biens et surtout des services.

- iii. L'Union pour la Méditerranée peut être le berceau du grand marché Sud-Sud, préalable à un véritable marché commun Euro-méditerranéen

Le Comité Economique et Social Européen, est certainement le lieu où devrait se construire cette pensée.