

## Botswana: Pleins feux sur l'environnement

Par Seteng Motalaote, Wave Sanitation Services  
*Forum du commerce international - No. 4/2005*

Comment une entreprise d'un pays en développement peut-elle soutenir la concurrence dans ce secteur hautement spécialisé et capitalistique alors qu'une éducation préalable des clients est nécessaire et que les règles de passation de marchés sont complexes et la concurrence des grandes entreprises féroce?

Fondée en 2000, Wave Sanitation Services offre divers services: épuration des eaux usées, location de toilettes et gestion des déchets solides. Nous estimons que protéger l'environnement a des avantages: propre, il permet aux secteurs industriels de mieux fonctionner et de générer des profits durables; s'il mise en plus sur la sécurité, les travailleurs (ressource capitale) seront moins malades et donc plus productifs.

Selon Environmental Business International, le marché mondial des services environnementaux a représenté US\$ 376 milliards en 2002.

L'Afrique offre d'énormes débouchés à ce type d'activité. Pour notre seul secteur, il va de la conteneurisation, au transport et à l'élimination des déchets. Le marché reste largement inexploité. Certaines universités africaines manquent de toilettes et des populations entières n'ont pas d'eau potable. Dans certains pays africains, la pénurie d'eau de pluie crée un marché pour les projets et technologies de conservation de l'eau, qui accentue la demande de services environnementaux. Mais les gouvernements des pays en développement n'ont pas les moyens d'accéder à ces services.

Lorsque la sécheresse au Botswana a été déclarée calamité en 2005, Wave a conçu, testé et lancé en huit mois un système de recyclage d'eau grise pour les maisons, les hôtels et les foyers/auberges. (L'eau grise est une eau relativement propre récupérée de la salle de bains, des éviers et appareils de cuisine, etc.). Devant l'urgence à stocker l'eau, nous avons adhéré à ce projet.



Photo: Curt Carnemark/Banque Mondiale

### Présence locale

Le Botswana étant un petit pays de 1,7 million d'habitants, l'intégration au marché mondial est une priorité. En recrutant des membres de la Communauté de développement d'Afrique australe, nous avons pu intégrer le marché régional. Nous tenions à ne pas développer de réseaux internationaux au détriment d'une activité locale car nous estimions que cette dernière est un marche-pied pour intégrer les marchés internationaux. Nous avons donc créé un partenariat solide avec les autorités locales, les communautés et le secteur privé.

La gestion de l'information est capitale. Nous avons réagi rapidement aux données transmises par nos antennes, récompensé ceux qui faisaient remonter les informations et tenter de valoriser les mauvaises nouvelles. Les données sur les comptes, stocks et ressources humaines sont conservées et gérées électroniquement. Cette méthodologie a renforcé notre compétitivité.

### Jouer dans la cour des grands

Pour soutenir la concurrence mondiale, nous avons privilégié la création de partenariats intelligents avec une entreprise régionale et un géant international. Ainsi, nous avons renforcé les compétences de nos ingénieurs environnementaux et accédé à la haute technologie susceptible d'être vendue dans notre région.

Mais ce «copinage avec les grands» a un revers et doit être géré avec doigté. Les petites et moyennes entreprises sont soumises au bon vouloir de l'«entreprise big brother». Pour se protéger, elles doivent faire appel à des juristes compétents dont les services sont souvent chers, voire inabordables.

### Financement, aide et corruption

La petite taille de Wave handicape également son financement. Il est difficile de soutenir la concurrence d'une société internationale dotée d'importantes ressources et d'une capacité d'emprunt à un taux de 3% quand celui consenti à Wave est de 18%. Nous recommandons donc d'améliorer l'accès des pays les plus pauvres à l'emprunt.

Il faut aussi aider les institutions éducatives à sensibiliser les enfants et les adolescents à la protection de l'environnement afin qu'ils développent une culture écologique. La plupart des écoles africaines sont dépourvues de poubelles et les enfants n'ont aucune conscience environnementale. Il est fréquent de voir des adultes jeter leurs déchets à côté des poubelles. Il faut donc renforcer la sensibilisation à l'environnement et à ses services, d'autant que mal entretenu, il fait le lit des maladies.

La corruption perdure. Wave a adopté une politique de tolérance zéro en la matière car nous estimons qu'elle est moralement répréhensible et compromet la survie de l'entreprise. Nous faisons pression sur nos gouvernements pour en finir avec ce problème qui entretient une concurrence déloyale.

---

## Meilleures pratiques

Les participants au Forum exécutif ont identifié plusieurs meilleures pratiques à l'intention des exportateurs de services environnementaux:

- **Éduquer les acheteurs potentiels.** Les manifestations et foires sont l'occasion pour les entreprises de se faire connaître auprès des gouvernements, donateurs et acheteurs. Les stratèges peuvent aider les prestataires à cibler les acheteurs étrangers, les consommateurs du secteur public et les clients commerciaux pour leur remettre matériel de marketing et d'information.
- **Explorer les partenariats commerciaux.** Les prestataires doivent batailler ferme pour acquérir la technologie par la création de coentreprises et l'association avec des prestataires étrangers puis pour l'adapter aux marchés local et régional.
- **Se focaliser sur la sauvegarde de l'environnement.** Les entreprises peuvent sensibiliser davantage les donateurs à l'écologie par des projets environnementaux spécifiques.
- **Exploiter les opportunités régionales.** Les prestataires peuvent tirer parti du potentiel élevé du commerce Sud-Sud en matière de consultation et d'exploitation. Les délégations d'exportateurs financées par l'État en direction de pays proches permettraient aux prestataires de commercialiser leurs produits et d'informer les consommateurs potentiels.

Source: Linda Schmid, Conseillère en commerce des services, CCI, et modératrice de la session du Forum exécutif consacrée aux services environnementaux.

---

## Stratégies

Les discussions du Forum exécutif ont produit plusieurs recommandations pouvant permettre aux stratèges d'améliorer la situation des exportateurs:

- **Améliorer le financement.** Renforcer l'environnement financier pour réduire le coût du capital et garantir la compétitivité des prestataires. Envisager le financement de la promotion à l'exportation, qui offre des conditions favorables aux exportateurs.
- **Relier la propreté de l'environnement aux opportunités touristiques.** Faire des services de nettoyage de l'environnement un facteur d'attrait touristique. La malpropreté de l'environnement peut, comme la criminalité, décourager les touristes.
- **Participer à la fixation de normes.** S'assurer que les pays les moins avancés et en développement font entendre leur voix lors de la fixation de normes spécifiques observables par des pays financièrement limités.
- **Se rapprocher du législateur.** Collaborer avec le législateur à la rédaction d'une législation environnementale concrète et réaliste. La loi doit être assez rigoureuse pour renforcer la compétitivité du prestataire.
- **Influencer la position concurrentielle.** Aider les prestataires à identifier les marchés d'exportation leur permettant de conforter leur position concurrentielle (spécialisation, reconnaissance de la marque, situation en

permettant de conforter leur position concurrentielle (spécialisation, reconnaissance de la marque, situation en matière de coûts, leadership technologique ou qualité des services, etc.)

- **Évaluer les pratiques en matière de passation des marchés.** Cette évaluation, nationale et étrangère, garantit la transparence et évite tout favoritisme national par les donateurs, tout en créant parfois une sphère de sécurité pour les entreprises nationales qui débutent.

Source: Linda Schmid, Conseillère en commerce des services, CCI, et modératrice de la session du Forum exécutif consacrée aux services environnementaux.

Seteng Motalaote est Directeur exécutif de Wave Sanitation Services. Cet article est basé sur la présentation de M. Motalaote lors du Forum exécutif 2005 du CCI sur les stratégies nationales d'exportation. Le texte intégral est disponible sur le site: <http://www.intracen.org/execforum/ef2005/montreux/programme.htm>

---

(c) Copyright 1999-2006 Centre du commerce international

[Pour nous joindre](#)  
[Webmaster](#)