THESES & MASTERS

IAMM

Les exportations agro-alimentaires tunisiennes vers le marché de la CEE: évolution, compétitivité et perspectives

Master of Science du CIHEAM-IAMM n°22

Lamia ARFA

1994

IAMM

Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier
Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes

Série "Thèses & Masters"

Ce Master est le 22e numéro de la série *Thèses & Masters* de l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (voir liste en fin de volume).

Cette collection réunit les thèses *Master of Science* du CIHEAM-IAM-M ayant obtenu la mention "*Publication*", ainsi que les travaux doctoraux réalisés dans le cadre des activités scientifiques et pédagogiques de l'Institut et de ses enseignants-chercheurs.

La thèse *Master of Science* du Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes :

Les exportations agro-alimentaires tunisiennes vers le marché de la CCE: évolution, compétitivité et perspectives.

a été soutenue par Mme **Lamia ARFA** en juin 1993 devant le jury suivant :

M. H. AMAMOU,	: Directeur de l'ENSA, Moghrane (Tunisie),	Président
M. M. LABONNE,	: Directeur de Recherche, INRA, Montpellier,	Membre
M. P. LE GRUSSE,	: Chargé d'études, CIHEAM-IAM, Montpellier,	Membre
M. M. ALLAYA,	: Enseignant-Chercheur, CIHEAM-IAM, Montpellier,	Membre

Le texte a été mis en forme pour publication définitive par **Marie-Claude TIGOULET** pour le Bureau des Publications de l'Institut de Montpellier.

CIHEAM
Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier

Directeur : Roland PEREZ

3191, route de Mende - B.P. 5056
34033 Montpellier Cédex 1 - France
Tél. 67 04 60 00 Télex 480 783 F
Fax : 67.54.25.27

Les exportations agro-alimentaires tunisiennesvers le marché de la CEE: évolution, compétitivité et perspectives

Master of Science du CIHEAM-IAMM
(soutenu en juin1993)

Lamia ARFA

CIHEAM/IAMM
collection *Thèses et Masters* n°22

1994

L'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans cette thèse.

Ces opinions n'engagent que leur auteur.

ARFA (Lamia).- Les exportations agro-alimentaires tunisiennnes vers le marché de la CEE : évolution, compétitivité et perspectives.- Montpellier : CIHEAM-IAMM, 1994.- 112 p.- (Thèse Master of Science, IAM-M, 1994, Collection *Thèses & Masters*, n° 22)

Remerciements

Mes sincères remerciements vont tout d'abord à Monsieur Mahmoud ALLAYA qui a bien voulu diriger ce travail et auquel il a ajouté son sens pédagogique et ses qualité morales et professionnelles. Puisse-t'il trouver ici l'expression de ma reconnaissance.

Je remercie particulièrement:

- Monsieur Michel Labonne, pour sa disponibilité, sa lecture attentive de mon travail et ses remarques relatives à la rédaction de cette recherche,

- Monsieur Habib AMAMOU, Directeur de l'Ecole Supérieure d'Agriculture de Moghrane, pour l'évaluation de mon travail et sa participation à la soutenance,

- Monsieur Philippe LE GRUSSE, pour ses suggestions et ses conseils qui m'ont été utiles pour la rédaction finale de ce document,

- Je n'oublie pas de remercier Monsieur HAOUEL, responsable du Groupement Interprofessionnel des Agrumes et Fruits à Marseille, pour sa collaboration,

J'exprime ma profonde reconnaissance aux exportateurs, aux responsables du Ministère de l'Agriculture en Tunisie, aux commissionnaires des fruits et légumes à Marseille,

Que tous ceux qui m'ont aidée, de près ou de loin, trouvent ici l'expression de ma profonde gratitude.

Introduction

Dans les économies ouvertes, une croissance équilibrée de longue période, résulte de l'adaptation des structures productives internes à l'évolution des environnements national et international. Cette adaptation est faite sous l'influence d'une demande mondiale d'importation et d'une offre nationale d'exportation ou de consommation interne. Dès le début des années 80, les préoccupations de nombreux pays en voie de développement étaient orientées vers l'amélioration de leur potentiel d'offre nationale d'exportation avec l'adoption de politiques plus libérales orientées vers une plus grande insertion de leur économie nationale dans l'économie mondiale.

C'est ainsi que, dans le cadre des Programmes d'Ajustement Structurels (P.A.S.), apparaissent toujours des politiques de production de biens négociables et d'articles d'exportation avec libéralisation du marché intérieur. Diverses mesures d'encouragement à l'exportation, de suppression des restrictions d'importation et de diminution progressive des subventions publiques internes, étaient conçues dans un objectif de croissance durable de l'économie, basée sur l'intégration du marché intérieur dans un marché mondial concurrentiel. Cet objectif suppose l'ajustement de l'offre nationale d'exportation et de consommation interne sur, d'une part, la demande mondiale d'importation et d'autre part la demande locale de consommation. Cet ajustement dépend de l'adaptation des structures productives internes à ses environnements économique et commercial aux niveaux local et international. Les structures productives internes groupent les divers agents économiques d'une filière donnée. Il s'agit des structures de production, de commercialisation, de transformation et d'exportation en cas de vente à l'étranger.

Parmi les pays en voie de développement qui ont entrepris des P.A.S., certains étaient préalablement plus ouverts que d'autres sur l'économie mondiale. Dans le cas de la Tunisie, nous remarquons une grande ouverture de son économie sur le marché mondial depuis le début des années 1980. La mise en place du P.A.S. en juillet 1986, impliquait un renforcement de cette ouverture par la libéralisation du marché intérieur, l'encouragement des exportations et la stimulation de l'investissement privé notamment étranger. L'étude d'une telle économie depuis le début des années 80, devrait permettre une appréciation de l'adaptation ou non des structures internes à l'ensemble des demandes locales et étrangères. Elle sera faite par la comparaison entre:

- d'une part, la structure de l'offre nationale et celle d'exportation en précisant son orientation vers les principales zones économiques,
- et d'autre part, la comparaison de la demande mondiale et la part de chaque grand secteur d'exportation nationale dans cette demande.

Dans ce cadre de réflexion, nous limiterons le champ d'analyse au secteur de l'économie agro-alimentaire tunisienne. L'étude de l'adaptation ou non de ses structures productives internes, à l'évolution de l'environnement international et national, s'insère dans un objectif d'estimation de l'équilibre ou du déséquilibre de sa croissance, à moyen et long terme. Nous analysons le secteur de l'agro-alimentaire caractérisé par une grande ouverture sur le marché mondial et, par conséquent, un commerce extérieur développé. L'étude du commerce extérieur fait appel aux deux volets : importations et exportations. Une étude exhaustive implique l'analyse de chacun d'eux. Sans prétendre pouvoir aborder ces deux aspects du commerce agro-alimentaire, nous limiterons notre analyse à la partie exportations, en signalant qu'elles sont d'une grande importance dans tous les programmes de libéralisation et d'ajustements sectoriels.

Notre étude présente les niveaux d'analyse macro, méso et micro économiques.

L'analyse macro-économique a pour objectif d'estimer la compétitivité internationale des exportations agro-alimentaires tunisiennes. Cette estimation sera faite à travers la comparaison des parts de marché des exportations tunisiennes par rapport aux parts de marché des divers pays concurrents. L'observation des évolutions des diverses parts de marché pour les principales exportations agro-alimentaires sera faite pour évaluer le degré d'adaptation de l'offre d'exportation tunisienne à la nature et à l'ampleur de la demande d'importation des divers pays clients.

Pour expliquer les réalisations macro-économiques, nous faisons appel à des observations méso-économiques, où nous essayons de présenter les différentes opportunités et contraintes locales de

production, de commercialisation, de transformation et d'exportation.

Mais les résultats à l'exportation dépendent également et dans une large mesure, du travail des sociétés d'exportation à travers leurs diverses activités de transformation, de vente et de promotion. Ce niveau d'étude micro-économique est déterminant dans les résultats à l'exportation et nous lui consacrerons la seconde partie de notre étude.

En fait, nous mettons l'accent, dans cette dernière partie, sur le rôle que jouent les sociétés d'exportation dans la promotion et l'expansion des exportations. Nous pensons qu'elles ont un rôle déterminant dans la promotion et la valorisation des ventes et nous projetons, avec l'analyse de leurs stratégies commerciales, de leurs objectifs et de leurs moyens, de juger de leurs performances ou de leurs manque de compétitivité en face des sociétés concurrentes opérant sur les mêmes marchés clients des produits tunisiens.

Ainsi les objectifs de notre étude seront ramenés à l'analyse des questions suivantes:

- comment a évolué l'adaptation de l'offre tunisienne d'exportation agro-alimentaire à la demande d'importation des principaux pays clients?

- quelle était l'adaptation des structures productives internes au secteur agro-alimentaire tunisien à l'évolution de la demande nationale d'exportation?.

Pour répondre à la première question, nous calculerons dans une première partie de notre étude et à un niveau macro-économique le ratio part de marché des différents produits exportés. L'explication des réalisations fera appel aux réalités méso-économiques de la filière exportation en Tunisie.

Notre premier objectif ainsi défini implique deux types d'études:

- premièrement, déterminer la structure et le niveau des exportations agro-alimentaires et en dégager les plus importants produits et leurs degrés de concentration par pays client.
- deuxièmement, analyser l'importance de l'offre d'exportation dans l'ensemble de la demande d'importation des pays clients

Ceci nous renvoie à l'étude du degré de compétitivité des principales exportations sur leurs principaux marchés. L'étude de compétitivité que nous proposons, implique d'abord la détermination des parts de marché par produit exporté, ensuite leur comparaison avec les réalisations des pays concurrents. Nous proposons également l'évaluation des taux annuels de croissance des diverses exportations en comparaison avec les taux de croissance de la demande d'importation des pays clients. A partir de ces éléments d'analyse, nous procéderons à l'estimation de l'adaptation ou non de la structure des exportations à l'évolution de la demande étrangère.

Pour comprendre les causes et effets des changements qui peuvent surgir au cours des années analysées, nous retenons des facteurs explicatifs internes à l'économie nationale ou externes relatifs aux marchés d'importation. Les facteurs internes sont relatifs à la production, à la consommation, à la commercialisation et aux diverses politiques de prix, de subventions et d'encouragements à l'exportation. Les facteurs externes sont déterminés par les pays clients et relatifs aux normes commerciales, aux préférences qualitatives, aux législations et mesures de protection internes.

Dans une deuxième partie, et en réponse à la seconde question, seront analysées, à un niveau micro-économique, les réalisations des sociétés d'exportation. Nous jugerons leur travail tout en évoquant leurs atouts et leurs contraintes et problèmes locaux. Ainsi, seront analysées les évolutions des structures internes de transformation, conditionnement et exportation, regroupées dans les sociétés exportatrices de produits agro-alimentaires. L'étude des stratégies commerciales, des problèmes, des contraintes, des objectifs et des moyens de ces sociétés nous permettra de comprendre leur fonctionnement, et de définir les facteurs déterminants dans leur adaptation ou non à l'environnement économique local et international.

Selon les objectifs définis et détaillés ci-dessus, notre étude sera structurée de la façon suivante:

Un chapitre introductif qui synthèse l'évolution des échanges de l'économie tunisienne :
- premièrement, le degré d'ouverture de l'économie tunisienne pendant les années 80 et

l'importance du secteur de l'agro-alimentaire au sein de cette économie.
- deuxièmement, le degré d'ouverture de l'économie agricole et alimentaire et l'importance du commerce extérieur, notamment des exportations par zones économiques.
Nous retiendrons dans le reste de l'étude la zone économique où se concentrent les exportations agro-alimentaires tunisiennes : la Communauté Economique Européenne. Dans un deuxième temps sera présenté un résumé de l'évolution des théories des échanges pour aboutir enfin à la formulation de notre problématique et à la présentation de notes méthodologiques

Un deuxième chapitre où seront analysées l'évolution de l'offre nationale d'exportation et sa capacité à satisfaire et à s'adapter à la demande d'importation des pays clients pendant les années 80. Nous retiendrons les principales exportations agro-alimentaires de la Tunisie vers la C.E.E, premier partenaire commercial. Ce sont les huiles d'olive, les agrumes, les dattes et les poissons et produits de la mer. Pour chacun de ces groupes, l'analyse se poursuit suivant la méthodologie suivante:

- l'évolution des réalisations de 1979 à 1990 sur les plus importants marchés
- les adaptations des structures internes (production, commercialisation, consommation, politiques agricoles,...) aux évolutions analysées antérieurement.
- l'adaptation du niveau des exportations à celui de la demande d'importation des pays clients et l'analyse de leur compétitivité. Nous procéderons par le calcul des parts de marché de la Tunisie et de ses concurrents que nous comparerons avec l'évolution de la nature et du niveau de la demande.

Un troisième chapitre consacré à estimer l'adaptation des structures productives internes de transformation, conditionnement et exportation à l'évolution de la demande nationale d'exportation. Ces trois niveaux de la production sont groupés dans les sociétés d'exportation. Afin de déterminer les facteurs qui influent sur leur fonctionnement, nous avons procédé par des enquêtes élaborées auprès d'un échantillon de sociétés tunisiennes. Dans une synthèse de ses enquêtes, nous précisons les points faibles et les points forts des exportations .

Chapitre 1 : La problématique des exportations tunisiennes

1 - Constat : L'évolution des échanges commerciaux de la Tunisie

L'économie tunisienne se caractérise par un secteur agricole et alimentaire important et dont la contribution dans la formation du Produit Intérieur Brut (PIB) était de 15% à 17% durant la dernière décennie (période 1980-1991). (cf Tableau 1 en annexes: L'économie tunisienne : ouverture sur le monde). Elle se caractérise également par une grande ouverture sur le monde, ouverture que nous mesurons par un coefficient égal à la somme des biens et services échangés divisée par le PIB.

Au début de la décennie 80, l'ouverture de l'économie tunisienne sur le marché mondial est reflétée par un coefficient de 93 % en 1981, son niveau maximal. Mais depuis cette date, cette ouverture a enregistré une diminution continue. Ainsi en 1986, le même coefficient d'ouverture, bien que toujours relativement important, n'est plus que de 68%. Cette baisse résulte de diminutions simultanées dans les taux de croissance des exportations aussi bien que des importations, dues pour ces dernières à une diminution des recettes de pétrole et à la charge de la dette extérieure .

Depuis 1987, l'évolution de l'échange extérieur a cependant repris vers la hausse, à un rythme tel qu'en 1989, le coefficient d'ouverture est de 90 %. Ainsi le programme d'Ajustement Structurel de l'économie tunisienne, mis en place dès juillet 1986, semble avoir joué un rôle important à travers une politique de libéralisation de l'économie. Cette caractéristique de l'économie globale reste vraie, bien qu'à un degré moindre pour le secteur agricole et alimentaire. Le coefficient d'ouverture de l'économie agricole et alimentaire est passé de 62% en 1981 à 42% en 1987. La reprise de 1988 se poursuit en 1989, pour atteindre un coefficient de 74%. Ce coefficient, qui a été dans tous les cas supérieur à 42%, reflète l'importance du commerce extérieur pour le secteur agricole et alimentaire

Cette situation de grande ouverture sur l'extérieur pour le commerce total ou agro-alimentaire a été la plupart du temps accompagnée par des soldes déficitaires pour la Tunisie :

Pour mieux saisir ce phénomène, il est nécessaire de décrire l'état de la balance commerciale totale de 1980 à 1991 : son solde et sa distribution par zone économique.
- la balance commerciale agro-alimentaire de 1980 à 1991 : son solde, sa contribution en pourcentage dans le commerce total et enfin celle des échanges avec la principale zone économique.

A - La balance commerciale totale : 1980-1991.

a - Le solde du commerce extérieur : un déficit continu

La balance commerciale totale de la Tunisie a enregistré depuis 1980 (et bien avant) un solde déficitaire qui n'a cessé de s'aggraver dans le temps pour atteindre son maximum en 1989, à savoir -1368.7 millions de dinars tunisiens DT (cf Tableau 2 en annexes: Evolution du commerce extérieur). Ces résultats étaient accompagnés par un taux croissant de couverture des importations par les exportations. Ainsi ce taux est-il en moyenne de 52% de 1977 à 1979, de 61% durant la période 1980-84 et de 65% pour la période 1985-89. Cette amélioration s'est accompagnée par des diminutions simultanées des importations aussi bien que des exportations. Ces diminutions sont toutefois légèrement plus importantes pour les exportations.

La structure des échanges par secteur montre l'importance des exportations agro-alimentaires dans l'ensemble du commerce extérieur. En effet, le secteur agro-alimentaire se classe en seconde position avec 15.6 % des résultats d'exportation durant les années 1986/91.

Tab.1 : La structure des échanges par secteur de 1986 à 1991 :

Les exportations		Les importations	
Textiles et cuirs	38.6 %	Biens de consommation	29.4 %
		Biens d'équipement	25.2 %
Agro-alimentaire	15.6 %	Demi-produits	24.3 %
Energie	14.3 %	Energie	7.6 %
Industrie mécanique et métallurgique	12.1%	Matières premières	7.0 %
Phosphates et dérivés	12.0%	Alimentation	6.5 %
Industries diverses	7.4%		
et métallurgique	12.1%		
Total	100.0%	Total	100.0%

Source: les données du Centre de Promotion des Exportations (CEPEX) en 1991

B - L'évolution des échanges avec les principaux ensembles économiques : dominance de la CEE

La structure des échanges de la Tunisie sur le marché mondial divisé en zones économiques, montre que la CEE reste son partenaire le plus important. Depuis bien avant 1980, le marché commun absorbe et procure à lui seul plus de la moitié des importations et exportations (cf Tableau 3 en annexes : Evolution des échanges avec les principaux ensembles économiques). Cette concentration s'est accrue depuis 1985, au détriment des pays tiers (cf Tableau. 3 en annexes). IL y a eu donc renforcement de la place de la C.E.E. en tant que premier client et fournisseur de la Tunisie pour l'ensemble de son commerce. En fait, pour les années 1987, 1988 et 1989, la C.E.E. a absorbé respectivement 79%, 74% et 73.6% du total des exportations tunisiennes vers le marché mondial.

a - La balance commerciale totale Tunisie-CEE

En 1980 et bien avant, les échanges commerciaux de la Tunisie avec la CEE, étaient donc au profit de cette dernière. Depuis 1980, le solde commercial négatif de la balance tunisienne a eu tendance à augmenter en valeur courante, malgré une amélioration du taux de couverture (cf Tableau 4 en annexes : Evolution du commerce extérieur tunisien avec la CEE).

Le taux de couverture qui était de 54% en moyenne annuelle, durant la période 1977-79, est passé à 58%, entre 1980 et 1986, pour atteindre une moyenne de 72%, de 1985 à 1990. Mais, comparé au taux de couverture du commerce extérieur tunisien avec le monde, celui du commerce avec la CEE s'est amélioré depuis 1985. Ceci résulte, comme nous l'avons déjà mentionné, d'une plus grande concentration des exportations tunisiennes vers la CEE. Le déficit dans le commerce total résulte du cumul des réalisations des diverses branches : industrie, énergie, agro-alimentaire et autres. Nous analyserons, dans ce qui suit, les résultats de l'agro-alimentaire.

C - La balance commerciale agricole et alimentaire : un déficit croissant

Bien que la valeur ajoutée agricole et alimentaire ne représente qu'environ 15 % à 18 % du PIB entre 1980 et 1991 (cf Tableau 1), le déficit dans les échanges agricoles et alimentaires provoque 18 % à

32 % du déficit du commerce extérieur pour la même période (cf Tab 5 en annexes : Evolution de la balance commerciale des produits agricoles et alimentaires et comparaison avec le commerce global). En outre, les taux de couverture annuels des importations agricoles et alimentaires par les exportations des mêmes catégories sont, depuis 1980, fluctuants et inférieurs à 50 %, excepté pour les années 1987, 1990 et 1991 (cf Tableau 5 en annexes).

- L'avantage comparatif révélé par le commerce international :

Lafay (1987) distingua, par deux critères essentiels, la notion de compétitivité de celle d'avantage comparatif. La compétitivité est mesurée entre deux ou plusieurs pays, pour un produit donné, et est soumise à la conjoncture macro-économique, tandis que l'avantage comparatif se mesure entre des produits à l'intérieur d'un pays donné et a, par conséquent, un caractère structurel.

Pour calculer les avantages ou désavantages comparatifs d'un pays, par référence à une balance commerciale équilibrée, il faut imputer forfaitairement à chacun des produits, une fraction de l'excédent ou du déficit global. Cette imputation peut se faire au prorata des productions ou demandes intérieures respectives, mais il semble plus logique de prendre, comme base de pondération, les échanges extérieurs du pays. Telle est la signification des indicateurs de contribution au solde, utilisés sous diverses formes dans les travaux du Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII) depuis 1983.

Nous avons vu que le secteur agro-alimentaire est, au même titre que l'économie globale, caractérisé par une grande ouverture sur le marché mondial. Mais d'une façon générale, le commerce agricole et alimentaire se porte moins bien que le commerce total. Nous proposons donc une estimation de l'avantage relatif de la filière agricole et alimentaire par rapport à son poids au sein de l'ensemble de l'économie nationale, ceci à travers les résultats du commerce extérieur.

- L'avantage relatif de la filière agro-alimentaire par rapport à son poids dans l'économie globale.

L'avantage ou désavantage de la filière dans l'économie est mesuré par l'indicateur d'avantage relatif de la filière par rapport à son poids économique. Le principe de construction de cet indicateur est illustré dans le tableau ci-dessous relatif à l'année 1979.

Tab.2 : Exemple de calcul de l'indicateur de l'avantage relatif de la filière agro-alimentaire en Tunisie en 1979

	Filière A.A	Total
(Y) PIB (M DT)		2940.0
(X) exportations (M DT)	89.5	727.0
(M) importations (M DT)	149.8	1157.0
(X-M) solde effectif	-60.3	-430.0
(y) solde rapporté au PIB (exprimé en 0/00) 1000*(X-M)/Y	-20.5	-146.3
(X+M) total des échanges	239.3	1884.0
(g) poids de la filière = (XA+MA)/(X+M)	0.13	1.0
(z) solde théorique = g*y(total)	-18.6	-146.3
(f) avantage ou désavantage = y-z	-1.9	0.0

L'exemple figurant dans le tableau ci-dessus est calculé à partir du solde relatif "y" et par référence à l'équilibre de la balance commerciale. Il concerne l'économie tunisienne pour la filière agro-alimentaire en 1979. En l'occurence, les exportations de la Tunisie sont inférieures aux importations et font apparaître un déficit (-430 M DT), soit un solde relatif qui représente -20.5 en millièmes du PIB (ligne y). Une telle situation traduit, à l'évidence, un manque de compétitivité de l'agro-alimentaire fabriquée sur le territoire tunisien. Toutefois, il s'agit d'un phénomène macro-économique puisque, pour l'ensemble des marchandises, on observe pour cette même année un déficit total, le même indicateur"y" représente ici -146.3.

Dans ce contexte, la faiblesse de la compétitivité ne permet pas de se prononcer sur la situation

structurelle de la filière agro-alimentaire en Tunisie. Dans les échanges extérieurs tunisiens (total des exportations X et importations M), celle-ci représente13 % (poids relatif g = 0.13). Si le déficit total était réparti entre les filières au prorata de leurs poids respectifs, le solde imputé à l'agro-alimentaire serait donc de: z = -146.3 * 0.13 = -18.6 or, pour cette filière, le solde relatif "y" est de -20.5. L'écart négatif ainsi obtenu (f = -1.9) signifie que l'agro-alimentaire présente un faible désavantage comparatif. A l'inverse, si l'indicateur était positif, il traduirait une situation d'avantage comparatif.

Défini en termes de contribution au solde commercial, l'indicateur "f" est conforme à la logique ricardienne de l'avantage comparatif. Il s'agit, en effet, de rendre compte des rôles respectifs des produits dans chacun des pays, et non pas de situer les positions des différents pays pour un produit donné (ce qui correspondrait à une analyse de la compétitivité). Pour caractériser la configuration générale des avantages ou désavantages d'une économie nationale, chaque produit intervient par conséquent au prorata de son poids dans les échanges du pays.

Tab.3 : Avantage relatif de la filière A-A en Tunisie (pour la période 1979-1989).

Année	Poids relatif de la filière (ga)	Solde théorique (za)	Solde relatif (ya)	Désavantage ou avantage filière
1979	0.13	-18.6	-20.5	-1.9
1980	0.09	-13.9	-26.6	-12.6
1981	0.10	-16.1	-24.6	-8.5
1982	0.09	-16.5	-19.9	-3.4
1983	0.11	-17.4	-37.9	-20.5
1984	0.12	-21.4	-31.6	-9.8
1985	0.11	-13.5	-20.5	-7.3
1986	0.12	-16.0	-16.6	-0.6
1987	0.11	-10.0	-2.6	+7.4
1988	0.14	-18.0	-26.1	-8.1
1989	0.12	-17.4	-31.0	-13.7

Source : nos calculs d'après la méthodologie du CEPII.

Ainsi, durant les années 80 et à l'exception de l'année 1987, la filière agro-alimentaire a enregistré de faibles désavantages par rapport à son poids économique. Une meilleure participation de la filière dans le commerce extérieur nécessite une diminution de son déficit commercial. La première mesure de changement est l'augmentation des exportations. Mais étant donné que la CEE est le premier partenaire commercial de la Tunisie, qu'en est-il de la situation de la balance commerciale agricole et alimentaire de la Tunisie avec la CEE ?

a - Les échanges agro-alimentaires de la Tunisie avec la CEE dont l'évolution se résume dans le tableau suivant :

Tab.4 : La balance commerciale agricole et alimentaire Tunisie-CEE (en millions de DT, prix courants)

Année	1980	1986	1987	1988	1989	1990
Importations: totales	830	1441	1696	2115	2777	3396
dont agricoles	72	214	148	207	268	242
en %	9	14	9	10	9.6	7.2
Exportations: totales	484	986	1398	1529	2049	2374
dont agricoles	47	142	178	208	214	273
en %	10	14	13	14	10.4	11.5
solde agricole	-25	-72	+30	-1	-54	+31
Taux de couverture en % (agricole)	65	66	120	100	80	113

Source : les statistiques de la DG/PDIA , Tunis

La balance commerciale agricole Tunisie-CEE, légèrement excédentaire depuis 1976, a enregistré au cours de 1980, un important déficit de 25 M DT. Le déficit a depuis persisté, atteignant même 78 M DT en 1984, exception faite des années 1985, 1987 et 1990, où on a enregistré respectivement un excédent de 4, 30 et 31 M DT. La Tunisie a entamé, en juillet 1986, un Programme d'Ajustement Sectoriel Agricole (P.A.S.A), dans le but d'une plus grande ouverture de son économie sur le marché mondial par la libéralisation des structures productives internes (production, commerce, exportations...).

Dans le cadre de l'environnement économique des années 80, nous présentons une analyse explicative de l'adaptation des structures d'exportation agro-alimentaires tunisiennes à l'évolution de la demande d'importation des pays clients appartenant à la C.E.E.

Ainsi, notre premier objectif est d'estimer la compétitivité de l'offre tunisienne d'exportation face aux résultats des pays concurrents et face à la demande d'importation des pays clients. Dans la poursuite de cet objectif, nous allons, dans un premier temps, calculer les parts de marché de la Tunisie et de ses principaux concurrents, pour les principales exportations agro-alimentaires tunisiennes. Dans un deuxième temps, nous comparerons les réalisations tunisiennes à celles des pays concurrents pour évaluer leurs compétitivités respectives. Enfin, nous étudierons l'évolution de la demande d'importation des pays clients et nous estimerons l'adaptation de l'offre d'exportation tunisienne.

De même, nous envisageons, l'évaluation des performances des exportations et la localisation de leurs avantages ou désavantages relatifs. Pour estimer l'évolution probable des résultats à l'exportation, nous tiendrons en plus compte des mesures et des décisions actuelles en matière de politique agricole de production, de commercialisation, de consommation et d'exportation.

Dans la présente étude, nous faisons appel au niveau méso de l'analyse économique en évoquant les rôles respectifs des différents agents économiques de la filière exportation, qu'ils soient producteurs agricoles, commerçants ou consommateurs.

Pour la réalisation de cette étude, nous retiendrons des statistiques internationales, de l'EUROSTAT, et nationales des divers organismes, administrations et institutions tunisiens. Les données de l'EUROSTAT décrivent l'environnement international des exportations et permettent leurs comparaisons aux résultats des concurrents. Les statistiques nationales décrivent l'état des filières d'exportation en Tunisie et nous permettent d'apporter un jugement sur l'environnement économique local.

2 - Les théories des échanges

Nous allons présenter une synthèse de l'évolution des théories du commerce international, tout en précisant le nouveau contexte économique des pays sous-développés.

a - La nouvelle situation du commerce extérieur des pays sous-développés, (selon Mr. M Labonne,1991).

Nous remarquons tout d'abord que la balance commerciale des pays en développement présente assez normalement un déficit; en effet, aux besoins de consommation croissants avec la démographie et le revenu, viennent s'ajouter les nécessités en biens d'équipement liés au développement de la production et en intrants non produits dans le pays.

Pendant longtemps, les pays en développement entretenaient des relations d'échange de produits primaires contre un approvisionnement en produits industriels ou en services avec leur métropole. Ce type de lien a servi de référence à la théorie de l'échange inégal développée par Samir Amin. Mais vers la fin des années 70, la situation a évolué de manière fondamentale, dans la mesure où de nombreux pays en développement, notamment en Afrique et au Moyen Orient, sont devenus fortement importateurs de produits alimentaires de base, principalement mis sur le marché mondial par des pays industrialisés. L'approvisionnement de ces pays a été assuré par des emprunts contractés à une période où l'accès à l'argent était facile. L'endettement qui en a résulté, a amené de nombreux pays à mettre en oeuvre des politiques de rigueur pour redresser la situation de la balance des paiements et dans ce contexte, la réduction du déficit de la balance commerciale a constitué un objectif premier, mais pouvant présenter des modalités complexes.

En effet, dans le cadre d'une stabilisation à court terme, les pays ont entrepris une réduction des importations et un accroissement des exportations. Souvent, des restrictions quantitatives à l'importation, pour certains produits, viennent s'allier à une dévaluation monétaire qui joue le rôle d'une taxe à l'importation et d'une subvention aux exportations.

Ensuite, et dans un deuxième temps, intéressant le moyen et le long termes, les programmes d'ajustement structurels ont préconisé une ouverture au marché mondial, pour que les pays mettent en place une économie de marché compétitive et viable. Cette orientation s'inscrit dans une théorie libérale qui défend la libéralisation des échanges internationaux et la suppression des rentes et des effets de monopole.

Cette dernière orientation des économies sous-développées fait appel au courant libéral dont nous présentons les principales pensées.

b - Les théories libérales du commerce extérieur
Les concepts de la théorie libérale ont évolué selon leurs contexte historique et économique pour favoriser des éléments d'analyse et d'estimation de la compétitivité et de la richesse.
Ainsi la pensée libérale s'est d'abord développée en réaction à la pensée mercantiliste, qui prétendait que, dans l'échange international, ce que gagnait l'un était perdu par l'autre; le but de l'activité internationale se résumait à l'augmentation de l'encaisse-or de la nation, en vendant le plus possible et en achetant le moins. La pensée libérale a été ainsi développée par A. Smith et D. Ricardo, sur la base de l'avantage comparatif, qui devient le justificatif de l'intérêt du commerce international. Pour A. Smith, l'avantage comparatif est ramené à des considérations de coût de production. D. Ricardo a parfait la démonstration en remarquant que ce n'est pas la différence qui existe entre les coûts absolus de production qui détermine l'échange, mais c'est la différence des coûts relatifs. Le coût absolu d'un bien dans un pays, était assimilé à la quantité de travail nécessaire pour produire une unité de ce bien. Ainsi, pour Ricardo, la condition nécessaire et suffisante pour l'apparition d'échanges internationaux entre deux pays, produisant deux mêmes biens, est que les coûts relatifs de deux biens soient différents dans les deux pays.

La théorie ricardienne suppose l'immobilité internationale et la mobilité nationale des facteurs de production. Comme le note J.H. Williams, la persistance des différences de revenus, de prix et de rentabilité entre pays, est la meilleure démonstration de la validité de l'hypothèse d'immobilité internationale des facteurs. A l'intérieur des nations aussi, l'existence de disparités dans les revenus, par secteurs ou régions, montre que la mobilité des facteurs n'est pas parfaite; celle-ci s'accélère avec la diffusion du capitalisme et de l'esprit de libre entreprise. Dans les pays sous développés où le niveau d'organisation, l'agencement bancaire, le système des transports et le degré de perception des opportunités économiques sont faibles, la mobilité des facteurs est moindre qu'en pays industrialisés. Dans une certaine mesure, la mobilité des facteurs est plus forte entre pays développés qu'à l'intérieur des pays sous-développés. La théorie de Ricardo comporte toutefois des limitations, car elle suppose une mobilité totale des facteurs de production à l'intérieur même du pays considéré, alors que la terre, facteur très important dans les productions agricoles, ne répond pas à cette hypothèse, de même elle ne s'appliquait qu'à deux pays et à deux biens.

De même, la théorie ricardienne passe sous silence l'inégalité foncière des partenaires à l'échange. Cette théorie du commerce international admet implicitement, en raison de l'hypothèse de concurrence parfaite, que les pays participant à l'échange ont un pouvoir de négociation égal. En pratique, certaines économies dominent l'économie mondiale aux plans du commerce des biens et services, des flux financiers et de la technologie et exercent des effets de domination "asymétrique" et "irréversible" dit F. Perroux. L'évolution des taux d'échange ou termes de l'échange internationaux, le prouve. A long terme, il s'est produit, par le mécanisme de dégradation des rapports de prix internationaux des produits primaires (cuivre, fer, pétrole, café, etc.), un transfert de revenu cumulatif engendrant, selon G. Myrdal, une concentration du revenu mondial dans les économies dominantes.

Par ailleurs, A. Marshal déduit que la croissance des pays centres possède un effet appauvrissant sur les économies périphériques et cet appauvrissement découle d'une division internationale du travail, inséparable des conditions historiques et sociales des nations participant au commerce international. L'erreure des classiques a été donc de procéder "d'une conception a-nationale, cosmopolite" et de méconnaître le concept de nation.

Les approfondissements de cette théorie étaient amenés par Ohlin, Hecksher et Samuelson. Ces trois auteurs ont complété la théorie de Ricardo sur trois points. Ohlin a considéré l'ensemble des échanges entre toutes les nations et a conclu que, globalement, il s'établit un équilibre général entre

toutes les nations. Rejoignant les travaux de Hecksher, Ohlin énonce la loi de proportion des facteurs de production : "chaque pays a intérêt à produire les biens dans lesquels entrent des quantités importantes du facteur de production abondant et bon marché dans ce pays, et à importer le ou les biens dont la production exige des quantités importantes du ou des facteurs dont il est le moins bien doté".

c - Les limites de la loi des proportions de facteurs de Hecksher et Ohlin:

Pour une nation, le commerce extérieur s'analyse donc, par delà les prix, en un échange de facteurs abondants contre des facteurs rares. Plus récemment des auteurs, comme le suédois B.O. Sôdersten, expliquent que l'exportation de capital et de technologie par les Etats-Unis est déterminée par l'abondance dans ce pays du facteur "entreprise et savoir faire". B. Ohlin inclut dans les facteurs de production les ressources naturelles ainsi que la qualité et la quantité des facteurs terre et capital, les institutions, etc.

La conclusion de cette théorie est que sous l'influence du commerce international, il y a une tendance à l'égalisation internationale des prix des facteurs de production et donc, écrivent F. Stopler et P. Samuelson, à la chute de la part du facteur rare dans le revenu national; selon B. Ohlin, cette égalisation ne peut être que partielle : l'égalisation complète ne pouvant résuler que d'une mobilité internationale des facteurs de production. Cette loi reçoit d'autres développements avec A. Lerner et P. Samuelson selon lesquels, sous certaines conditions, il y a une complète égalisation des prix absolus des facteurs de production. Mais la théorie de Lerner-Samuelson repose sur des hypothèses hautement irréalistes.

Il ressort de cette théorie de B.Ohlin que l'avantage comparatif est fourni par une dotation en ressources productives différentes de celle du pays partenaire. Il n'est plus nécessaire de supposer, comme Ricardo le fait implicitement, des fonctions de production différenciées d'une nation à une autre; au contraire, dans la mesure où la connaissance des techniques est dispersée à travers toute la terre, il est raisonnable d'admettre une fonction de production identique dans tous les pays formant la communauté internationale. De plus, deux pays, ayant la même dotation relative en facteurs, sont susceptibles de recourir à l'échange bilatéral, si leurs systèmes de prix relatifs diffèrent en raison de leur niveau de développement social, de leur revenu par tête, des goûts et de la structure de la demande de leurs consommateurs, etc.

Une autre critique à la loi des proportions de facteurs est que cette théorie, suppose une dotation relative en facteurs de production fixe. Elle se place d'un point de vue statique qui gèle cette dotation. Or la politique de développement économique implique un cadre dynamique; dans ce cadre; le changement des structures économiques constitue l'objectif majeur des pouvoirs publics qui ont une "préférence de structures" explicite ou implicite. Cette transformation des structures va correspondre à long terme à un bouleversement de la dotation relative en facteurs de production d'un pays, imcompatible avec la recommandation que l'on fait aux pays sous-développés d'employer leur facteur relativement abondant.

L'hypothèse d'identité internationale des fonctions de production de B. Ohlin est fortement irréaliste. A l'échelon international, les travaux de B. S. Minhas et d'autres auteurs (Arrow, Solow, Chenery) mènent à la formulation de fonctions à élasticité de substitution constante (entre facteurs), qui montrent que les méthodes de production (c'est-à-dire le rapport capital-travail) diffèrent de pays à pays; de même à l'intérieur d'un pays, le rapport capital-travail d'une branche évolue, sans influence du rapport taux de salaire/taux d'intérêt, qui dépend de l'abondance relative de tel ou tel facteur à un moment donné et des politiques monétaires, sociale et fiscale, des programmes d'investissement, etc. En économie sous développée, l'identité de la fonction de production n'est même pas vérifiée dans un secteur : il suffit, pour s'en rendre compte, de comparer les méthodes de production de l'agriculture moderne et de l'agriculture traditionnelle au Maghreb. J. Viner va plus loin : il critique la comparabilité internationale des facteurs implicite dans le modèle Hecksher-Ohlin. Léontief tente de vérifier statistiquement le théorème de Ohlin-Hecksher, mais il aboutit à un paradoxe appelé par son nom. Ce paradoxe a été expliqué par Léontief en mettant en évidence le rôle joué par la productivité générale, les facteurs naturels et les facteurs "coopérants" (efficacité des services, formation des hommes, économies externes...).

Au fur et à mesure que les approfondissements de la loi de l'avantage comparatif se succèdent, sa généralisation progresse : non seulement tous les pays sont concernés, mais aussi tous les facteurs de production, y compris immatériels, sans que l'on sache le poids de chacun dans le développement des échanges. Bella Balassa pense alors à ramener l'avantage comparatif à un indicateur concret "la

part de marché", qu'il appelle " avantage comparatif révélé": à un moment donné, le pays qui possède un avantage comparatif révélé pour un produit occupe aussi une part de marché plus grande dans les échanges internationaux de ce produit.

d - Les théories protectionnistes du commerce extérieur
Mais depuis le début de l'histoire, les Etats ont considéré que leurs intérêts résidaient dans le fait de vendre le plus possible et d'acheter le moins à l'étranger. Ce sont les mercantilistes qui, les premiers, ont théorisé cette concertation. Ainsi se sont développées les pratiques de réglementation et de taxation à l'importation. De fait, à l'heure actuelle, le souci majeur des gouvernements réside en l'accroissement des réserves en devises fortes du pays, sachant qu'une situation saine de la balance commerciale accroît fortement les marges de manoeuvres politiques. Il s'agit également de relever le niveau de vie de la population, donc d'accroître la production et la productivité par des investissements et le développement d'activités nouvelles.

Frédéric List construit une argumentation protectionniste apte à répondre aux thèses libérales, il ne condamne pas l'échange international pour lui-même et en reconnaît l'aspect mutuellement avantageux. Cependant, il relève que l'industrialisation de l'économie est un facteur déterminant dans l'égalité de la concurrence. Il spécifie qu'une certaine protection est nécessaire. Elle permet aux industries naissantes d'acquérir une maîtrise des techniques nouvelles, de l'expérience pour développer une activité à un niveau qualitatif compatible avec la concurrence internationale. Ce protectionnisme sélectif et temporaire est d'ailleurs admis par le GATT, organisme dont le rôle est de favoriser la libéralisation du commerce international.

De même, beaucoup d'économistes marxistes, s'appuyant sur le schéma de reproduction élargie estiment que l'accumulation du capital doit et peut se faire essentiellement sur une base nationale. Le commerce international n'a pour fonction que d'atténuer momentanément les contradictons des pays développés et ne présente, dans ces conditions, aucun intérêt pour les pays sous-développés. Il contribue uniquement à accentuer leur dépendance à l'égard des premiers. La rupture de cette dépendance passe par le recours au protectionnisme, voire à l'autarcie, afin qu'ils retrouvent une base "cohérente" et "nationale" d'accumulation. La même solution est d'ailleurs proposée à des pays développés, comme la France, censés être aussi trop dépendants de l'extérieur.

Mais, les théoriciens structuralistes estiment que le blocage, la lenteur, l'incohérence du développement et de la croissance tiennent à la rigidité des structures économiques, sociales, culturelles, envisagés tant au plan national qu'international. Tel est le cas de l'absence d'un réseau efficace de marchés, ce qui a pour effet que les entrepreneurs ne peuvent pas recevoir des marchés d'informations significatives les guidant dans leurs choix. Par ailleurs, dans l'analyse keynesienne, les exportations et les importations obéissent à des règles de détermination différentes. Les exportations sont autonomes, c'est-à-dire que leur niveau ne dépend pas du revenu du pays considéré. Elles sont déterminées par la demande extérieure qui est fonction du revenu des pays étrangers.

Dans l'échange international, le rôle de la différenciation de l'offre ou de la demande a été également mis en évidence par les travaux de Linder (1961) et de Lassudrie-Duchêne (1971), et il a été redécouvert, au cours de la dernière décennie, par différents auteurs anglo-saxons. A la suite des études de Krugman (1979), cette nouvelle école théorique en a formalisé les bases micro-économiques, en se fondant sur l'effet des économies d'échelle dans la production d'une gamme réduite de variétés d'un même produit.

Les théories de l'échange international ont été généralement développées sans tenir compte de la taille du pays. Cependant, certains auteurs ont vu l'importance des différences de situation, non seulement en terme de rapports politiques, donc de capacité de négociation, mais aussi en terme de concurrence internationale. Ce genre de réflexion est pertinent si l'on considère le cas tunisien.

Dans le courant libéral, l'apport de Marsh établit qu'un petit pays devient le plus grand bénéficiaire de la spécialisation face à un grand pays. Mais il n'est pas sûr que ce raisonnement puisse être étendu à plusieurs produits et plusieurs pays de façon évidente. Les protectionnistes dont Manoilesco font observer qu'un petit pays doit développer une "protection d'entretien" des maillons de filières technologiques, qui ne sont pas avantageux, considérés isolément.

Ainsi les libéraux et les protectionnistes s'affrontent plus, dans le cas d'un petit pays, sur les modalités de libéralisation et leur gestion, que sur les principes mêmes, c'est-à-dire sur la maîtrise des échanges, tant l'expérience montre que les effets de court terme et de long terme, qui doivent théoriquement se manifester avec la libéralisation, ont du mal à s'ajuster dans la pratique.

tant l'expérience montre que les effets de court terme et de long terme, qui doivent théoriquement se manifester avec la libéralisation, ont du mal à s'ajuster dans la pratique.

Les avantages de la spécialisation internationale étant admis sous certaines conditions pratiques, on doit constater que la gestion agro-alimentaire présente des particularités liées à deux spécificités. Tout d'abord, les produits agricoles constituent pour beaucoup de pays en développement une proportion forte de leurs exportations, assurant les rentrées de devises nécessaires au fonctionnement économique du pays. Ainsi se trouvent posés les problèmes de l'accroissement des parts de marché et de la stabilisation des prix, qui conditionnent l'accroissement indispensable des rentrées en devises, lié au développement économique. Ainsi, les pays en développement dépendent d'autant plus fortement, pour leurs exportations stratégiques et pour leurs importations agro-alimentaires, du marché mondial, que l'expérience le montre, ils ne le contrôlent pas.

Les théories de la dégradation des termes de l'échange entre les pays en développement et les pays industrialisés, se fait moins évidente dans la mesure où ces derniers exportent des produits agricoles vers les pays en développement de manière croissante. La réalité montre que les pays en développement doivent s'aligner sur les conditions du marché international sans pouvoir les influencer notablement. Pour remédier à cet état de choses, chaque pays essaie d'accroître ses parts de marché et de diversifier ses débouchés à l'exportation, alors que pour lutter contre la dépendance issue des indispensables importations agro-alimentaires, la promotion de la production interne et la multiplication des sources externes d'approvisionnement représentent les moyens les plus utilisés.

Il ne faut pas perdre de vue que la compétitivité nationale dépend de facteurs techniques locaux (ressources naturelles, savoir-faire, organisation,...) mais aussi de facteurs internationaux liés aux institutions et à la conjoncture (prix internationaux, taux de change, législation douanière,...).

3 - Problématique des exportations et notes méthodologiques

Ainsi pour les pays en développement, sous la pression de problèmes persistants de balance commerciale, l'amélioration de la compétitivité internationale est devenue l'une des priorités majeures. Les prévisions des importations aussi bien que des exportations, font partie des programmes d'amélioration de la compétitivité internationale. Plusieurs modèles essaient d'établir des prévisions. Alors que les modèles de prévision des importations favorisent les variables internes; les modèles de prévisions des exportations favorisent les variables externes; les flux d'exportations entre un pays et l'extérieur s'expliquent mieux par la demande que par l'offre (M. Allaya, 1989)

Les exportations sont la résultante de quatre effets : un effet de "traction" exercé par l'expansion des marchés étrangers, un autre de "poussée à l'exportation" lié à l'augmentation de la production nationale, un troisième effet de freinage lié à la pression de la demande intérieure et enfin un dernier effet lié à l'attractivité du marché extérieur. Mais les hypothèses fondamentales des modèles ont permis de définir un certain nombre de limites de la méthode, liées principalement au caractère constant des coefficients et à la nature des fonctions de production implicites. Les coefficients utilisés dans ces modèles ne sont valables qu'en cas de stabilité des conditions technologiques entre autres, c'est-à-dire à court terme. Nous retenons de ce genre d'étude l'importance de l'environnement extérieur dans l'explication des réalisations à l'exportation. Les effets ci-dessus mentionnés sont déterminants dans l'explication des performances et de la compétitivité des exportations.

D'autres études analysent la compétitivité internationale des économies nationales sur la base de la compétitivité des entreprises opérant sur le territoire national et exportant hors de ses frontières. Les exportations expriment donc, dans une large mesure, le dynamisme des entreprises et leur capacité à s'adapter aux évolutions des demandes étrangères.

Toutefois, la compétitivité internationale dépend aussi et de façon croissante, de facteurs d'ordre "structurel". Il s'agit de l'efficacité globale de l'économie nationale, la cohérence et la capacité d'adaptation de son tissu productif, la qualité de son infrastructure technique et les autres facteurs qui déterminent les avantages "externes", c'est-à-dire l'ensemble des phénomènes et cadres économiques, sociaux et institutionnels qui peuvent favoriser ou au contraire entraver le dynamisme productif et compétitif des entreprises nationales.

leurs bénéfices et à se développer.(F. Chesnais, 1986). Mais cette notion de compétitivité a également une dimension nationale.

Selon la théorie de Ricardo, la plus ancienne de la compétitivité des économies nationales, la compétitivité macro-économique est principalement, sinon exclusivement, une question de prix, de coûts et de taux de change. Cette approche établit une nette distinction entre la compétitivité, définie comme un problème macro-économique, et les modifications de l'avantage comparatif, qui résulte de changements de caractère micro-économique.

L'approche théorique de la compétitivité macro-économique, fondée sur les prix et les coûts, a fait l'objet de nombreuses critiques. On a pu fréquemment mettre en évidence des relations apparemment absurdes et totalement "perverses" dans les études empiriques comparant l'évolution des indicateurs de coûts et de prix et le niveau effectif des exportations dans divers pays. Cette approche de prix a perdu du terrain dans les cercles scientifiques, au détriment d'approches fondées sur une meilleure compréhension des questions relatives à l'investissement, à la technologie et au changement structurel. Ainsi, la compétitivité n'est pas un concept unidimensionnel. En économie de marché, les acheteurs vont comparer l'avantage de prix proposé, avec la mauvaise qualité du produit ou l'absence de service après vente, ou autres désavantages. "L'idée que la compétitivité pourrait se réduire à des considérations de coûts et de productivité est donc très dangereuse", idée développée lors d'un colloque (European Management Forum, 1980).

Une seconde approche fréquemment adoptée a pour fondement la théorie du commerce international. Les études du commerce extérieur peuvent avoir un ou plusieurs objectifs. Il s'agit de définir, mesurer et expliquer la compétitivité des échanges, afin de formuler et de mettre en oeuvre des stratégies de compétitivité internationale. Un des instruments de mesure de la compétitivité est la part de marché. Une étude détaillée et efficace de la compétitivité du secteur agro-alimentaire, nécessite une mesure moins agrégée des parts de marché au niveau des sous-secteurs des produits et des marchés homogènes : telle la compétitivité des oranges "maltaises" sur le marché de la C.E.E. ou de la France. La compétitivité est perçue comme une variable relative qui résulte de combinaison d'avantages et de désavantages compétitifs par rapport aux concurrents. Ces avantages ou désavantages compétitifs décrivent l'état des filières nationales d'exportation. Ainsi, l'explication d'un état macro-économique de compétitivité fait appel à des analyses méso-économiques de filières.

Dans les économies ouvertes, la compétitivité d'un secteur se détermine par sa position relative dans le système international. Pour expliquer cette compétitivité, on retient une série de variables qui se développent à partir de facteurs liés à la production, d'activités tertiaires de marketing, de stratégie, de distribution,...

Ainsi, la variable de compétitivité "part de marché" retenue dans notre analyse est déterminée par des facteurs internes liés à l'état de la filière et par des facteurs externes liés aux conditions sur les marchés importateurs. Dans notre étude, nous retenons ces deux niveaux d'explication. L'utilité de telles analyses se trouve dans la formulation des stratégies, des tactiques et des actions d 'amélioration de la compétitivité.

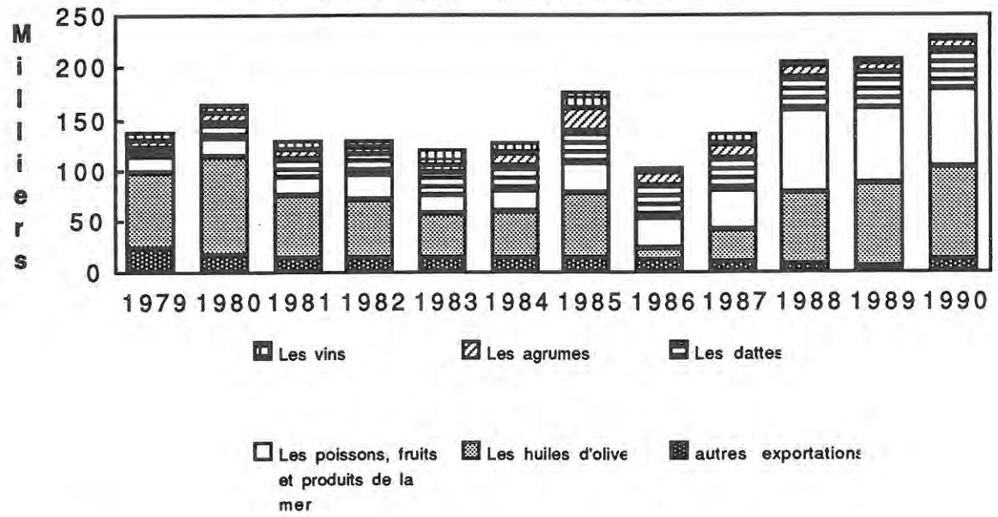
Pour la présentation de nos diverses analyses, nous procèderons par un regroupement des diverses exportations en groupes de produits homogènes. Chacun de ces groupes présente des spécificités et des caractéristiques propres qui font que sa filière exportation connaît des contraintes et des performances uniques. Ainsi seront présentés les groupes d'exportations les plus significatifs et les plus importants dans les réalisations tunisiennes : il s'agit des dattes, des huiles d'olives, des agrumes et des poissons et produits de la mer.

En fait, l'étude de la structure des exportations durant les années 1980, montre la dominance des huiles d'olives, des agrumes, des dattes et des produits de la mer dans les résultats tunisiens. De faibles quantités de vins ont été exportées à des rythmes fluctuants et en régression. D'autres groupes de produits ont été importants dans les exportations tunisiennes, mais ont régressé au cours de la décennie 80. Un résumé de leurs évolutions sera présenté à la fin du suivant chapitre.

Graphique 1

Les exportations agro-alimentaires tunisiennes: structure annuelle

par groupe de produits, valeur en 1000 Ecus



SOURCE : nos calculs

Chapitre 2 : L'offre d'exportation : analyse et perspectives

1 - Introduction

Notre premier objectif est d'estimer la compétitivité de l'offre tunisienne d'exportation comparée aux résultats des pays concurrents et à la demande d'importation des pays clients. Nous allons, dans un premier temps, calculer les parts de marché de la Tunisie et de ses principaux concurrents pour les principales exportations agro-alimentaires tunisiennes. Puis, nous comparerons les réalisations tunisiennes à celles des pays concurrents pour évaluer leurs compétitivités respectives. Enfin, nous étudierons l'évolution de la demande d'importation des pays clients et nous estimerons l'adaptation de l'offre d'exportation tunisienne. De même, nous envisageons, l'évaluation des performances des exportations et la localisation de leurs avantages ou désavantages relatifs. Pour estimer l'évolution probable des résultats à l'exportation, nous tiendrons en plus compte des mesures et des décisions actuelles en matière de politique agricole de production, de commercialisation, de consommation et d'exportation.

Dans la présente étude, nous faisons appel au niveau méso de l'analyse économique en évoquant les rôles respectifs des différents agents économiques de la filière exportation, qu'ils soient producteurs agricoles, commerçants ou consommateurs. Nous retiendrons des statistiques internationales, de l'EUROSTAT, et nationales des divers organismes, administrations et institutions tunisiens. Les données de l'EUROSTAT décrivent l'environnement international des exportations et permettent leurs comparaisons aux résultats des concurrents. Les statistiques nationales décrivent l'état des filières d'exportation en Tunisie et nous permettent d'apporter un jugement sur l'environnement économique local.

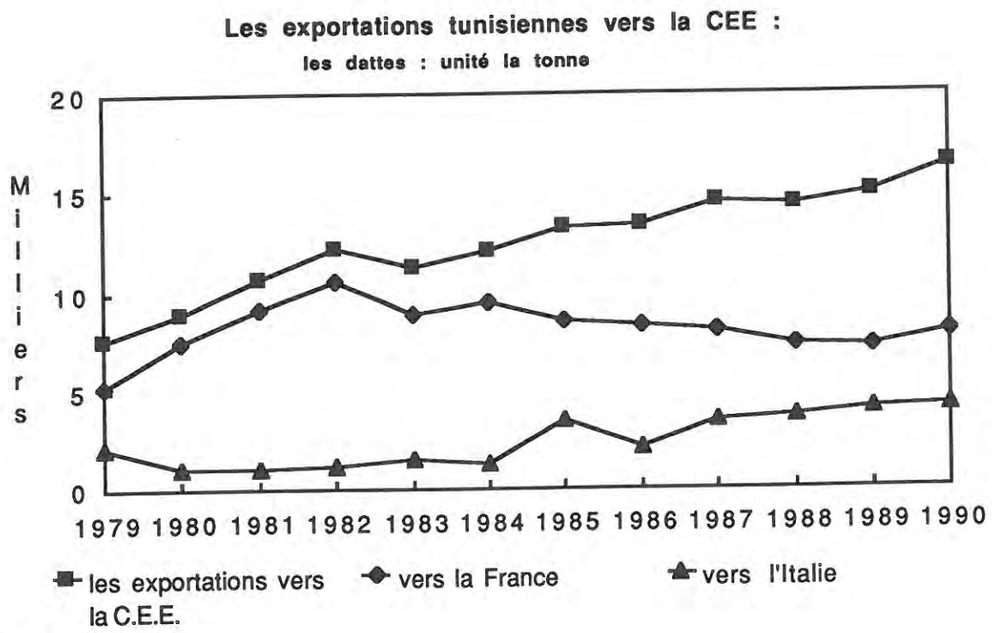
2 - Les dattes : une filière en expansion

A - Progression des exportations et diversification des débouchés :

Les dattes tunisiennes à destination de la C.E.E. ont enregistré des résultats en amélioration pendant les années 80. Il y a eu une augmentation des quantités et des recettes et un élargissement des débouchés.

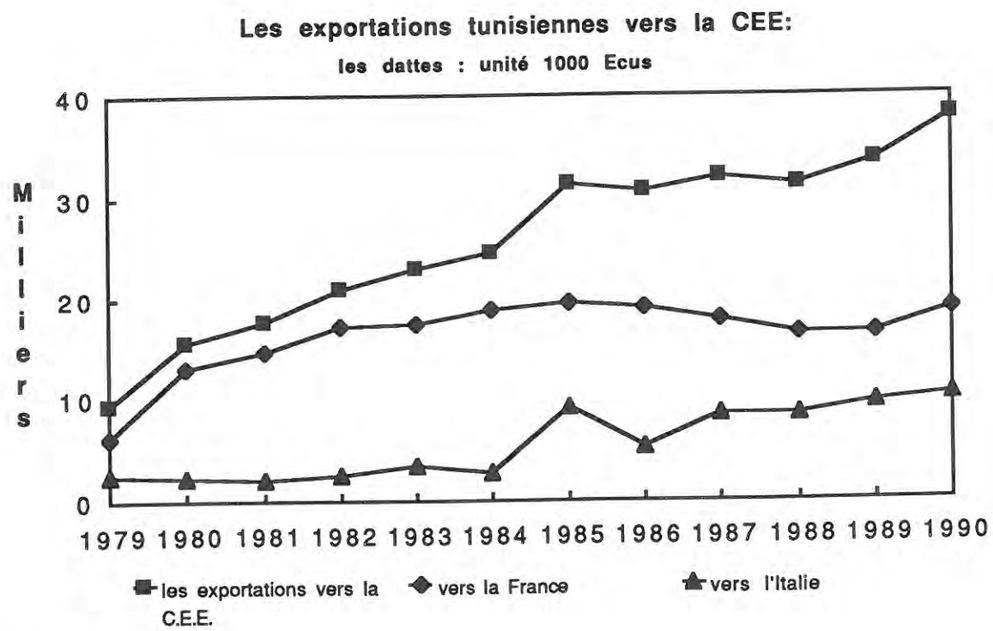
Les résultats ont enregistré une croissance régulière et les quantités ont augmenté à un taux annuel moyen de 8% .

Graphique 2



SOURCE : nos calculs .

Graphique 3



SOURCE : nos calculs

Tab.5 : Les exportations tunisiennes de dattes par destination (Quantités en tonnes)

Période	C.E.E.	FRANCE	ITALIE
1979/81	9 074	7 335	1 431
1988/90	15 273	7 546	4 071
Tx	+7.7	+0.4	+15.8

Source : nos calculs
Tx: taux de croissance annuel moyen entre les deux périodes

Au sein du marché commun, la France et l'Italie sont les deux premiers clients des dattes tunisiennes. Mais les résultats des dernières années ont montré des efforts de diversification des débouchés.

Tab.6 : La concentration des exportations tunisiennes (en % des quantités)

Destination	1979/81	1988/90
C.E.E.	100	100
France	65	50
Italie	13	27
Pays Bas	18	0.4
Angleterre	2.6	5.5
Allemagne	0.2	5.6
Espagne	—	9.4
Autres	1.1	1.5

Source : nos calculs

Ces réalisations résultent de l'évolution de l'environnement économique local et de l'adaptation des structures productives internes aux changements observés sur les marchés importateurs et clients des dattes de Tunisie.

B - Un environnement économique local favorable

a - Amélioration de la production.

L'augmentation des quantités à l'exportation s'est accompagnée par une croissance rapide de la production des dattes. Vers la fin des années 70, la production était encore irrégulière et avait tendance à plafonner à cause d'une pénurie d'eau devenue importante. Les programmes du Plan Directeur des Eaux du Sud (PDES.), mis en oeuvre depuis 1976, ont permis la création d'une vingtaine de forages profonds et ont contribué à relancer la produxction dans les années 80. Les actions de renouvellement des anciennes palmeraies et l'entrée en production des récentes plantations de la variété Deglet-Nour, ont également aidé à améliorer la qualité de la production.

Le niveau de la production a par conséquent régulièrement progressé, ramenant la moyenne nationale de 52 000 T/an en 1976/80 à 69 000 T/an en 1986/89 et 77 000T/an en 1990/92 (cf tableau ci-dessous). L'amélioration de la production a mis à disposition de l'exportation des quantités plus importantes en dépit d'une faible régression de sa part relative qui est passée de 26% en 1980/85 à 20% en 1990/91.

Tab.7: Evolution de la production (Q1) des dattes et de la part de l'exportation (Q2)
(Q1 et Q2 en 1000 tonnes)

Année	Q1	Q2	Q2/Q1 en %
1980	47	9	19
1981	46	10.7	23
1982	26.5	12	45
1983	56.5	11	19.5
1984	46	12	26
1985	54	13	24
1986	65	13	20
1987	66	14.5	22
1988	70	14.5	21
1989	75	15	20
1990	81	16	20
1991	75	13	17
1992	75	17.5	23

Source : rapports annuels de la Banque Centrale de Tunis 1986 et 1991
et les statistiques du Cepex, du G.I.D.,et de l'EUROSTAT

En plus de l'augmentation de la production, il y a eu amélioration progressive de la qualité de la datte grâce à une meilleure maîtrise des techniques de conservation des régimes sur le palmier. Les plantations des quinze dernières années ont essentiellement concerné la variété Deglet-Nour qui est de très bonne qualité et à haute valeur marchande. La variété Deglet-Nour principalement concentrée dans les oasis modernes a pu profité, d'une marge unitaire à la production plus importante que celle des dattes communes produites dans les oasis traditionnelles.

Tab.8: La répartition de la marge brut entre les différents niveaux de la filière
(en DT) 1985/86

origine du produit	oasis traditionnelle		oasis moderne	
marges	valeur	%	valeur	%
production	0.200	27	0.670	56
collecte	0.050	7	0.050	4
gros	0.330	45	0.330	27
détail	0.150	21	0.150	13
Total	0.730	100	1.200	100

Source : CHAREF A., 1989

Le stade gros absorbe une grande partie des marges et la prise en charge de la vente de gros par les producteurs permettrait la concentration de 80 à 87 % de la marge brute au niveau de l'exploitation. Cette structure des marges est relative aux dattes non conditionnées écoulées sur le marché local. L'activité de conditionnement fait apparaître une marge supplémentaire qui est mieux rémunérée en cas d'exportation.

b - Le conditionnement : une activité liée à l'exportation

Dans les années 80, l'activité d'exportation a stimulé l'expansion des stations de conditionnement. Ainsi, parmi les vingt stations en activité en 1992, treize ont été créées par des particuliers durant les années 1982/1986. L'activité de conditionnement se résume, dans l'ensemble ou en partie, par les opérations suivantes : désinsectisation, triage, lavage, humidification et/ou séchage, enrobage des dattes par du sirop, mise en caisse ou en boites et l'entreposage frigorifique. Cette activité est plus rémunérée en cas d'exportation. En effet, le prix à l'exportation est supérieur au prix du marché intérieur majoré des frais de conditionnement. En 1985/86, la marge brute de conditionnement de la

datte Deglet-Nour, pour l'exportation, était le double de celle de l'"écoulement sur le marché intérieur. Ceci explique la préférence des conditionneurs à exporter leurs productions plutôt que de l'écouler sur le marché intérieur.

Tab.9: Marges brutes de conditionnement en D/T 1985/1986

prix production	charges conditionnement	prix de vente		marge brute/Kg	
		intérieur	export	intérieur	export
0.820	0.170	1.300	1.650	0.310	0.660

Source : Charef A., op-cité

c - La consommation locale

Bien que la production ait augmenté, la consommation tunisienne par habitant et par an a légèrement diminué depuis les années 70/75 où elle était d'environ 6 Kg, pour atteindre une moyenne de 4 à 5 Kg vers la fin des années 80. Le marché local absorbe surtout les dattes communes autres que la variété Deglet-Nour. Ces dattes sont relativement moins chères et par conséquent plus accessibles au budget du citoyen moyen. En fait, la variété Deglet-Nour est considérée comme un fruit de luxe inaccessible à une partie de la population. En janvier 1990, le prix de la datte Deglet-Nour est à 2.300 DT le Kg au stade détail, alors que le S.M.I.G. est à 4.800 DT la journée.

d - Le prix des dattes

Pour la variété exportée Deglet-Nour, les prix sont libres sur le marché local et sont fixés à l'exportation. Sur le marché local, le niveau des prix dépend de la saison d'exportation et de celle de production. Ce prix est élevé en novembre-décembre, quand la demande d'exportation est importante. Il augmente également pendant la période du mois de ramadan. La consommation interne est plus importante en dattes communes moins chères (le rapport des prix dattes Deglet-Nour/dattes communes est de 2 à 1). L'augmentation de la production de la variété Deglet-Nour a toutefois permis une substitution d'une part de la consommation des dattes communes dans les classes à revenu supérieur à la moyenne.

C - L'offre d'exportation : des parts de marché en progression et une plus grande compétitivité

Les quantités exportées vers la C.E.E. ont continuellement augmenté le long des années 80. Elles ont procuré des parts de marché en progression.

Tab.10: Les exportations tunisiennes vers la C.E.E. (Q en tonnes)

Année	Q
1979	7 648
1980	8 883
1981	10 692
1982	12 223
1983	11 248
1984	12 030
1985	13 232
1986	13 339
1987	14 463
1988	14 434
1989	15 009
1990	16 378
1991	12800
1992	17482

Source : les statistiques de l'EUROSTAT, les données du G.I.D., Tunis

La C.E.E. importe des dattes de diverses origines, mais ses principaux fournisseurs sont la Tunisie,

l'Algérie, l'Iran, l'Iraq et les U.S.A. L'ensemble de ces pays a assuré 84 % des importations communautaires en 1979/81 et 69 % en 1988/90. Les années 80 sont caractérisées par une régression de la part de l'Iraq à l'avantage de la Tunisie qui a été le seul exportateur traditionnel à avoir profité de cette situation.

Tab.11: Les importations de la C.E.E. par pays d'origine (Q en tonnes et P en %)

Période	1979/1981		1988/1990	
Origine	Q	P	Q	P
Tunisie	9 074	22.4	15 274	34
Algérie	3 957	10	5 033	11
Iraq	14 911	37	4 812	11
Iran	2 539	6	2 769	6
U.S.A.	3 460	8.6	2 892	6
Autre extra	1 376	3	7 924	18
Intra.CEE	5 117	13	6 092	14
Total	40 434	100	44 826	100

Source : nos calculs.

Les quantités de dattes en provenance de Tunisie ont progressé à un taux annuel de 8 % alors que la demande communautaire n'a évolué que de 1,4 %. Par ailleurs, les importations de la C.E.E. sont plus importantes depuis 1985. En fait, le niveau de la demande qui était de 31138 T/an en moyenne durant les années 1979/1985, est passé à 43 474 T/an en moyenne dans les années 1986/1990.

Tab.12: Les importations de la C.E.E.(toutes origines) (Q en tonnes)

Années	Q
1979	56 740
1980	33 096
1981	31 466
1982	31 322
1983	31 606
1984	29 417
1985	37 322
Moyenne 79/85 :	31 381
1986	37 628
1987	51 504
1988	43 758
1989	40 389
1990	50 242
Moyenne 86/90 :	43 474

Source: les statistiques de l'EUROSTAT.

Les dattes de Tunisie sont appréciées pour leur qualité gustative et leur présentation. Les exportateurs ont amélioré leurs emballages pour les adapter aux exigences du transport et de la manutention, tout en tenant compte des goûts et des préférences, dans la distribution et pour la consommation. L'emballage permet actuellement une meilleure appréciation des dattes de Tunisie, par rapport à celle des concurrents, en particulier l'Algérie. Plus de la moitié des dattes sont expédiées vers la France, qui est d'ailleurs le premier importateur européen de dattes.

En 1988/90, les importations françaises, toutes origines, ont atteint une moyenne annuelle de 16 430 T. Le second plus important importateur européen de dattes est l'Italie. Ses importations ont atteint une moyenne annuelle de 8 255 T en 1988/90. IL est également le second plus important client des dattes de Tunisie. Contrairement aux autres pays importateurs, la France réexporte une grande part de ses importations de dattes. Ainsi, en 1986/88, avec 5 292 T (soit 36 % de ses importations) réexportées, (ALLAYA et LAURET, 1990), la France est classée quatrième pays exportateur de dattes

en Méditerranée après trois pays producteurs : l'Iraq, l'Arabie Saoudite et la Tunisie. Les importations de la France sont essentiellement d'origines tunisienne et algérienne.

Les parts de marché des dattes de Tunisie ont peu varié. Elles assurent environ 45 % de la demande.

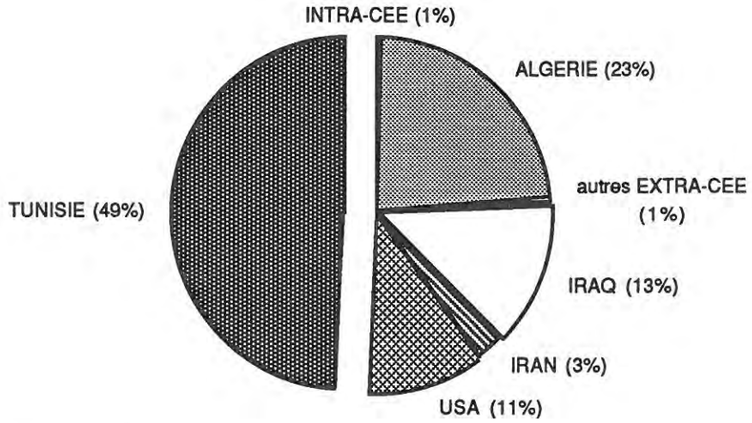
Tab.13: Les importations de la France et les parts de marché des pays fournisseurs (Q en tonnes et P en %)

Période	1979/1981		1988/1990	
Origine	Q	P	Q	P
Tunisie	7 335	49	7 546	46
Algérie	3 440	23	4 460	27
Iraq	1 979	13	1 149	7
U.S.A.	1 614	11	2 179	13
Iran	384	2.6	9	0.1
Autre extra	84	0.7	875	5.4
Intra.CEE	101	0.7	212	1.5
Total	14 939	100	16 430	100

Source : nos calculs.

Graphique 4

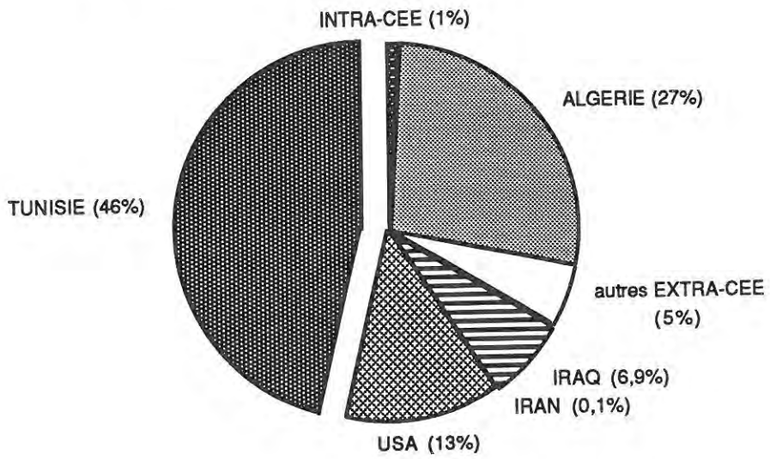
Les importations françaises de dattes 1979/81 :
parts relatives des pays fournisseurs



SOURCE : nos calculs
Parts en % des quantités

Graphique 5

Les importations françaises de dattes:1988/90
parts relatives des pays fournisseurs



SOURCE : nos calculs
Parts en % des quantités

En France, la demande de dattes a augmenté à un rythme annuel de 1.3 % au cours de la décennie 80 et les quantités d'origine tunisienne ont peu changé. Environ 70 % de la demande est satisfaite par les offres d'exportation de la Tunisie et de l'Algérie. La demande est répartie sur deux saisons, la première est relative aux fêtes de fin d'année et la seconde est celle du mois de ramadan. Les importateurs en France détiennent des réseaux de distribution pour toute l'Europe et répondent à ces deux types de demandes.

La stratégie de diversification des débouchés retenue par les exportateurs tunisiens est concurrencée par les exportations françaises. En fait, face à cette stratégie, la réaction des commissionnaires en France était de s'approvisionner avec les dattes d'Algérie, ce qui, à long terme, provoquerait une plus grande concurrence sur le marché français, qui, nous l'avons vu, est le plus important dans la C.E.E.

Cette stratégie de diversification a été soutenue par diverses subventions du gouvernement tunisien. Ces subventions peuvent atteindre jusqu'à 50% des frais du transport vers de nouveaux marchés jugés promoteurs. Elles touchent également les participations individuelles aux foires et salons spécialisés, les actions publicitaires, les éditions de brochures et catalogues et autres et enfin la prospection de marché. Mais nous verrons ultérieurement que les sociétés d'exportation profitent très peu de ces subventions qui concernent, mis à part le transport, des actions rarement pratiquées.

Par ailleurs, en dépit des efforts entrepris pour une plus grande pénétration du produit tunisien sur de nouveaux marchés européens, la concentration des exportations est encore importante sur les marchés français et italien. En fait, l'Italie est le second gros client des dattes de Tunisie. C'est surtout après 1985 que la demande italienne est devenue importante quoique fluctuante. Ainsi, les importations des années 85/90 ont atteint une moyenne annuelle de 8 388 T alors qu'elles n'étaient que de 2 540 T en 1981/84.

Tab.14: Les importations de dattes en Italie (Q en tonnes)

Année	Q
1979	24 004
1980	8 274
1981	2 082
1982	2 818
1983	2 685
1984	2 575
Moyenne 81/84:	2 540
1985	5 371
1986	3 419
1987	6 772
1988	9 658
1989	5 440
1990	9 668
Moyenne 85/90:	8 388

Source: les statistiques de l'EUROSTAT.

La progression de la demande d'importation en Italie, s'est accompagnée par une amélioration de la part de marché des dattes de Tunisie avec une moindre présence des dattes de l'Iraq. Ainsi, la situation sur le marché italien a évolué durant les années 80 au profit des dattes de Tunisie.

Tab. 15: Les importations de l'Italie et les parts de marché des pays fournisseurs (Q en tonnes et P en %)

Période	1979/1981		1988/1990	
Origine	Q	P	Q	P
Tunisie	1413	12.5	4017	49
Iraq	8891	78	2054	25
Algérie	256	2	7	0.1
U.S.A.	66	0.5	13	0.2
Autre extra	5	—	1773	22
Intra.CEE	801	7	391	4.7
Total	11453	100	8255	100

Source : nos calculs.

La proximité du marché italien est à l'avantage des dattes tunisiennes. La compétitivité des dattes tunisiennes s'explique également par une bonne qualité et un emballage satisfaisant. La régression des quantités en provenance de l'Iraq, qui semble avoir favorisé les exportations tunisiennes, doit être saisie en tant qu'opportunité de fidélisation de la clientèle italienne. La constitution d'une gamme de produits avec des dattes naturelles branchées, des pâtes de dattes, des pâtisseries à base de dattes et du jus de dattes serait en mesure de répondre à la segmentation de plus en plus poussée des marchés à la consommation et permettrait une meilleure rentabilité des stations de conditionnement.

Actuellement, les stations de conditionnement sont en sous-exploitation, elles fonctionnent surtout durant la saison de la récolte des dattes. Bien qu'une capacité de stockage frigorifique existe dans toutes les stations, les exportations sont toujours concentrées en deux périodes très courtes de 1 à 2 mois (Min. Agr./DGPDIA-USAID, 1990). La sous-exploitation actuelle du matériel de conditionnement augmente les charges fixes par Kg de dattes exportées et diminue la rentabilité des stations. Une meilleure utilisation nécessiterait le stockage d'une partie de la récolte de dattes Deglet-Nour pour différer son exportation. On pourrait envisager l'exportation de dattes communes transformées en pâtes ou en pâtisseries. Des études de faisabilité et la recherche de circuits de commercialisation doivent précéder toute prise de décision. La valorisation des dattes communes à l'exportation serait

génératrice d'emploi et permettrait d'améliorer la rentabilité des entreprises. Mais la conception de tels projets devrait s'appuyer sur l'existence effective d'une demande importante et régulière.

- Pour un maintien de la compétitivité

Le succès relatif des politiques de production et d'exportation reste à confirmer dans l'avenir par le renforcement de l'organisation de la production et de la commercialisation et la recherche d'une meilleure rentabilité par la réalisation de gains de productivité de toute la filière (production, conditionnement, distribution). Les contraintes demeurent liées à la disponibilité et à la qualité des eaux d'irrigation, aux risques de maladies au niveau de la production et à la concurrence sur les marchés d'exportation. La diversification des débouchés vers d'autres marchés européens notamment, pourrait constituer une stratégie possible de développement.

Le VIII ème Plan 1992/1996 retient un objectif de production de 127 000 T en l'an 2 001, en supposant le maintien de la proportion de 20% à l'exportation, le volume exportable serait de 26000T . Ces objectifs paraissent réalisables à condition de maintenir et renforcer les options prises dans les années 80 relatives à la production, au conditionnement, et au contrôle de qualité.

La variété Deglet-Nour vendue branchée, à l'état naturel, sans transformation est un produit de qualité dont la promotion pourrait bénéficier d'une politique d'appellation d'origine et de différenciation dans le marketing.

3 - Les agrumes : des exportations en difficulté

Pendant la décennie 80, les exportations tunisiennes d'agrumes à destination de la C.E.E., ont essentiellement concerné les variétés "sanguines et demi-sanguines"[1] et les "maltaises"[2].

Qu'il s'agisse des "sanguines" ou des "maltaises", les résultats étaient différents. Bien que la Tunisie soit réputée pour ses exportations de "maltaises", les oranges "sanguines" sont également importantes.

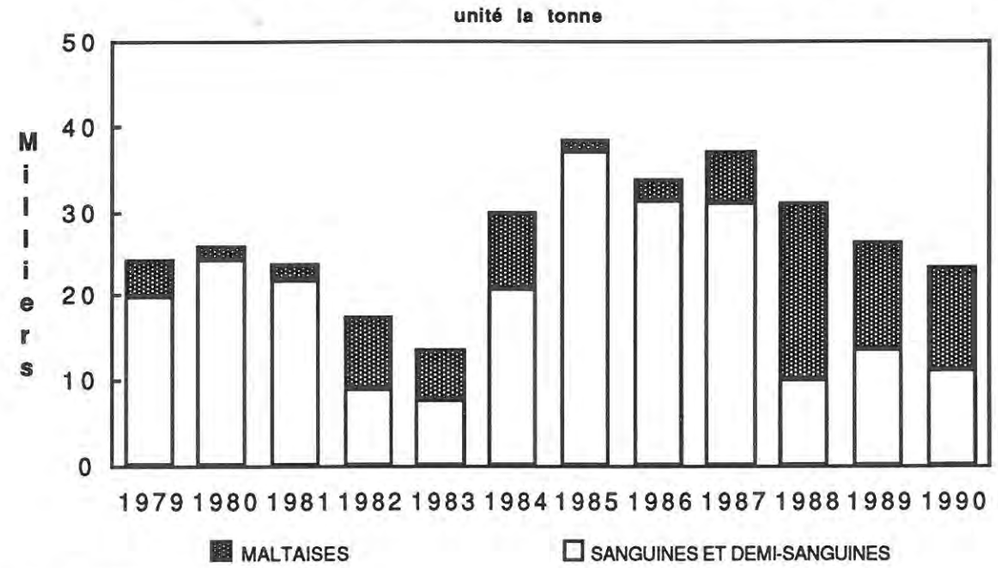
Les exportations des deux variétés ont évolué à des rythmes opposés .La part des "sanguines" qui était de 90% dans le total exporté en 1979/81, n'est plus que de 42.5% en 1988/90 (cf graphique ci-dessous)

1 Les exportations tunisiennes de "sanguines et demi-sanguines" ont porté sur quatre produits classés dans la C.T.C.I. selon leur saison d'exportation. Pour des raisons de simplification, nous retiendrons dans la suite du texte le nom de "sanguines"

2 Les exportations tunisiennes de "maltaises" ont porté sur quatre produits classés dans la C.T.C.I. selon leur saison d'exportation

Graphique 6

La structure des exportations tunisiennes vers la CEE :



SOURCE : nos calculs

Tab.16: Les exportations tunisiennes d'agrumes par destination

(unité : la tonne)

Variétés	"sanguines "		"maltaises"		Total	
Période	79/81	88/90	79/81	88/90	79/81	88/90
Destination C.E.E. FRANCE	 23254 23254	 11673 11505	 2570 2497	 15742 15113	 25824 25751	 27415 26618
Tx en %	100	98.5	97	96	99.7	97

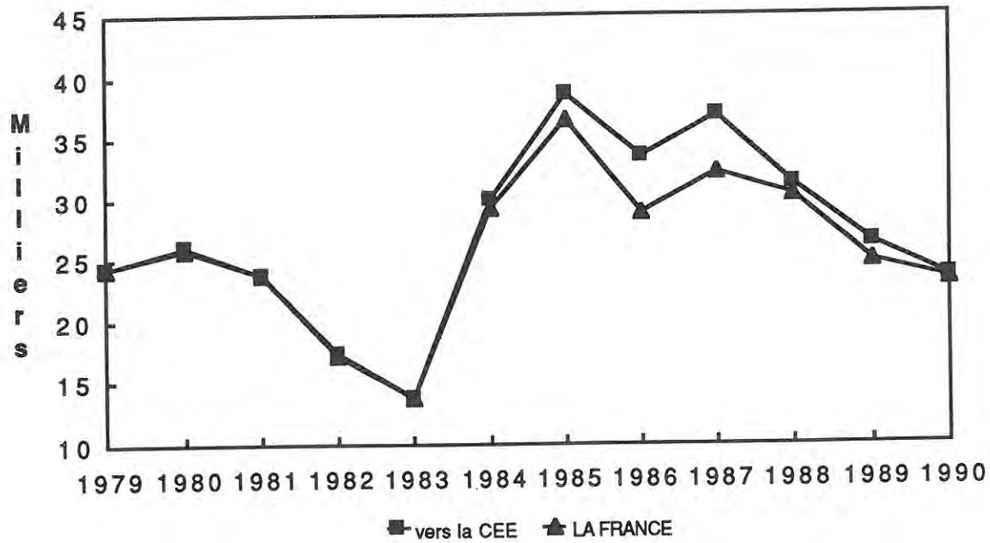
Source : nos calculs
Tx: taux de concentration des exportations sur le marché français

Pendant les années 80, les exportations ont connu une évolution discontinue. Après une régression annuelle de 13.4% des quantités exportées entre 1979 et 1983, liée à des problèmes dans la production, une relance s'est amorcée en 1984. On trouve les meilleurs résultats dans les années 85/87, puis ils ont diminué jusqu'en 1991.

Graphique 7

Les exportations tunisiennes d'agrumes vers la CEE :

Unité la tonne

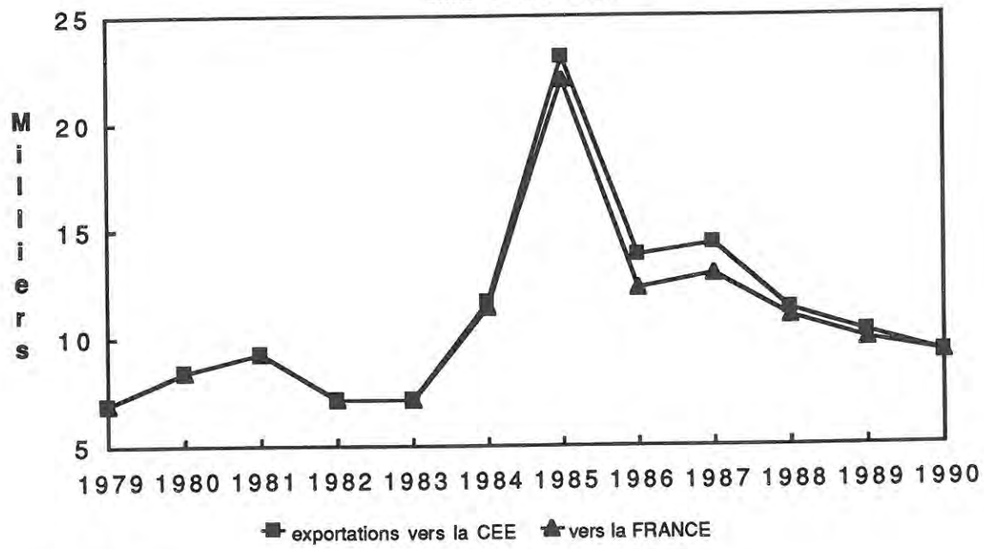


SOURCE : nos calculs

Graphique 8

Les exportations tunisiennes d'agrumes vers la CEE:

Unité : 1000 Ecus



SOURCE : nos calculs

Ces évolutions sont soumises à des contraintes internes liées à la production et à la consommation. En fait, la consommation locale, qui était de 22 Kg/hab/an au cours du VI ème plan (1982/1986), a

augmenté à 25 Kg/hab/an vers la fin du VII ème plan (1987/1991), (Min.Agr.,1991). Cette progression est due à l'amélioration des niveaux de vie, à la croissance de l'urbanisation et à l'absence de fruits de substitution sur le marché local durant les mois d'octobre à juin. De plus, compte tenu de la croissance démographique (2.4% par an), la consommation nationale est passée de 153 000 T/an à 200 000 T/an pour les mêmes périodes du VI ème et du VII ème plan.

Sur la base du niveau actuel de consommation locale d'agrumes, et compte tenu des estimations de croissance interne[3], le niveau probable de consommation totale en Tunisie serait de 267 000 T en l'an 2 000.

Les prévisions du VIII ème plan retiennent un maintien du niveau actuel de la production d'ici l'année 1 996. Toutefois, le plan retient l'objectif d'une production de 300 000 T en l'an 2000, avec des rendements de 30 T/ha et des exportations de 50 000 T . Cet objectif paraît optimiste, surtout si les rendements n'étaient que de 19 T/ha en 1987/91. Leur progression paraît difficile dans la conjoncture actuelle du secteur agrumicole.

La production assure, en même temps, la consommation locale et l'exportation. Il n'y a pas de production davantage orientée vers l'exportation, bien que la "maltaise" soit actuellement proportionnellement plus exportée que d'autres variétés. La politique d'exportation a été toujours basée sur un solde exportable dégagé à partir de la production effective de l'année en cours. Il n'y a aucun stockage de la production. Cette politique est ainsi sujette aux variations de la production et à la progression continue de la consommation.

Néanmoins, la production est plus importante et moins fluctuante depuis 1986. Les programmes d'irrigation par les eaux du nord ont favorisé l'amélioreration de la production, mais, depuis 1989, ils montrent leurs limites en face d'un ensemble de contraintes techniques et structurelles.

Tab.17: Evolution de la production en 1000 T

Année	production	dont "maltaise"
1981	220	64
1982	165	56
1983	138	58
1984	220	58
1985	196	62
1986	252	60
moyenne production 82/86 :		194
1987	250	59
1988	230	52
1989	260	55
1990	236	52
1991	226	52
moyenne production 87/91		240
1992	185	53

Source : annuaires statistiques, Tunis

En fait, le verger des agrumes connaît actuellement des problèmes de productivité et de qualité liés à un vieillissement et un manque d'entretien de la variété "maltaise". Les nouvelles plantations ont évolué au profit d'autres variétés d'agrumes si ce n'est pas d'autres espèces fruitières. Ce choix des agriculteurs s'appuie sur l'évolution des prix relatifs entre les variétés, qui a évolué au détriment de la "maltaise" ces dernières années. Mais il se trouve que la variété "maltaise" est de plus en plus exportée et qu'elle enregistre des résultats en amélioration. Ainsi, nous analysons séparément les réalisations des deux variétés pour expliquer la divergence de leurs évolutions.

---

[3] Estimation basée sur une consommation par tête en 1990 égale à 24.5 Kg/hab, une élasticité de consommation par rapport au revenu égale à 1 et une hypothèse de croissance du revenu par tête de 1.5% par an; la population totale en l'an 2000 étant supposée de 9.4 millions d'habitants.

A - Les "sanguines": un manque de compétitivité?

La Tunisie exporte les "sanguines" surtout pendant les périodes du 1er avril au 15 mai et du 16 octobre au 31 mars. Les exportations sont plutôt importantes au mois d'avril et durant la période d'octobre à mars.

Tab.18: Les exportations tunisiennes de "sanguines" à destination de la CE (en tonnes)

Saison d'exportation	Années d'exportation	
	1979/81	1988/90
1/30 avril	6368	4447
1/15 mai	3931	153(1)
16-10/31-3	12955	7073
Total	23254	11673

(1): quantités de 1988. En 1989 et en 1990, il n'y a pas eu d'exportation.

Source : les statistiques de l'EUROSTAT.

Les exportations sont presque exclusivement destinées au marché français, et leurs parts de marché ont évolué pendant la décennie 80 à des taux différents selon la saison d'exportation.

Tab.19: L'évolution des parts de marché des fournisseurs du marché français

Saison d'exportation	1/30 avril		1/15 mai		16/10-31/3	
Année d'exportation.	79/81	88/90	79/81	88/90	79/81	88/90
Fournisseurs:						
Tunisie	48	60	58	10	33	24
Espagne	46	25	41	43	25	16
Maroc	2	6	–	–	20	33
Autres extra	2	1	1	43	1	2
Autres intra	6	8	–	4	21	25
Total en %	100	100	100	100	100	100

Source : nos calculs

Excepté au mois d'avril, les parts de marché des "sanguines" de Tunisie, ont diminué face à ses principaux concurrents : l'Espagne et le Maroc. Cependant, l'amélioration de la part de marché de la Tunisie durant le mois d'avril cache la diminution des quantités exportées.

De même, les augmentations des parts de marché des "sanguines" du Maroc et de l'Espagne durant les autres saisons d'exportation, sont biaisées par les diminutions des importations françaises à des taux annuels de -5% à -37% entre 1979/81 et 1988/90.

Tab.20: Taux de croissance annuelle de la demande d'importation de la France, entre 1979/81 et 1988/90 (en %)

Saison d'importation	1/30 avril	1/15 mai	16 oct/ 31 mars
Fournisseurs:			
Monde	-8	-14	-4
Tunisie	-5	-37	-8

Source : nos calculs

La demande d'importation des "sanguines" a diminué dans l'ensemble du marché de la CE, bien que ce soit le premier marché mondial d'agrumes.

Tab.21: Taux de croissance annuelle de la demande d'importation de la CE par pays d'origine de 1979/81 à 1988/90 (en %)

Saison d'importation	1/30 avril	1/15 mai	16 oct/ 31 mars
Fournisseurs:			
Monde	-2.3	-11.5	-1
Tunisie	-5	-37	-8

Source : nos calculs

La situation du marché des agrumes en France reflète la tendance sur le marché européen où l'offre est désormais structurellement excédentaire à la demande. L'offre interne à la CE groupe les pays grands producteurs de la Méditerranée : l'Espagne, l'Italie, la Grèce et le Portugal. Les pays tiers fournisseurs de l'Europe sont également de grands producteurs : le Maroc, Israël, l'Egypte, Chypre et les USA. Par ailleurs, le marché français des fruits et légumes connaît les tendances lourdes de la consommation alimentaire qui vont généralement vers la régression de la part des agrumes et vers une plus grande diversification.

Pour les agrumes, bien que leur part relative ait diminué dans la consommation totale de fruits frais, une certaine substitution entre variétés a été observée, la demande est ainsi de plus en plus exigeante en qualité. Les exportations d'agrumes comprennent également la variété "maltaise" qui jouit d'une bonne image de marque en France. La "maltaise" est principalement produite pour l'exportation, et est concurrencée par d'autres variétés de consommation locale. Le marché local offre aussi aux producteurs l'avantage de leur éviter certaines opérations de conditionnement, d'emballage et même de transport. De plus, les prix sur le marché local sont élevés et,pour certaines variétés de consommation interne, plus intéressants que ceux des variétés à l'exportation.

B - La "maltaise": un atout pour la Tunisie

Les exportations sont destinées au marché français principalement durant la saison du 16 octobre au 31 mars

Tab.22: La demande d'importation de la France en "maltaises" et oranges substituables du 16 octobre au 31 mars (en tonne)

Années d'importation	1979/81	1988/90	Croissance de la demande
origine:			
Monde	292694	378507	+3.7%
Tunisie	2245	14622	+30.7%
Part de marché de la Tunisie	0.7%	3.8%	

Source : nos calculs

En dépit de leur importante progression annuelle, les quantités tunisiennes ne représentent que 4% de la demande française d'importation en 1988/90, et c'est l'Espagne qui en assure les 80%

Tab.23: Les parts de marché des fournisseurs de la France en "maltaises" et oranges substituables exportées du 16 octobre au 31 mars en %

Années d'exportation	1979/81	1988/90
Origine:		
Tunisie	1	4
Israël	3.5	1
Maroc	14.5	10
Espagne	81	80
Autres extra	—	1
Autres intra	—	4
Total	100	100

Source : nos calculs

L'Espagne, par son très grand potentiel de production, exporte près de 2 millions de tonnes d'agrumes chaque année. Sa proximité du marché français réduit ses frais de transport et lui accorde un avantage comparatif par rapport aux autres fournisseurs. Elle a préservé sa grande part de marché; sa demande en "maltaise" et oranges substituables est en progression, ce qui n'est pas le cas pour les "sanguines".

Les exportations tunisiennes sont encore faibles et elles ne vont probablement pas augmenter dans le court terme. Les problèmes actuels de productivité et de qualité que connaissent les vergers de "maltaise", ainsi que la diminution dans les disponibilités en eau, incitent à des efforts encore plus importants pour maintenir et accroître le niveau de la production. De plus, les potentialités actuelles du verger agrumicole sont surtout adaptées à la satisfaction de la demande locale. Ainsi, à défaut de mesures complémentaires, les exportations d'agrumes perdront de leur importance, bien qu'il y ait une grande appréciation de la variété "maltaise". En effet, la "maltaise" jouit d'une bonne image de marque et constitue le point fort des exportations tunisiennes d'agrumes.

Une nouvelle politique d'exportation devrait être basée sur la production de quantités plus importantes avec un contrôle rigoureux de la qualité aux différents stades de la filière. Or les tendances actuelles vont vers la diminution de la part relative des "maltaises" dans la production totale d'agrumes (cf tableau ci-dessus relatif à l'évolution de la production). De même, une meilleure préservation des fruits et une amélioration du conditionnement, pourraient contribuer à promouvoir l'image de marque de la "maltaise" et à augmenter sa compétitivité dans l'ensemble des importations françaises d'agrumes.

Les nouvelles conditions du marché européen placent les exportations tunisiennes dans un environnement économique et commercial encore plus concurrentiel et les incitent à être plus compétitives. Ceci nécessiterait l'amélioration de la rentabilité des sociétés d'exportation par une meilleure exploitation de leur potentiel de conditionnement et par la modernisation de leurs installations. En fait, les charges de conditionnement, dans les stations tunisiennes, sont considérées parmi les plus élevées du Bassin-Méditerranéen (150 Millimes/Kg), en raison de la subsistance d'un potentiel non exploité, ce qui augmente les charges fixes. La capacité de conditionnement est estimée à 120 000 T réparties en 18 stations et les quantités traitées ne sont que de l'ordre de 80 000 à 100 000 T/an (Min. Agr., DGPDIA, 1992).

De même pour la présentation des fruits, d'autres améliorations sont à effectuer. Au cours des dernières années, il y a eu introduction des caisses en carton (caisse de 15 Kg), qui ont remplacé celles en bois à environ 50 % . Mais la persistance de l'utilisation de l'emballage en bois, en plus de son prix élevé et de son manque d'attractivité, affecte la présentation du fruit. Ce type d'emballage a été déjà abandonné par les pays concurrents et remplacé par des plateaux en carton recouverts de filets.

4 - Les huiles d'olive

Les exportations tunisiennes d'huiles d'olive[4] à destination de la Communauté Economique Européenne ont toujours été importantes par leur contribution dans la formation du résultat global des exportations agro-alimentaires (cf graphique page 23). En moyenne annuelle durant la période 1979-1990, la C.E.E. a importé environ 43 000 T d'huiles d'olive originaire de Tunisie. 83% de ces importations sont absorbées par le marché italien. Le second marché des huiles tunisiennes est la France .

Tab.24: Les exportations tunisiennes par destination: moyennes des réalisations de 1979 à 1990 (en tonnes)

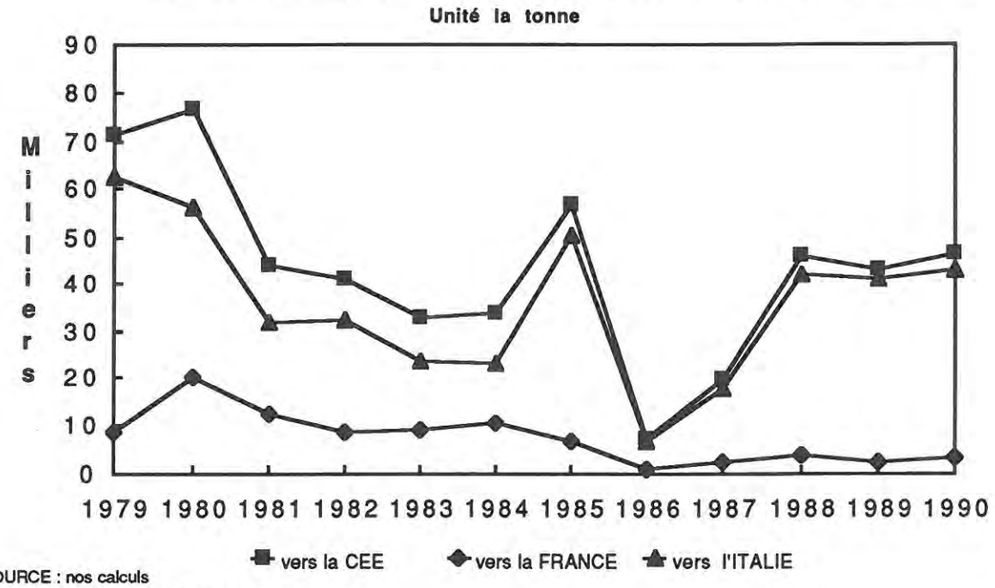
Destination	Moyenne	Ecart-type
Italie	35 900	15 744
France	7 361	5 317
C.E.E.	43 261	18 561

Source : nos calculs

[4] Essentiellement l'huile d'olive vierge n°1507.05 dans la C.T.C.I. et l'huile d'olive vierge lampante n°1507.09 dans la C.T.C.I.

Graphique 9

Les exportations tunisiennes d'huile d'olive vers la CEE



SOURCE : nos calculs
Produits n°1507./05/07/08/09/12 dans le CTCI.

Ces volumes exportés ont permis à la Tunisie une rentrée de devises estimée à environ 60 Millions d'Ecu en moyenne et par an durant les années 1979/1990.

Tab.25: Valeur des exportations tunisiennes d'huiles : moyenne annuelle en 1 000 ECU de 1979 à 1990.

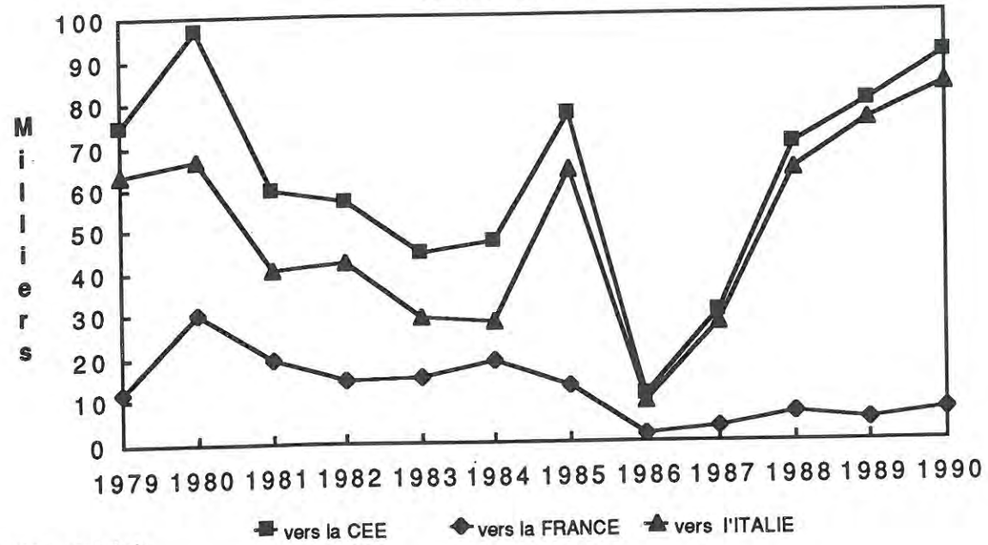
Destination	C.E.E.	France	Italie
moyenne	61 390	12 075	49 314
variation	24 151	7 912	22 079

Source : nos calculs

Graphique 10

Les exportations tunisiennes d'huile d'olive vers la CEE

Unité : 1000 Ecus



SOURCE : nos calculs
Produits n°1507./05/07/08/09/12 dans la CTCI.

Ces moyennes de la décennie 80 cachent les fluctuations annuelles des exportations ainsi que leur tendance à la baisse jusqu'en 1986 (7 339 T)[5]. A partir de 1987, les quantités exportées ont repris vers la hausse pour atteindre 46 324T en 1990 .

A - Les parts de marché : dominance des pays communautaires

La Tunisie exporte essentiellement et régulièrement de l'huile d'olive vierge[6] et de l'huile d'olive vierge lampante[7]. Nous analysons les parts de marché de chacun de ces deux produits d'abord dans le marché de la C.E.E., ensuite dans les marchés italien et français.

a - L'huile d'olive tunisienne dans le marché de la CEE :
Durant la période 1979-1990, environ le quart des huiles exportées sont de qualité vierge, le reste sont des huiles lampantes de moindre qualité.

5 Le résultat de l'année 1986 tel que relevé dans les statistiques de l'EUROSTAT est non conforme aux données de l'Office National de l'Huile (O.N.H.) de Tunis.L'O.N.H. déclare 21063 T exportées vers la C.E.E., soit environ trois fois plus que la quantité indiquée dans les statistiques de l'EUROSTAT.
Les données de l'O.N.H. semblent plus fiables surtout que la production tunisienne d'huile d'olive a atteint 105000 T durant la campagne 1985-86 .
6 n° 1507.05 dans la C.T.C.I.
7 n°1507.09 dans la C.T.C.I.,nous retenons pour la suite du texte le nom d'huile d'olive lampante

Tab.26: Les exportations d'huiles d'olive à destination de la C.E.E.(1979/1990) (Q en tonnes, V en 1 000 Ecus)

	H.O. vierge	H.O. lampante
Moyennes:		
(Q)	11 635	31 591
(V)	19 163	42 188
Ecart-type:		
(Q)	4 619	16 825
(V)	7 661	21 421

Source : nos calculs.

En face des grands producteurs mondiaux d'huile d'olive qui sont également méditerranéens et surtout communautaires (Espagne, Italie, Grèce) la position des huiles tunisiennes est en régression.

Tab.27: Les parts de marché des pays fournisseurs de la C.E.E.

	H.O. vierge		H.O. lampante	
Pays d'origine	1979/81	1988/90	1979/81	1988/90
Tunisie	29	7	50	26
Espagne	46	49	11	44
Grèce	10	30	12	10
Italie	10	7	2	2
Autres pays	5	7	25	18
Total	100%	100%	100%	100%

Source : nos calculs

Les huiles tunisiennes ont perdu leurs parts de marché durant les années 88/90 par rapport aux résultats des années 79/81 .

L'Espagne est le plus important fournisseur de la communauté avec des parts de marché de 49% et 44% en 1988/90 pour respectivement l'huile d'olive vierge et l'huile d'olive lampante. La Grèce a de son coté augmenté sa part de marché d'huile vierge à 30% en 1988/90

La Tunisie continue à exporter des quantités importantes d'huile d'olive lampante (trois-quarts des exportations), bien que l'évolution de la demande communautaire soit plus importante pour l'huile vierge.

En fait, la demande d'importation de l'huile vierge a augmenté d'environ 23% annuellement entre 1979/81 et 1988/90 alors que celle de l'huile lampante n'a progressé que de 3% par an en moyenne et pour la même période.

Tab.28: Les importations de la C.E.E.: (unité la tonne)

	H.O. vierge			H.O.lampante		
	1979/81	1988/90	Tx	1979/81	1988/90	Tx
Monde	38 868	163 220	+22.7	105 794	130 780	+3
Tunisie	11 296	11 381	+0.1	52 526	33 763	-6

Source : nos calculs

(Tx : variation annuelle en %)
Ainsi, la diminution des parts de marché des huiles tunisiennes a résulté de deux tendances différentes :
- une stagnation de quantités exportées d'huile vierge (autour de 11 000 T) alors que la demande a beaucoup augmenté (+23% par an).
- une diminution des exportations d'huile lampante (-6% par an), alors qu'il y a eu une légère augmentation dans la demande (+3% par an).

Mais l'huile tunisienne est vendue exclusivement aux deux marchés italien et français.

b - Le marché italien : premier débouché des huiles tunisiennes

La Tunisie exporte vers l'Italie, cinq fois plus d'huile lampante que d'huile vierge. En fait, la presque totalité des huiles lampantes(96%), sont destinées au marché italien.

Tab.29: Les importations de la C.E.E.: (unité la tonne)

	H.O. Vierge	H.O. lampante
Moyennes:		
Q	5 929	30 429
V	9 605	40 470
Ecart-type:		
Q	4 617	14 991
V	7 907	19 231

Source: nos calculs.

Les parts de marché de la Tunisie ont nettement diminué pour les deux produits. L'Espagne est le premier fournisseur de ce marché, elle détenait en 1988/90 les 47% du marché des huiles vierges et 48% du marché des huiles lampantes. De même, la Grèce a amélioré sa compétitivité pour l'huile vierge et a vu sa part de marché passer de 25% en 1979/81 à 42% en 88/90 .

Tab.30: Les parts de marché des pays fournisseurs de l'Italie

	H.O. vierge		H.O.lampante	
	1979/81	1988/90	1979/81	1988/90
Tunisie	15	8	54	29
Espagne	58	47	7	48
Grèce	25	42	15	11
Autres pays	2	3	24	12
Total en %	100	100	100	100

Source : nos calculs

Pour estimer l'adaptation de l'offre d'exportation des huiles tunisiennes, nous analysons l'évolution de la demande italienne. Ainsi pour les périodes 1979/81 et 1988/90, les niveaux des importations italiennes étaient les suivants:

	H.O. vierge			H.O.lampante		
	1979/81	1988/90	Tx	1979/81	1988/90	Tx
Monde	14 573	108 721	+33	88 253	115 548	+4
Tunisie	2 194	8 322	+21	47 878	33 763	-5

Source : nos calculs
Tx : taux de croissance annuelle de la demande d'importation en %

Comme pour le marché européen, le marché italien est de plus en plus demandeur d'huile d'olive vierge. Alors que la demande italienne d'huile vierge a augmenté de 33% annuellement de 1979/81 à 1988/90, les quantités tunisiennes n'ont augmenté que de 21% passant de 2 194 T à 8 322 T. Les quantités demeurent peu importantes et ne représentent que 8% du total importé par l'Italie. Pour l'huile lampante, bien que la demande ait augmenté de 4% par an, les quantités tunisiennes ont diminué d'environ 5% .

L'offre d'exportation de l'huile d'olive tunisienne ne s'est donc pas adaptée à l'évolution de la qualité de la demande d'importation du marché italien, qui toutefois absorbe 83% des quantités exportées par la Tunisie vers la C.E.E. Les raisons probables de cette situation peuvent être d'origine aussi bien tunisienne qu'italienne. L'état encore vétuste d'une partie des huileries et les conditions parfois mauvaises de stockage et/ou de récolte altéreraient la qualité des olives et font déclasser une proportion des huiles. Mais les importateurs italiens semblent préférer les huiles tunisiennes

lampantes pour les mélanger avec les leurs. En fait, aucune exigence de qualité ne s'est manifestée de la part des italiens, ce qui laisse penser que ces derniers sont satisfaits et qu'ils préfèrent importer une huile bon marché qu'ils valorisent par des mélanges et par un bon conditionnement.

L'Italie est également un grand exportateur mondial d'huile d'olive. En plus de sa propre production, qui fait partie des plus importantes en Méditerranée, après l'Espagne et la Grèce, elle importe de grandes quantités d'huiles en vrac. Ces huiles seront mélangées avec d'autres qualités ou raffinées, avant d'être conditionnées et réexportées vers des marchés européens. Les importateurs italiens bénéficient ainsi d'une grande plus-value sur leurs importations d'huile.

La prise en charge de l'opération de conditionnement par des opérateurs tunisiens, contribuerait à améliorer la rentabilité des exportations des huiles de Tunisie, si toutefois des accords de commercialisation peuvent être discutés avec les pays importateurs.

c - Le marché français

De 1979 à 1990, la France recevait en moyenne 7 361 T d'huiles d'olive tunisiennes. Cette quantité est répartie, pour les deux produits dont elle est composée, comme indiqué ci-dessous

Tab.31: Les exportations tunisiennes d'huiles d'olive vers la France
(Q en tonnes, V en 1 000 Ecus)

	H.O. vierge	H.O.lampante
Moyennes:		
Q	6 199	4 648
V	10 357	6 874
Ecart-type		
Q	3 395	5 074
V	5 404	7 315

Source : nos calculs

La Tunisie n'exporte que 17% de ses quantités d'huile vers la France.

Tab.32: Les parts de marché des pays fournisseurs de la France

	H.O. vierge		H.O.lampante	
	1979/81	1988/90	1979/81	1988/90
Tunisie	46	10	26	0
Espagne	37	58	31	10
Grèce	1	10	2	11
Italie	15	20	11	—
Autres pays	1	2	30	79
Total	100%	100%	100%	100%

Source: nos calculs

Les exportations tunisiennes d'huiles d'olive lampante à destination de la France ont assuré en moyenne un peu plus du quart de la demande extérieure de cette dernière au début de la décennie 80 (1979/81). Mais depuis, les exportations tunisiennes de ce produit vers la France se sont arrêtées. Pour ce qui concerne l'huile d'olive vierge, la part relative de la Tunisie est passée de 46% en 1979/81 à 10% en 1988/90. Actuellement, c'est l'Espagne qui est le plus important fournisseur des Français en ce produit. Elle détenait en 1988/90 58% du marché contre seulement 37% en 1979/81.

Pour estimer le degré d'adaptation de l'offre tunisienne d'exportation, nous étudierons l'évolution de la demande d'importation en France, pour les deux produits considérés:

Tab.33: Les importations françaises d'huiles d'olive
(unité la tonne)

	H.O. vierge			H.O.lampante		
	1979/81	1988/90	Tx	1979/81	1988/90	Tx
Monde	19 933	29 691	+6	17 496	-**--	–
Tunisie	9 100	3 059	-14	4 647	0	-100

Source : nos calculs
Tx : taux annuel de croissance des importations en %
**: valeur faible

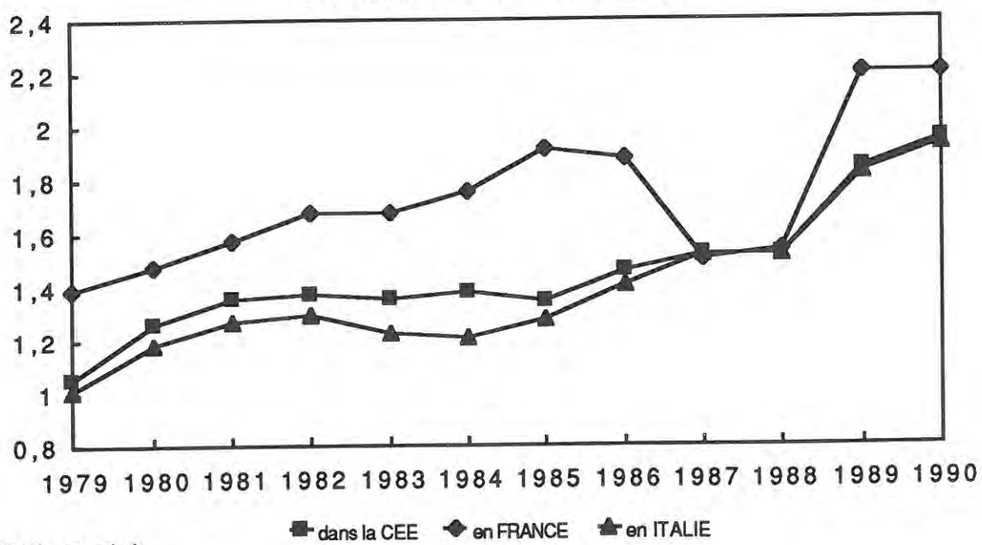
L'évolution de la demande d'importation de la France en huile vierge est la plus faible dans les trois marchés analysés. Elle se situe autour de +6% annuellement. Les exportations tunisiennes ont néanmoins diminué de 14% par an.

Ainsi, l'huile tunisienne a perdu de son importance sur le marché français. Ce dernier importe surtout les huiles vierges espagnoles, grecques et italiennes et les huiles lampantes grecques et espagnoles. De ce fait, il apparaît que les huiles tunisiennes exportées vers la C.E.E., sont de plus en plus concentrées sur le marché italien, bien que les prix sur ce dernier soient inférieurs à ceux du marché français

Graphique 11

Les exportations tunisiennes d'huile d'olive vers la CEE

Prix unitaire de la tonne en 1000 Ecus



SOURCE : nos calculs
Produits n°1507./05/07/08/09/12 dans la CTCI.

A ce niveau de l'analyse, il faudrait se demander les causes qui ont été à l'origine de ce manque de compétitivité des huiles d'olive de Tunisie. S'agit-il de causes internes liées aux conditions du secteur oléicole tunisien? ou serait-ce l'impact de l'environnement international et des conditions de la CEE pour l'écoulement des huiles sur son marché?.

B - Les huiles de Tunisie: pour une meilleure qualité

Les huiles lampantes de qualité moindre que les huiles vierges proviennent toutefois de la même olive. La différence de qualité apparaît dans la trituration, selon le processus d'extraction de l'huile. La qualité de l'huile dépend également des opérations de récolte et de stockage qui précèdent

l'extraction. Si l'olive est bien stockée pendant une période non prolongée, elle conserve sa structure et ne se fermente pas; ainsi, elle donnerait une huile de bonne qualité. L'amélioration de la qualité des huiles dépend du procédé technique de trituration et de la qualité du stockage des olives qui dépendent du matériel utilisé. Ainsi, de plus en plus, des efforts de modernisation des huileries sont entrepris pour améliorer la qualité des huiles mais beaucoup reste à faire. En fait, la proportion des huiles de qualité dans la collecte de l'Office National des Huiles (O.N.H.), qui détient le monopole d'exportation, a diminué entre 1982 et 1985.

Année	Production en 1 000 T	Collecte de l'O.N.H.	dont huiles de qualité en %
1982	80	56	43
1983	55	23	35
1984	150	113.5	30
1985	105	56.5	25

Source : in *Afrique agriculture*, n°135, novembre 1986, p.16.

De plus, les exportations sont de plus en plus concentrées sur le marché italien alors que la rémunération à la tonne est plus importante sur le marché français.

Ainsi, il y a eu en plus de la diminution des quantités exportées, une inadaptation au changement dans la qualité de la demande, entrainant.une diminution de la part de marché des huiles de Tunisie dans la demande d'importation de la C.E.E. et même en Italie.

Les principaux concurrents de la Tunisie sont l'Espagne et la Grèce, l'Italie s'ajoutant aux deux premiers sur le marché français. Ce manque de compétitivité des exportations tunisiennes est dû non seuelement à des conditions internes défavorables du secteur oléicole, mais aussi à des conditions difficiles sur le marché, pour l'importation dans la C.E.E. à douze.

C - Un marché des huiles saturé dans la C.E.E.

Le marché des huiles est fortement réglementé et bien protégé. Il y a garantie des prix à la production et à la consommation, (NAJAAR F.,1984) et le régime des échanges avec les pays tiers fournisseurs est tel que le prix seuil, les prélèvements et les cautions déposées par les importateurs sont autant d'éléments de régulation et de limitation des importations.

L'huile d'olive tunisienne qui arrive à 10 FF le Kg au port de Marseille est frappée d'un prélèvement de 7 à 8 FF le Kg. Le prix du Kg d'huile d'olive vierge extra est alors à 23 FF le Kg à la consommation compte tenu d'autres frais. Le producteur tunisien se trouve pénalisé par ses prélèvements, alors que le coût de sa production augmente (la charge de la main-d'oeuvre est de plus en plus grande), son prix de vente diminue en terme relatif.

De plus, la situation sur le marché communautaire évolue vers la diminution de la demande d'importation. Selon les prévisions des services de Bruxelles (NAJAAR F, 1984), le degré d'auto-approvisionnement de la C.E.E. à 12 sera compris entre 106 et 122, suivant le rapport des prix de l'huile d'olive et des huiles de graines. L'entrée dans la CEE de l'Espagne du Portugal et de la Grèce, grands producteurs d'huiles a renversé la situation du marché qui est devenu largement excédentaire.La consommation de la C.E.E. à 12 est estimée à 1 296 000 T d'huiles d'olive et l'excédent minimum serait de 78 000 T en 1996. Cet excédent sera exporté et bénéficiera d'importantes subventions. En effet, les exportations communautaires sont fortement subventionnées[8] et viennent, de ce fait, concurrencer tout programme d'exportation hors C.E.E.

Par ailleurs, l'adoption par la C.E.E. de normes plus restrictives pour la qualité de l'huile d'olive, engendre de sérieuses difficultés pour l'écoulement des huiles tunisiennes, non seulement sur le marché communautaire, mais également sur les autres marchés, compte tenu de l'importance de la C.E.E. dans le marché mondial des huiles d'olives et de son pouvoir dans la fixation des standards internationaux. Ces nouvelles normes seraient nettement différentes de celles fixées par le Conseil

---

8 en 1990, l'aide de la C.E.E. à l'exportation se situait à plus de 1,200 DT (environ 8 FF) le litre selon la DGPDIA, Tunis

Oléicole International et le Codex Alimentarus, elles ne prennent pas en considération la variation naturelle de la composition de l'huile d'olive d'un pays à l'autre.

Mais les exportations tunisiennes d'huile d'olive dépendent également des réglementations des échanges et des conditions internes du secteur oléicole.

D - La réglementation des exportations tunisiennes d'huile d'olive vers la CEE

Les exportations tunisiennes vers la CEE sont régies depuis 1987/1988 par les dispositions du protocole additionnel de 1987, qui stipule que la Tunisie peut exporter jusqu'au 31 décembre 1990 sur la CEE 46 000 tonnes à droit nul, avec toutefois un prélèvement égal à la différence entre le prix seuil (fixé par la CEE) et le prix franco-frontière (qui tient compte du prix garanti par la Tunisie à ses producteurs et des frais nécessaires pour acheminer l'huile au stade CIF au lieu de passage de la frontière de la CEE). Ce prélèvement est fixé annuellement en fonction des conditions du marché oléicole communautaire : pour la campagne 1990/1991, il était égal à 7.05 Ecus/100Kg, soit 0.081 D/Kg (statistiques de la DGPDIA, Tunis).

Ce régime, qui devait arriver à terme le 31 décembre 1990, a été prorogé pour trois années (jusqu'au 31 décembre 1993). Cette reconduction, au lieu du passage à un régime définitif tel que prévu par la CEE en 1986, est la conséquence du retard enregistré par la communauté dans le réexamen et la définition de sa nouvelle politique commune sur les matières grasses.

a - L'impact de la réglementations sur la politique oléicole tunisienne

Parallèlement à la prorogation de ce régime, la Tunisie s'est engagée à la mise en oeuvre des mesures suivantes :

- l'instauration d'un rapport de prix favorable à la consommation d'huile d'olive par rapport aux huiles de graines. Cette mesure est mise en oeuvre par l'élimination progressive de la compensation pour les huiles de graines. Par ailleurs, la procédure d'augmentation progressive de la part de l'huile d'olive dans les mélanges a été délaissée depuis le 1er novembre 1989, conformément aux mesures convenues avec la Banque Mondiale dans le cadre du Programme d'Ajustement Structurel Agricole (PASA), en vue d'alléger les charges de la Caisse Générale de Compensation (CGC).
- le développement des exportations d'huile d'olive sur le marché extra-communautaire. Ainsi la Tunisie intensifie ses efforts pour diminuer sa dépendance vis à vis du marché européen et encourage les privés à exporter surtout vers de nouveaux marchés.

E - La filière huiles en Tunisie : contraintes et perspectives

a - La production d'huile d'olive (Délégation C.E.E., 1989)

Elle est très fluctuante d'une année à l'autre. La production annuelle des années 80 était de 100000 T alors qu'elle atteignait les 120 000 T pour les années 70. , (Min. Agr., Institut de l'olivier, 1986).

Cette diminution résulte de divers facteurs : techniques de production, structure du verger, politique des prix du secteur (ONG, 1990). Mais l'oléiculture est une activité très importante pour la Tunisie, elle occupe le huitième de la population tunisienne et joue un rôle social et écologique important (Séminaire international sur l'économie de l'olivier, Tunis, 20-22/1/1987).

b - La consommation

Elle repose sur les importations des huiles de graines. En 1989, la consommation par habitant s'élevait à 20 Kg, composés par 15 Kg d'huiles de graines et le reste d'huiles d'olive. Ce système de substitution de la consommation des huiles d'olives par les huiles de graines importées a permis de dégager les quantités exportées. Ainsi, la moyenne de consommation des huiles d'olive s'établissait à 40 000 T pour un niveau d'importation des huiles de graines de 118 000 T en 1989. Cette substitution dans la consommation des ménages tunisiens résulte d'un rapport de prix des huiles d'olives - huiles de graines de 4 à 1.

c - La commercialisation

Elle connaît deux destinations : le marché local et l'exportation. Le marché local est alimenté par les stocks familiaux, les conditionneurs ou conserveurs et les ventes de l'O.N.H. La seconde destination de l'huile d'olive est l'exportation dont l'O.N.H. détient le monopole. Cette activité fait face à diverses défaillances de l'environnement économique local.

L'infrastructure portuaire est insuffisante et encombrante, ce qui augmente les coûts de manutention. Le transport de l'huile est effectué en vrac et à coût élevé, et la conteneurisation adoptée à l'échelle internationale est encore réduite en Tunisie. L'emballage utilisé est de mauvaise qualité, celui à base de verre allégé, bien qu'il soit imposé par certains pays, est absent en Tunisie.

d - La politique oléicole

De récentes mesures ont été adoptées pour instaurer un environnement économique favorable à l'expansion des exportations. Il s'agit d'améliorer la production (TUNISIE, O.N.H., 1986) par la régénération de l'ancienne oliveraie, par l'amélioration des conditions d'octroi des crédits et par l'alignement des prix à la qualité de la demande. D'autres mesures concernent la modernisation des moyens de transformation afin d'améliorer la qualité des huiles. Pour valoriser l'huile, on recherche un meilleur conditionnement par une meilleure qualité du verre utilisé. De même, on cherche à établir un rapport de prix huile d'olive/ huile de graine moins dissuasif à la consommation de l'huile d'olive. En outre, l'amélioration de l'infrastructure portuaire serait en mesure de facilité les expéditions. Enfin, il s'agit de prospecter de nouveaux marchés nord-européens et arabes où l'huile d'olive vierge de Tunisie, produit biologique haut de gamme, sera payée chère avec un bon conditionnement et une maîtrise des réseaux de distribution.

La réalisation de tels objectifs nécessitera des actions à long terme. La restructuration du secteur et sa libéralisation devront être très prudentes. Face à un marché mondial d'huile d'olive détenu par de grandes multinationales, l'exportateur privé "type tunisien", avec de très faibles moyens financiers, sera-t'il compétitif? Saura-t'il respecter la qualité et l'emballage exigés? Pourra-t-'il promouvoir ses ventes? Ne serait ce pas mieux de développer des accords de coopération avec des filiales de grandes multinationales ayant déjà une expérience dans l'exportation des huiles d'olive?

5 - Les poissons et produits de la mer

Ces exportations comprennent les poissons, les crustacés (écrevisses, crevettes, langoustes et autres) et les mollusques et coquillages (huîtres, moules, seiches, poulpes, pieuvres...). Ces produits sont principalement exportés sous une ou plusieurs des formes suivantes : fraîche, réfrigérée, congelée, séchée ou salée. Dans une première étape de cette analyse, nous avons observé chacun des produits exportés mais l'irrégularité des exportations, dont les quantités peuvent être négligeables durant quelques années, nous a amené à les regrouper. Ainsi, nous présentons pour la suite de ce chapitre:

1- l'évolution de la structure des exportations et leurs concentrations par pays importateur.
2- les parts de marché des principaux produits et groupes de produits sur leurs marchés les plus importants, ainsi que l'évolution comparée de leurs réalisations par rapport à celles des pays concurrents.

A - Des exportations soutenues et en progression continue.

Les exportations tunisiennes de poissons et produits de la mer ont augmenté durant la période 1979/1990 à un taux annuel de 17%.

Tab.34: La moyenne des exportations par destination de 1979 à 1990
(quantités en tonnes, valeurs en Ecus)

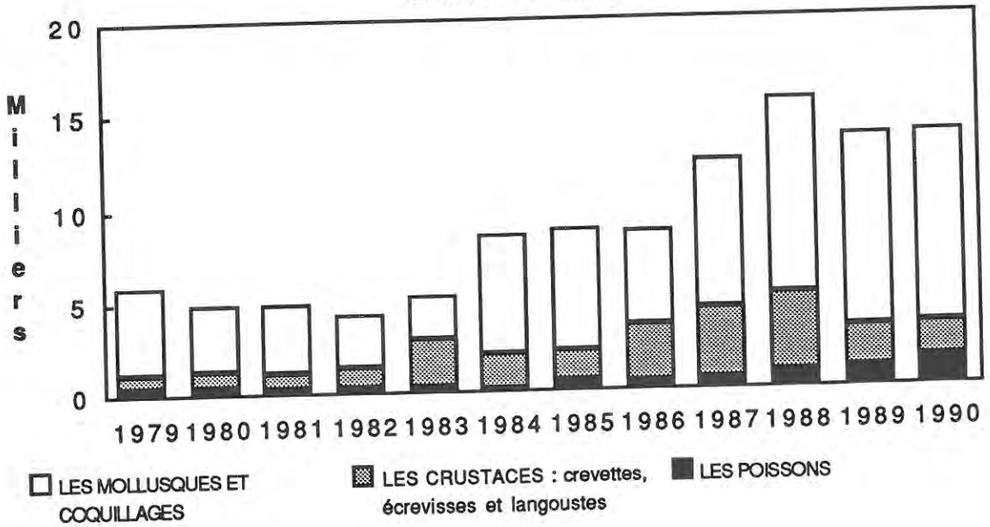
Destination	C.E.E.	Italie	France
moyennes:			
quantités	8 829	5 349	1 713
valeurs	42 913	23 793	8 662
écart-type:			
quantités	3 834	2 654	534
valeurs	25 464	15 562	4 358
taux de croissance annuelle:			
quantités	+8%	+8%	-7%
valeurs	+17%	+16%	+6.5%

Source : nos calculs

Graphique 12

Les exportations tunisiennes de produits de la mer vers la CEE:

Quantités en tonnes

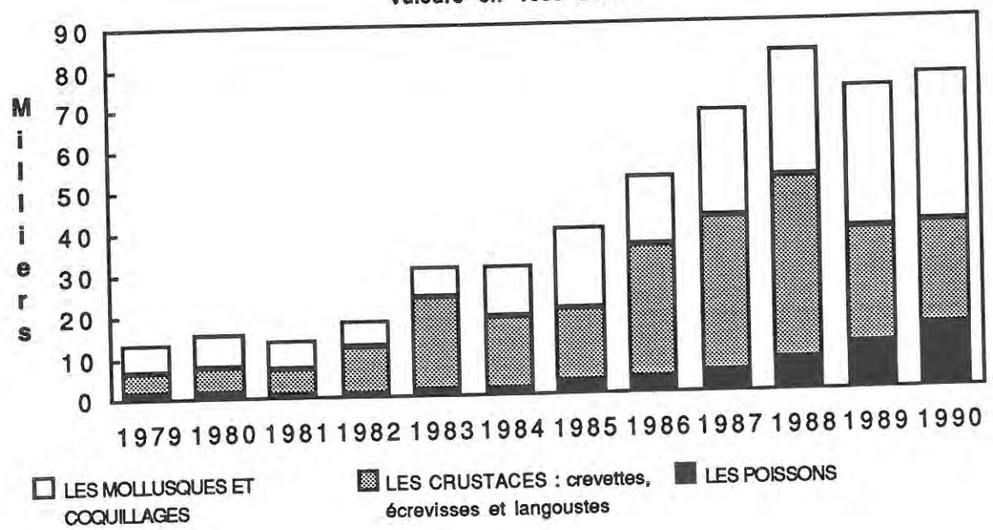


SOURCE : nos calculs

Graphique 13

Les exportations tunisiennes de produits de la mer vers la CEE:

Valeurs en 1000 Ecus



SOURCE : nos calculs

Toutefois, cette évolution n'a pas été régulière pendant la période considérée. Jusqu'en 1983, il y a eu tendance à la stagnation des exportations qui étaient autour de 5000 T . De 1984 à 1986, les exportations ont atteint les environs de 8 500 T et ont peu varié. Après 1987, les quantités ont dépassé les 12 000 T, mais ont eu tendance à stagner.

Les quantités exportées ont cependant augmenté à un taux plus élevé que celui de la production et ceci grâce à des programmes nationaux de promotion du secteur de la pêche et de ses exportations. En effet, l'Etat n'a donné une importance réelle au secteur de la pêche qu'à partir du VIème plan quinquennal (1982/1986) où apparaissent pour la première fois des mesures spécifiques pour augmenter la production annuelle, pour promouvoir les exportations, pour augmenter l'investissement et pour améliorer la flotte, la transformation et l'infrastructure de pêche.

Dans le VII ème plan (1987/1991), le gouvernement s'est fixé des buts élevés pour l'expansion des exportations. Le dernier plan de développement économique et social (1992/1996) insistait sur l'expansion du secteur aquacole pour l'exportation et sur l'exploitation des ressources du nord qui étaient encore en sous-utilisation. Les diverses mesures mises en oeuvre ont contribué à améliorer la production et se sont continuellement adaptées aux limites et contraintes rencontrées. L'exportation a doublement bénéficié de la progression de la production en augmentant les parts relatives de son prélèvement.

Tab.35: L'évolution de la production et de l'exportation
les quantités en 1 000 tonnes

Année	Production (1)	Exportations (2)	(2)/(1) en %
1980		4.9	
1981		4.8	
1982	63	4.3	7
1983	67	5.2	7.7
1984	75	8.5	11
1985	89	8.7	9.7
1986	93	8.6	9
1987	99	12.3	12
1988	103	15.6	15
1989	95	13.5	14
1990	88	13.6	15.5

Source : le budget économique de 1991 et annuaires des statistiques agricoles

Ainsi, l'augmentation de la production s'est accompagnée par la progression de la part des exportations qui a doublé depuis le début de la décennie, où elle était de 7%, pour atteindre les 15% dans les années 90.

Cette expansion des quantités exportées a été encouragée par des prix élevés sur les marchés extérieurs. En fait, le taux de croissance annuelle des recettes a été de 17% durant les années 80 alors que les quantités n'ont progressé qu'à un taux annuel de 8% . L'amélioration de la production résulte entre autres de l'augmentation de la flotte de pêcherie de 87% entre 1981 et 1990

Tab.36: La flotte tunisienne de pêcherie par type de bateau 1981/1990

Type de bateau	nombre de bateaux		augmentation en %
	1981	1990	de 1981 à 1990
chalutiers	202	396	96
thoniers	22	45	104.5
sardiniers	192	308	60
barques côtières	6 200	11 606	87
Total	6 616	12 355	87

Source : budget économique 1991

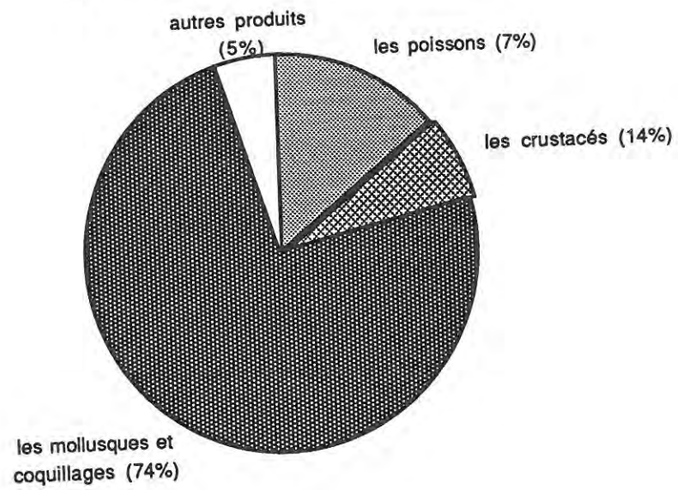
Le doublement de la flotte s'est accompagné par une surexploitation des poissons blancs, des céphalopodes et surtout des crevettes. Le taux d'exploitation, estimé pour ces dernières années par l'INSTOP, est de 105 % . Cette surexploitation a entraîné une baisse de la production à partir de 1988.

B - Une spécialisation dans les mollusques et coquillages

Nous avons groupé les exportations de la Tunisie en trois groupes : les poissons, les crustacés et les mollusques et coquillages. L'analyse de la structure révèle que les exportations sont à dominante de mollusques et coquillages. Les crustacés ont enregistré les recettes les plus importantes avec toutefois des quantités qui ont fluctué d'une année à l'autre.

Graphique 14

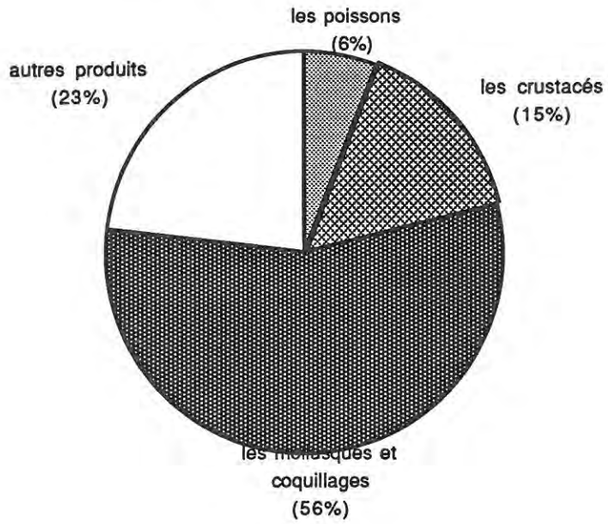
La structure des exportations de produits de la mer en 1979/1981 :
en pourcentage des quantités



SOURCE : nos calculs

Graphique 15

La structure des exportations de produits de la mer en 1988/1990
en pourcentage des quantités



SOURCE : nos calculs

Il y a eu progression continue dans les résultats des mollusques, coquillages et poissons. Les crustacés ont enregistré des résultats qui étaient en progression jusqu'en 1988, mais qui ont régressé par la suite.

En fait, les exportations de crustacés sont essentiellement constituées de crevettes dont la production a beaucoup baissé ces dernières années. Ainsi, dans la région de Gabès classée, parmi les plus productrices en Tunisie, la production qui était de 1 200 T en 1983, ne représentait plus que 216 T en 1988 et 143 T en 1989. L'ensemble des exportations destinées à la C.E.E. est concentré sur quelques pays.

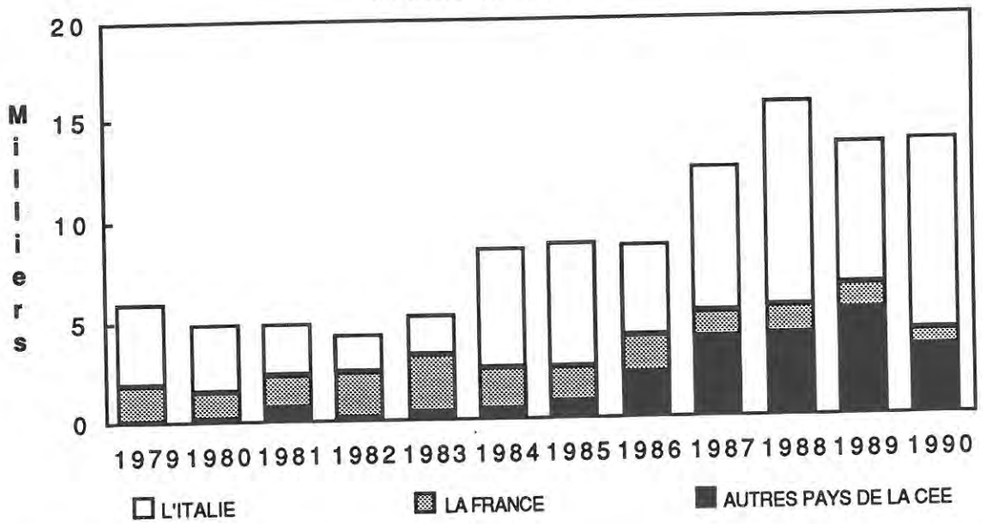
C - Vers une plus grande diversification des débouchés

Le marché italien est le premier client pour les produits de la mer de Tunisie. Le second plus important marché à l'exportation est la France. En outre, depuis 1986, l'Espagne se classe en troisième position, en tant que marché potentiel pour les produits tunisiens et reçoit des quantités en progression.

Graphique 16

Les exportations tunisiennes de produits de la mer vers la CEE:

Quantités en tonnes



SOURCE : nos calculs

Dans la suite de cette partie, nous nous intéresserons à l'analyse de la compétitivité des produits tunisiens et à l'estimation de leur adaptation à la demande d'importation des principaux pays clients.

D - De faibles parts de marché

Tab.37: Les exportations tunisiennes destinées au marché de la C.E.E.

Période		Poissons	Crustacés	Mollusques et coquillages	Total
79/81	Q	383	776	4 048	5 472
	V	1 243	5 657	7 111	14 012
88/90	Q	1 152	2 777	10 306	18 437
	V	10 997	32 594	38 859	77 450
Tx	Q	+17	+20	+14	+19
	V	+36	+28	+25	+27

Tx : taux annuel de croissance des exportations en %

- Les poissons : ce sont principalement des anguilles ou des dorades, mais les quantités sont faibles par rapport à la demande de la C.E.E. qui a beaucoup augmenté le long des années 80 (15% par an pour les anguilles). Les quantités exportées n'ont représenté que 0.2 à 2% de la demande d'importation de la C.E.E. et les résultats de la Tunisie sont peu significatifs par rapport aux concurrents.

- Les crustacés : ce sont principalement des crevettes. En 1979/81, la Tunisie a exporté 770 T/an de crevettes (99% des quantités de crustacés) pour une part de marché de 1%. En 1988/90, les quantités ont atteint les 2 107 T/an pour une part de marché de 1.6%. La demande de la C.E.E. est cependant importante et a plus que doublé de 1979/81 à 1988/90. Elle est passée de 50 896 T à 108 963 T, de plus les importations d'origine extra C.E.E. sont passées de 65% du niveau de la demande totale en 1979/81 à 85% en 1988/90.

- Les mollusques et coquillages : ce sont des seiches, des poulpes, des pieuvres, des huîtres, des moules et des escargots. En 1979/81, les exportations tunisiennes représentaient 4.3% des importations de la CEE qui étaient à 75% d'origine externe En 1988/90, à part les seiches qui ont représenté 5% de part de marché pour 2 940 T exportées par an, les exportations étaient peu importantes et irrégulières.

a - la situation sur le marché italien

L'Italie est le premier client des produits de la pêche tunisienne. En 1979/81, ce pays a reçu la majorité des exportations, dont les plus importantes sont :
- la totalité des quantités d'anguilles (232 T/an) avec une part de marché de 8%
- 80% des quantités de crevettes, soit 618 T/an avec 11% de part de marché.

Tab.38: Les importations italiennes d'origine tunisienne, en 1988/1990

Période		anguilles	crevettes	seiches
79/81	Q	232	618	
	P	8%	11%	
88/90	Q	401	708	1 701
	P	5.5%	5%	6.5%

P: part de marché en % du total importé
Q: quantités importées en tonnes

b - la situation sur les autres marchés

Le marché français importe des produits tunisiens en faibles quantités qui varient entre 80 et 300 T/an. Les seules importations tunisiennes qui ont une part de marché supérieure à 1% sont les mollusques et coquillages. Un nouveau marché européen s'est ouvert aux importations tunisiennes vers la fin de la décennie 80. Il s'agit de l'Espagne, qui, en 1988/90, a essentiellement importé des crustacés et des mollusques de Tunisie.

Tab.39: Les importations espagnoles d'origine tunisienne:

Variété	Q.	P.
crustacés	227	32
seiches	1107	4
mollusques	729	2.5

Q : quantités en tonnes
P : part de marché en %

Bien que les exportations tunisiennes aient sensiblement augmenté durant la décennie 80, et que les quantités exportées aient représenté une part croissante de la production, jusqu'à 15% durant les dernières années, l'offre d'exportation est encore très faible par rapport au niveau de la demande d'importation de la C.E.E.

Les principaux débouchés sont encore une fois la France et l'Italie. L'Espagne a toutefois importé des quantités croissantes vers la fin des années 80. Bien que les produits tunisiens soient compétitifs, grâce à leur bonne qualité et à leur fraîcheur, leurs parts de marché sont encore très faibles dans l'ensemble des importations des différents débouchés. Les produits tunisiens sont toutefois à faible valeur ajoutée et leurs prix sont formés à 80% par le prix du poisson.

Tab.40: Structure des prix des poissons tunisiens

Facteurs de coûts	Poisson frais	Poisson congelé
coût du poisson	75%	79%
coût de la main d'oeuvre	3%	6%
coûts fixes	10%	9.5%
conditionnement	5%	3.5%
frets	5%	2%
total	100%	100%

Source : Meddeb S., (Université de Tunis III, I.S.G. de Tunis, 1990), pp 83-84

Le prix du poisson varie beaucoup d'une journée à l'autre et d'une région à une autre (enquêtes auprès des responsables de l'Office de pêche de Tunisie), et dépend fortement du niveau de la demande. L'économie de la pêche en Tunisie est plutôt celle d'une économie de pénurie pour les produits à l'exportation. A ceci s'ajoute une mauvaise utilisation des unités de conditionnement dont la majorité opèrent en dessous de leur capacité de production, à cause des fluctuations saisonnières et de l'insuffisance des installations de stockage à froid. Ce manque de performance est traduit dans la structure des coûts par une part élevée des coûts fixes.

Les orientations de la politique tunisienne vers l'augmentation de la production par le développement du secteur aquacole et vers l'amélioration de l'infrastructure portuaire ainsi que l'augmentation de la flotte de pêcherie, sont indispensables pour promouvoir les exportations des produits de la mer. La demande européenne est importante et la concurrence est vive mais l'appréciation du produit tunisien dont la qualité est satisfaisante présente un atout pour les exportations. Toutefois, il faudrait penser à la concurrence du marché intérieur dont la demande ne cesse d'augmenter.

6 - Les exportations en régression

D'autres exportations tunisiennes ont enregistré durant les années 1980, des résultats en régression continue. Ces exportations ont toutefois porté sur des produits dont la demande d'importation demeure importante à l'intérieur du marché commun. La régression de ces exportations est due, selon le produit, à des causes internes liées aux conditions de l'environnement économique local tunisien ou bien à des conditions externes liées à la situation du marché communautaire et à ses évolutions continues, en matière de réglementation et de politique commerciale étrangère. Ainsi, nous présentons quelques produits qui faisaient partie de l'offre tunisienne d'exportation essentiellement au début des années 1980.

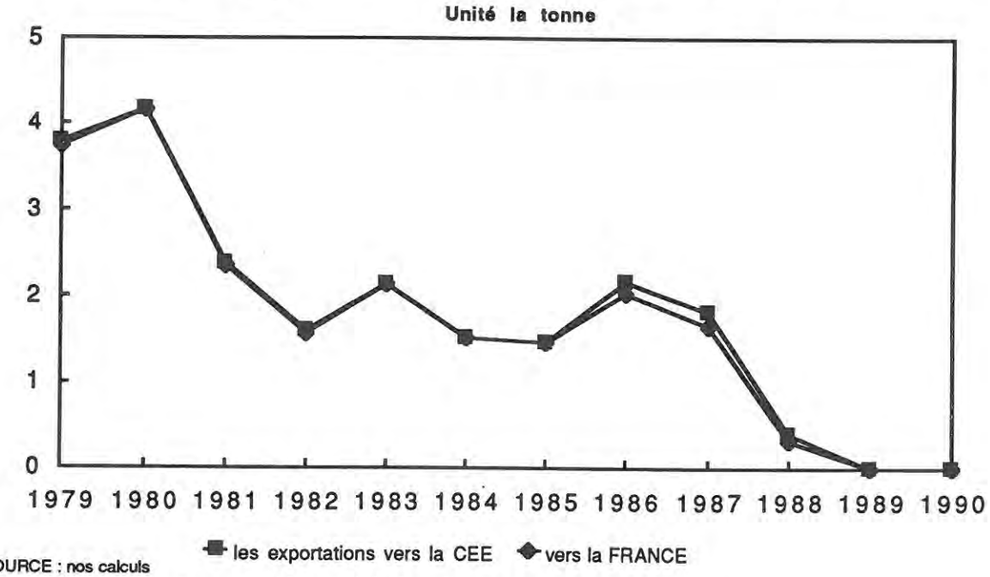
A - Les fruits frais autres que les agrumes

Ces fruits sont constitués d'amendes amères et douces, d'abricots et de prunes. La Tunisie en a exporté une moyenne de 1 780T/an avec une variation annuelle de 1 255T . Ces moyennes cachent toutefois la tendance à la régression des exportations. En effet, les exportations qui étaient de 3 446T/an durant les années 1979-81 ont diminué de 37% annuellement[9] pour atteindre 133T/an durant les années 1988-90.

[9] Le taux de croissance annuel (t) a été calculé selon la formule:
t= ((Q2/Q1)^(-n)-1)*100 où:
Q2: la moyenne exportée en 1988-90
Q1: la moyenne exportée en 1979-81
n : le nombre d'années séparant les deux périodes, ici 7 ans

Graphique 17

Les exportations tunisiennes de fruits vers la CEE



SOURCE : nos calculs
les fruits frais autres qu'agrumes : 0805.11,0805.19,0807.10,0807.75 (CTCI)

Ces résultats sont fortement déterminés par la demande locale. Les quantités exportées ont diminué alors que les prix ont progressivement augmenté sur le marché local, de telle façon qu'il est devenu plus avantageux de les vendre en Tunisie.

Par exemple, pour l'amende douce décortiquée, le prix sur le marché tunisien était de 4.500DT/kg en 1990 soit 30FF/kg (FOB)[10], alors qu'en janvier 1991 le prix du même produit en provenance des U.S.A. (de meilleure qualité et d'un plus gros calibre) est de 19FF/kg sur le marché français. En 1991 également, l'amende douce en coque a été vendue à 12 FF/kg pour la variété tunisienne ZAHAF, à 7FF/kg pour la variété américaine PYRLESS et de 9 à 10FF/kg pour la variété espagnole MOLARS.

B - Les épices

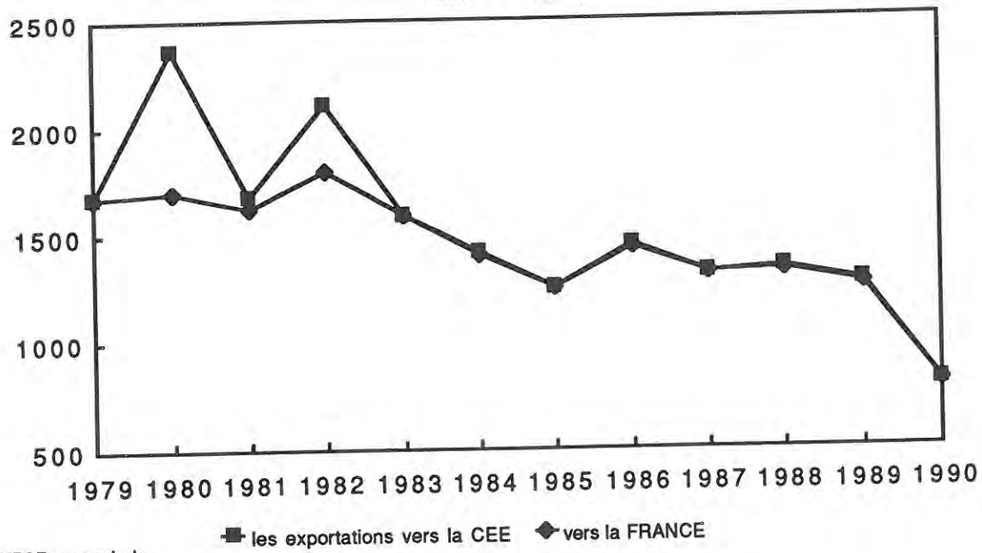
Les exportations tunisiennes ont concerné les piments, le poivre, les graines d'anis, de coriandre et de funegrec, le curcuma ainsi que des mélanges. La moyenne des exportations a atteint 1 521T/an, dans les années 80, avec une variation de 393T . C'est le marché français qui a été le plus important, achetant toutes les quantités depuis 1983. Ces exportations ont diminué de 7% par an, entre 1979-81 et 1988-90 .

[10] Données du représentant du Groupement Inter-professionnel des Agrumes et des Fruits (G.I.A.F.) à Marseille

Graphique 18

Les exportations tunisiennes d'épices vers la CEE:

Unité la tonne



SOURCE : nos calculs

les épices : 0904.19, 0904.60, 0904.70, 0909.11, 0909.17, 0910.60, 0910.78, 0910.91 (CTCI)

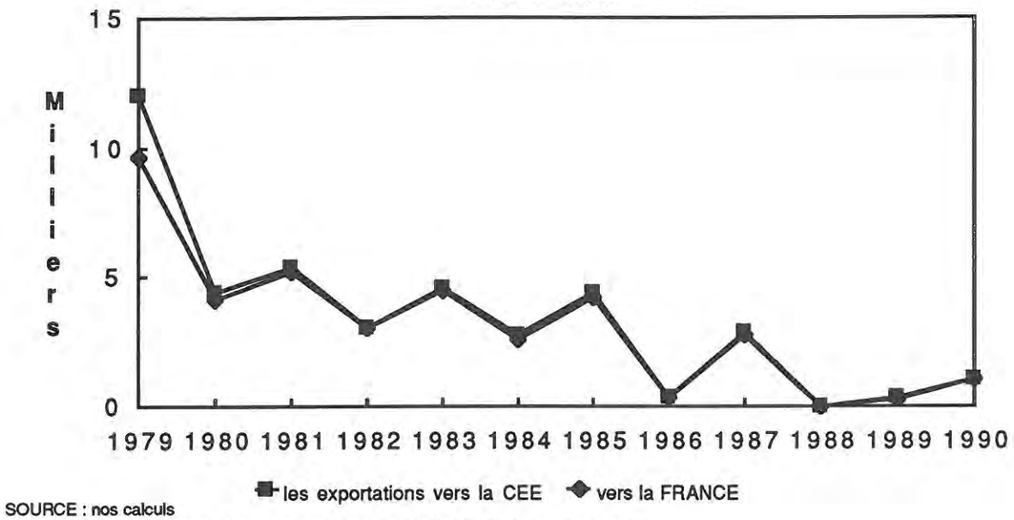
C - Les conserves de fruits et légumes

Il s'agit principalement pour les légumes, de la tomate et des sauces. Les conserves de fruits sont à base d'abricot, de pêche, de prune, de poire, de mélanges, d'olives et de câpres. En moyenne annuelle, la C.E.E. a importé en provenance de la Tunisie 3 418T de ces conserves. Le marché français a absorbé en moyenne 3 139T/an. Les exportations de conserves n'ont pas cessé de régresser depuis 1979 pour atteindre de très faibles quantités en 1990. Pendant la période 1979-81, les exportations ont atteint 7 254T/an mais ont diminué de 33% par an pour atteindre 454T par an durant la période 1988-1990.

Graphique 19

Les exportations tunisiennes de conserves de fruits et légumes vers la CEE :

Unité la tonne



SOURCE : nos calculs

Les conserves de fruits et légumes : n°2002.30 à 2104.90 (CTCI), (19 produits)

Cependant, le secteur des conserves alimentaires a considérablement progressé en Tunisie. Ainsi la production a atteint, en 1990, 128 727T contre seulement 76 630T en 1984[11], soit une évolution annuelle de 9% .

a - La production de conserves de tomate:

Ces conserves sont les plus importantes dans la production totale tunisienne. En 1990, la production de concentré de tomate était de 70 000T pour une transformation de 400 000T de tomates fraîches, alors qu'en 1981 les quantités n'ont pas dépassé les 225 000T de tomates fraîches et les 41 000T de concentré. Durant la période 1987-90, la production cumulée de concentré a atteint les environ de 244000T.

b - Les exportations de conserves:

Ces exportations ont augmenté depuis 1981 où elles n'étaient que de 10 000T pour atteindre les 19 746T en 1990. Toutefois, cette augmentation n'a pas été régulière. En 1987 et 1988, on a simultanément exporté 26 343T et 30 812T alors qu'en 1989, les exportations n'étaient que de 6000T. Ceci était dû aux fluctuations de la production de tomates fraîches.

La part des pays arabes, dans les exportations tunisiennes de conserves, était faible jusqu'au début des années 80 puisqu'elle n'excédait pas les 3.4 % du total exporté en 1981 . Mais en 1984 cette part a augmenté pour atteindre 5 776T soit 28 % du total exporté. Ce sont les conserves de tomates qui occupent la première place dans ces exportations. Les difficultés d'exporter vers le marché commun ont probablement provoqué l'orientation des exportations vers les pays arabes et ceci depuis 1984. En fait, les conserves tunisiennes de tomates sont soumises à un quota annuel de 1800T qui est de plus soumis à une taxe de 12.6% .

11 Données du Groupement des Industries de Conserves Alimentaires (G.I.C.A.)

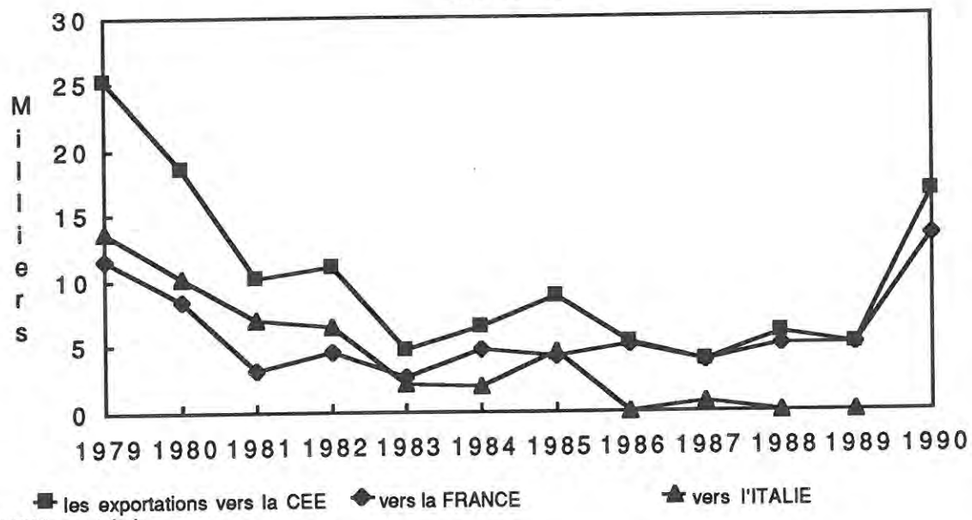
D - Les légumes frais

La gamme des légumes exportés entre 1979 et 1990 était variée, [12] mais les quantités étaient très faibles. La moyenne annuelle de l'ensemble des exportations réalisées de 1979 à 1990 était de 10 161 T pour la C.E.E., 5 873 T pour la France et 4 215 T pour l'Italie. Ces exportations fortement concentrées sur les deux marchés français et italien, se caractérisaient en plus de leur variation annuelle qui marque leur instabilité, par une diminution régulière dans leurs quantités. En 1979/81, les exportations annuelles moyennes étaient de 18 017 T. Ces quantités ont diminué au rythme annuel de 9%, elles n'étaient plus que 9 262 T/an en 1988/90.

Graphique 20

Les exportations tunisiennes de légumes frais vers la CEE :

Unité la tonne



SOURCE : nos calculs
Les légumes frais : de 0701.13 à 0705.93 (CTCI), (24 produits)

Les principales exportations sont la pomme de terre et la tomate. Mais la tomate se fait de plus en plus rare et la gamme des légumes est de plus en plus limitée à la pomme de terre, (HASSAINYA J., 1991). De plus, les variétés les plus demandées en Europe : Nicola pour la pomme de terre et Long-life pour la tomate ne sont pas produites en Tunisie.

Après avoir longuement parlé de l'évolution des diverses filières d'exportation agro-alimentaires tunisiennes, nous présentons une synthèse des structures de commercialisation dans la CEE et de ses principales contraintes, tout en essayant de monter leurs impacts sur les exportations tunisiennes. Les marchés extérieurs sont caractérisés par l'apparition de la concurrence. Celle-ci issue d'abord de l'élargissement de la CEE (340 millions de consommateurs), mais aussi de son ouverture en direction de deux grands ensembles, les pays des ACP (accords de Lomé) et les pays du GATT. Cette concurrence est exacerbée par un consommateur européen de plus en plus exigeant (en particulier au niveau "qualité" des aliments), une grande distribution européenne de plus en plus puissante (ainsi, en France, la grande distribution contrôle déjà 60% du commerce alimentaire de détail), l'émergence de grandes firmes du négoce (United Fruits, Dole...) ou de la transformation (Nestlé, BSN, Liebig...), qui, par leurs marques, pèsent de plus en plus sur des pans entiers de l'agro-alimentaire international, enfin l'apparition de nouveaux pays exportateurs (les pays de l'Est et ceux de

[12] la pomme de terre, la tomate, le fenouil, le piment, le poivron doux, l'aubergine, la courge, la courgette, l'haricot, le pois, la carotte, le navet, l'oignon, l'échalote, l'ail, le poireau, l'artichaut, d'autres légumes et plantes potagères, la capre, le pois chiche, la lentille, la fève et la fèverole

l'hémisphère sud). Dans ce dernier cas, le phénomène est renforcé par l'apparition de groupes d'innovations, en particulier au niveau des transports qui entraînent une diminution des coûts. L'ensemble de ces phénomènes place la Tunisie dans un environnement international de plus en plus concurrentiel. Le fonctionnement général des filières agro-alimentaires est de plus en plus issu des stratégies de la grande distribution et des processus d'adaptation des fournisseurs.

La grande distribution est confrontée tous les jours, à travers ses points de vente, à la nécessité de satisfaire un consommateur de plus en plus exigeant, et enregistre par conséquent des contraintes qu'elle essaie de transférer sur les niveaux "amont" des filières par le biais de stratégies. Les contraintes sont celles de la planification de l'approvisionnement des magasins en quantités, en qualités, en produits homogènes, en gammes de produits et en services, celles des prix compétitifs, qui varient le moins possible, et de la tentative de différencier le produit par des marques propres.

Face à ces contraintes, les stratégies sont les suivantes : l'agrément qui consiste à expliquer mais aussi à imposer aux fournisseurs des cahiers de charges et à vérifier au moment de la livraison si les conditions qui y figurent, sont bien remplies, la logistique qui permet de faire voyager le produit dans les meilleurs conditions possibles de coût et de fraîcheur, le merchandising qui n'est ni plus ni moins que la science de la vente pratiquée par le distributeur (ou le fournisseur) sur le linéaire.
Tout ou une partie de ces contraintes et stratégies est de plus en plus enfermé dans des cahiers de charges qui vont constituer la "règle" pour les fournisseurs. Face à ces cahiers de charges, deux attitudes sont possibles :
- les fournisseurs s'adaptent et ils continuent d'exister,
- les fournisseurs ne s'adaptent pas et ils sont alors, plus ou moins rapidement, chassés des marchés.

a - Le processus d'adaptation des producteurs-fournisseurs

Ce processus nécessite la réponse à des conditions préalables. Il s'agit de faire face aux contraintes quantitatives, de conditionnement et de services imposées par l'acheteur ou le consommateur et de se battre sur les prix de deuxième mise en marché. Il s'agit de prix correspondant à des produits parfaitement agréés et conditionnés avec lesquels les acheteurs potentiels pourront faire des comparaisons, dans le temps et dans l'espace, avant d'effectuer l'achat. Le centre de commande n'est plus la production mais la commercialisation. Cette dernière capte les informations provenant de l'aval de la filière et les répercute sous forme d'ordre à la production, pour que celle-ci s'adapte en permanence. Ceci signifie l'utilisation des techniques de la comptabilité analytique et la mise en place d'un contrôle de gestion, même rudimentaire.

Le problème de la commercialisation n'est plus le choix formel d'un circuit, mais le contrôle de la production et de ses modifications (variétés, techniques culturales, systèmes de production, vulgarisation....) par le pouvoir détenteur de la deuxième mise en marché. Pour faire des choix, diverses organisations sont possibles : l'intégration verticale descendante, pour s'approcher du consommateur, l'intégration horizontale basée sur un rééquilibrage des rapports de force entre producteurs et acheteurs, la mise en place de relations quasi-contractuelles entre producteurs et acheteurs "partenariat" ou encore l'intégration verticale ascendante des producteurs par le négoce ou la distribution.

Pour mettre en place des stratégies à long terme, il faudrait que les producteurs se trouvent une organisation efficace. Dans le marché de la CEE apparaissent deux grands types d'organisations : les organisations à cadran hégémonique et celles à caractère consensuel. Les premières consistent, pour un produit donné, à contrôler une part de marché la plus élevée possible au niveau d'une région. Pour cela, il y a souvent mise en place d'un goulot d'étranglement (cadrans, agences de ventes, syndicats de discussion de prix...) entre producteurs et acheteurs. Exemples : les cadrans bretons en France, les coopératives de second niveau : l'Anecoop en Espagne. Dans le second type d'organisation, il s'agit de regrouper, sous un centre de décisions unique, les opérateurs d'une même région, quelle que soit leur structure juridique, situés à l'intérieur d'une même filière, et cela dans le but de commercialiser les produits de la zone considérée. Exemples : le Comité Interprofessionnel des vins de Bordeaux ou de Champagne, ou encore la Confédération Générale de Roquefort. La difficulté, dans ce cas, est de trouver la meilleure organisation adaptée aux structures locales et qui permet de démarrer l'opération.

7 - Pour de nouvelles politiques d'exportations

* Produire pour l'exportation

Pour améliorer les résultats des exportations et assurer leur régularité, une politique volontariste de production est indispensable. Les exportations ont jusqu'à présent souvent été prélevées sur une production principalement orientée vers la satisfaction des besoins du marché intérieur. En fait, les variétés produites sont assez souvent celles consommées en Tunisie et peu d'importance est accordée à l'évolution des besoins sur les marchés à l'exportation.

La concurrence de la consommation intérieure est grande par suite de l'amélioration des niveaux de vie, de l'urbanisation et de la croissance démographique. La consommation locale est en progression continue, elle pourrait engendrer des difficultés encore plus importantes si des mesures spécifiques de développement des exportations ne seraient pas mises en oeuvre. Il s'agit de mettre en oeuvre des programmes de reconversion et de plantation en faveur de la variété "maltaise" qui bénéficie d'une très bonne image de marque et qui peut constituer un créneau promoteur des exportations. Le cas de la variété "Deglet-Nour", nous a montré qu'une amélioration n'est possible qu'à partir du moment où la production et la qualité sont mieux contrôlées et répondent effectivement à la qualité et à la nature de la demande étrangère.

Compte tenu des évolutions actuelles de l'environnement économique international qui s'annonce de plus en plus concurrentiel et exigeant, la Tunisie est dans l'obligation de mettre en oeuvre tous les moyens disponibles à l'amélioration de sa production et de son potentiel à l'exportation. Face au développement du marché unique européen et à la concurrence de plus en plus accrue des exportations des autres pays tiers méditerranéens, la meilleure politique commerciale à développer pour préserver un potentiel d'exportation, demeure celle de la bonne qualité, de l'homogénéité et de la régularité de la production. Sans ces trois critères, la crédibilité des exportations sera mise en doute et les parts de marché probables seraient en régression.

* Réformer l'activité de conditionnement

La première activité des sociétés d'exportation demeure le conditionnement, or la présentation actuelle du produit de Tunisie est encore en deçà des normes et des exigences de la distribution et de la consommation en Europe. Pour les oranges, beaucoup d'efforts restent à fournir afin d'atteindre le niveau actuel des concurrents espagnols, israéliens ou marocains, principaux fournisseurs du marché français. L'introduction d'un emballage moderne, en carton, peu encombrant, de diverses dimensions et étiqueté, est indispensable pour améliorer la compétitivité des exportations d'oranges et promouvoir leurs ventes dans des conditions adaptées aux nouvelles exigences de la distribution. Pour l'huile d'olive, une promotion éventuelle serait d'introduire le conditionnement en bouteille de verre allégé, conformément aux normes européennes de commercialisation. Une telle décision devrait toutefois être discutée avec les divers clients intéressés.

L'introduction de nouveaux emballages sous-vide pour les dattes serait probablement prometteur, mais des études de prospection de marché devrait précéder toute décision d'investissement La perte de compétitivité des conserves de Tunisie, qui ne se sont pas adaptées aux nouvelles normes européennes en matière d'emballage, montre bien le caractère crucial de ce critère dans la demande d'importation et de consommation.

Ainsi, sans une amélioration rapide des emballages, les produits tunisiens seraient confrontés à des difficultés d'écoulement, et manqueraient de compétitivité. Le rôle joué par l'emballage est déterminant dans toute politique commerciale et une attention particulière devrait lui être accordée.

* Cibler les marchés à l'exportation

Toute politique commerciale devrait définir et choisir les meilleurs couples (produits, marché). Ainsi, pour la "maltaise", le meilleur marché demeure celui de la France, mais le produit doit prendre une nouvelle forme par des emballages modernes plus allégés et plus pratiques pour les diverses opérations après vente. Par ailleurs, les produits exportés peuvent avoir différentes formes d'emballages dont chacune répondrait aux exigences et aux normes du marché importateur ou à une des catégories de consommateurs à l'intérieur même du marché.

Pour ce qui est de la datte "Deglet-Nour", son image de marque en tant que fruit naturel, de très bonne qualité, est un atout au développement des exportations vers des pays à hauts revenus où cette variété serait payée chère et consommée en tant que fruit de luxe. Si, par contre, la production est en progression et que les quantités à exporter permettent un approvisionnement continu et important, une politique de stimulation de la consommation européenne de dattes passerait par des mesures de "dépénalisation" de la datte. L'expérience du chocolat a montré qu'une bonne et juste information du consommateur est capable de promouvoir un produit et d'augmenter sa consommation. Il s'agit dans tous les cas de définir des politiques commerciales appropriées au type de marché défini lui même par ses exigences au niveau de la commercialisation et de la distribution.

Chapitre 3 : Quelles stratégies d'exportation pour les entreprises?

Introduction

Dans notre problématique de départ, nous avons retenu l'objectif d'estimer le degré d'adaptation de l'offre nationale d'exportation aux changements de la demande d'importation des principaux pays clients. Face à cette demande, l'offre nationale d'exportation est déterminée par les structures productives internes. Cette partie est dédiée à l'analyse des structures économiques d'aval qui sont en liaison directe avec les marchés à l'exportation. Ces structures groupent les activités de collecte, de conditionnement et parfois de transformation, ce sont les sociétés d'exportation.

L'analyse du fonctionnement de ces sociétés est indispensable pour comprendre les réalisations nationales. Ces sociétés constituent les dernières unités de décision dans la filière exportation et leur contribution dans le niveau des réalisations est, de ce fait, importante. Pour juger de la performance de ces sociétés, nous aurons besoin de diverses variables qualitatives, dont la collecte nécessitera des enquêtes auprès des responsables commerciaux des dites sociétés. Pour décrire, expliquer et prévoir le comportement et les performances des entreprises en matière d'exportation, diverses analyses empiriques et théoriques sont possibles.

Des travaux théoriques basés sur des modèles économétriques présentent des essais de modélisation du comportement des entreprises d'exportations à travers des variables quantitatives qui prennent en compte des caractéristiques du secteur et de l'économie générale, tels que le coût de la main-d'oeuvre, la productivité, le taux d'inflation, le taux de change, les prix des matières premières, les subventions. Ces études servent à décrire les niveaux macro et méso des politiques d'exportations.

D'autres travaux ont plutôt un caractère micro-économique et retiennent l'entreprise comme cadre d'analyse. La logique de ces études est que la performance d'une économie en matière d'exportation est directement liée à l'ensemble des performances de ces sociétés. Dans une première sous catégorie, la performance des entreprises est liée à son comportement et dépend de l'environnement économique de celle-ci.

Ainsi, sont retenus les facteurs suivants comme déterminants de la performance des sociétés d'exportation:

- la situation du marché intérieur : demande, concurrence, ...
- les caractéristiques de l'entreprise : capacité d'exporter, gamme de produits, ressources disponibles,...
- les motifs internes à la société : capacité de production, produit unique, objectifs,...
- les motifs externes : subventions, demande étrangère, facilités douanières,...
- les caractéristiques des dirigeants de la société : formation, connaissances, expérience, objectifs,...

Une seconde catégorie d'études retient que les performances des entreprises en matière d'exportation dépendent, dans une large mesure, du niveau de développement des activités de marketing : la publicité, les promotions, les études de marché et la recherche de réseaux appropriés de distribution. D'autres études expliquent les performances des entreprises en matière d'exportation par des avantages compétitifs de l'entreprise relatifs aux produits, à la technologie, au marketing et à la distribution.

Dans notre étude, nous cherchons à comprendre les principales stratégies commerciales et les motivations des diverses sociétés d'exportation afin d'évaluer leurs adaptations aux moyens disponibles et aux objectifs visés. Avec cette investigation, nous essayerons d'estimer quelle importance requièrent les variables demande extérieure et environnement économique international dans les modèles de prise de décision interne à l'entreprise.

Nous accordons également une importance à l'environnement économique local des sociétés d'exportation et à la façon dont elles perçoivent les contraintes. Nous analyserons le rôle que joue l'Etat dans la vie économique des sociétés et nous verrons le jugement qui lui est réservé à travers les

actions d'interventions de ses divers opérateurs.

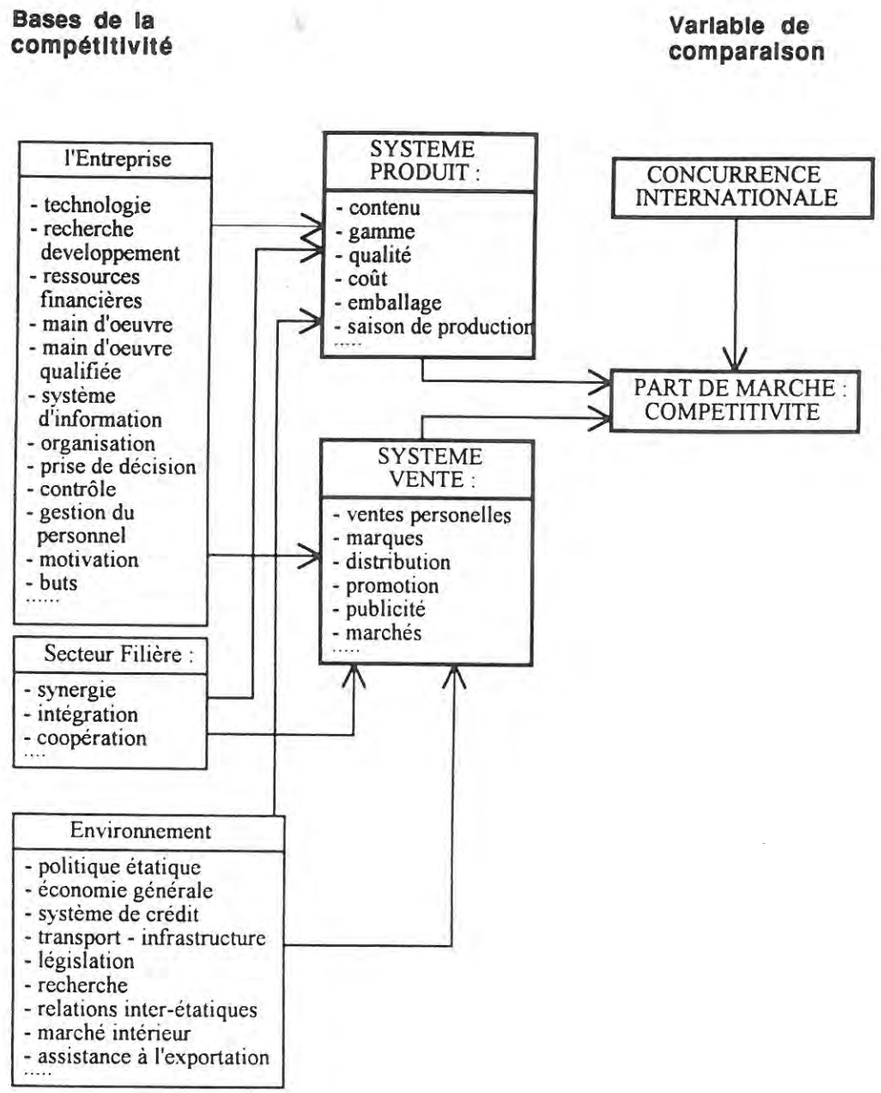
Dans cette étude, nous retenons des variables de comparaison relatives aux produits et d'autres relatives à la vente. Ces variables sont déterminées par les divers niveaux de compétitivité évoqués ci-dessus. Pour les exportations tunisiennes, nous supposons que certaines variables ont été plus adaptées que d'autres à la demande des pays importateurs.

Ainsi, nous retenons les hypothèses que certaines variables du "système produit" se sont continuellement adaptées à la demande d'importation et se trouvent par conséquent compétitives. Ce sont la qualité et, dans un moindre degré, l'emballage. D'autres variables ne se sont toutefois pas adaptées à l'évolution de la demande, il s'agit essentiellement de la conception d'une gamme de produits.

Par ailleurs, la plupart des variables du "système ventes", ne se sont pas adaptées à l'évolution des exigences de la demande. Nous pensons essentiellement à la distribution, à la promotion et aux ventes personnelles. L'ensemble de ces variables est résumé, selon Mr D. BOURANTAS, dans le modèle de compétitivité reproduit ci-après. Ce modèle groupe les bases de la compétitivité qui sont l'entreprise, la filière d'exportation et l'environnement économique national et montre leur influence sur les variables des deux systèmes "produit" et "ventes".

L'analyse de la compétitivité doit toujours considérer les variables précitées en terme relatif par rapport aux variables correspondantes des concurrents.

Graphique 21: Un modèle de compétitivité



Source : D.Bourantas, 1990

Ainsi, l'étude des diverses variables nécessite la connaissance des facteurs qui les déterminent.

La connaissance de la société d'exportation, de son secteur filière et de l'environnement local et international est donc indispensable à la localisation de l'avantage/désavantage explicatif du degré de sa compétitivité.

Pour grouper de telles données souvent qualitatives et non disponibles, nous avons eu recours au questionnaire. En cherchant à connaître les facteurs déterminants des variables explicatives du degré de compétitivité, nous avons établi notre questionnaire dont le texte se trouve en annexes. Le questionnaire a été divisé en six thèmes qui sont : la présentation de la société, les motifs d'exportation, les performances à l'exportation, la stratégie commerciale, l'environnement, les difficultés.

1 - Les sociétés exportatrices des produits agro-alimentaires en Tunisie

Ces sociétés sont souvent spécialisées dans l'exportation de l'un des groupes suivants : les dattes, les oranges et pommes de terre, les dattes et oranges ou encore les poissons, crustacés et mollusques.

Tab.41: Effectif total des sociétés exportatrices et la taille de l'échantillon

Groupe	Dattes	Agrumes	Dattes et agrumes	Produits de la mer	Total
(I) Nombre. total des sociétés	19	13	6	16	54
(II) Effectif de l'échantillon	5	9	4	6	24
(II) / (I) en %	26	69	60	37	44

Les sociétés sont généralement situées à proximité des régions de grande production de leur matière première agricole. Ainsi, huit sociétés exportatrices de dattes, soit 42% du total, sont localisées au sud à coté des oasis de production des régions de Tozeur, de Nefzaoua et de Kébili. Ces oasis groupent 80% de la production nationale tunisienne.

De même, 9 sociétés exportatrices des produits de la mer, soit 56%, sont situées sur le littoral sud, dans les régions de Sfax, Gabès et Zarzis où est concentrée une grande partie de la production. Enfin, 17 des sociétés qui exportent les agrumes (85% de l'ensemble des sociétés de même spécialité), se trouvent au Cap-Bon : dans les régions de Menzel-Bouzelfa, de Béni-Khalled, d'El-Gobba, de Hammamet et de Soliman où la production atteint 80% du potentiel tunisien.

2 - Le choix de l'échantillon

Les sociétés d'exportation interviewées répondent aux caractéristiques suivantes :

1- exporter vers un pays de la C.E.E.
2- exporter au moins l'un des produits suivants : oranges, dattes, pommes de terre, poissons, légumes, autres fruits.

Les autres exportations agro-alimentaires tunisiennes vers la CEE sont principalement les huiles d'olive et les vins. Ces deux produits sont sujets à un monopole d'Etat à l'exportation . Ils n'ont pas été analysés.

3- posséder une station de conditionnement et avoir des activités d'approvisionnement, de transformation et/ou de conditionnement et enfin d'exportation.

Ces sociétés sont les plus nombreuses et sont en contact avec l'amont et l'aval des filières d'exportation. Nous retenons ce type de sociétés car elles ont des activités qui déterminent les

variables des deux systèmes d'analyse: "ventes" et "produit". Les sociétés de négoce international qui se développent en Tunisie, ne sont pas retenues dans notre analyse. Elles ne sont pas spécialisées dans l'agro-alimentaire, et travaillent avec beaucoup de pays hors CEE, elles n'ont pas de contacts directs avec les différents agents économiques des filières exportation.

Sur la base de ces caractéristiques, nous avons contacté une cinquantaine de sociétés dont les adresses figuraient dans les plus récents guides économiques de la Tunisie: 1989 et 1990[1]. Parmi cet ensemble, seulement vingt-quatre sociétés ont été favorables à un entretien.

3 - Présentation de l'échantillon

Notre échantillon est formé de vingt-quatre sociétés, qui représentent 44% de l'ensemble des sociétés d'exportation en Tunisie. Les sociétés se différencient essentiellement par l'année de création ou la spécialisation.

Tab.42: Quantités exportées par les sociétés comparées aux réalisations nationales (1989/1991)

Produits exportés	Echantillon (1)	Total (2)	(1)/(2) en %
Oranges	22 330	27 024	83
Dattes	9 520	15 273	62
Produits de la mer	1 602	18 437	9

Source: nos calculs et nos enquêtes
(1) et (2) en tonnes

La majorité des sociétés d'exportation des produits de la mer sont situées sur la côte sud, dans le Golfe de Gabès, à Sfax et Zarzis. Par manque de temps et de moyens, nous nous sommes limités aux sociétés situées à Sousse et dans la capitale Tunis. Notre échantillon rend compte de l'expansion assez rapide des sociétés d'exportations durant les années 80.

Tab.43: Classification des sociétés d'après l'année de création

Période de création	Nombre de sociétés
avant 1970	5
1970 /1980	6
après 1980	13

Les sociétés que nous avons visitées ont des activités diversifiées et représentent, par conséquent, la quasi majorité des profils des entreprises d'exportation opérant en Tunisie.

Tab.44: Présentation de l'échantillon selon les produits exportés

Produits exportés	Nombre de sociétés
Oranges et pommes de terre	9
Dattes	5
Produits de la mer	7
Dattes, oranges et P de T	2
Tous les produits	1

Réalisation des enquêtes : Les enquêtes ont été réalisées auprès des responsables à l'exportation des diverses sociétés contactées. Certains responsables nous ont fait visiter leur station de

[1] (la liste complète des sociétés et organismes contactés se trouve en annexes).

conditionnement, ce qui nous a permis d'avoir une idée sur les diverses opérations précédent l'exportation.

4 - Les sociétés d'exportation : stratégies et compétence

Pour l'analyse, nous avons utilisé les logiciels "Paradox" et "Lotus" du service informatique de l'Institut Agronomique Méditerranéen.

Les résultats seront d'abord présentés pour l'ensemble des sociétés afin d'en dégager les points communs et de caractériser le travail de l'exportateur. En second lieu, seront présentées des conclusions de diverses analyses effectuées sur des groupes de sociétés classées par activité principale ou par année de création.

A - Une forte spécialisation dans l'exportation

La première caractéristique des sociétés d'exportation est le taux élevé des résultats de l'exportation rapporté au chiffre d'affaire de la société. Ce taux est de 80% en moyenne, les 20% du chiffre d'affaires réalisés sur le marché local sont souvent liés aux écarts de triage.

Ce résultat montre la grande volonté à exporter et la spécialisation dans l'activité d'exportation des sociétés qui ne vendent que très peu sur le marché local. En fait, leur activité de conditionnement est mieux rémunérée en cas d'exportation.

B - Les motifs de l'exportation : expérience familiale ou incitations étatiques

Tab.45: Motifs de l'exportation

Les facilités étatiques	70 %
L'expérience familiale	42 %
Une production locale importante	38 %
La rentrée de devises	25 %
Une demande étrangère importante	25 %

La première source de motivation pour les exportateurs résulte de l'encouragement de l'Etat. En effet, plus des deux tiers des sociétés ont compté sur les facilités étatiques pour se lancer dans l'exportation. Ces facilités sont principalement l'exonération des impôts et l'allégement des procédures administratives. L'Etat envisage également la subvention de certaines opérations tel que le transport vers de nouveaux marchés jugés potentiels pour le produit exporté ou bien la réalisation des études de prospection de marchés extérieurs, ou encore les participations individuelles aux foires et salons spécialisés, et les éditions de brochures, catalogues et dépliants. Ces mesures d'encouragement à l'exportation font partie d'une politique nationale de relance de l'économie dans le cadre des programmes d'ajustement structurel agricole.

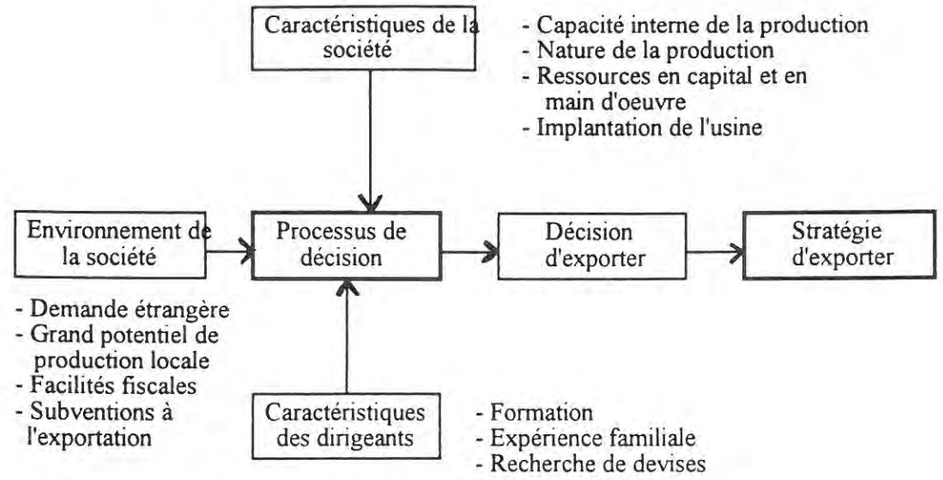
Le second motif de l'exportation est l'existence d'une expérience familiale. Elle a compté pour un peu moins de la moitié des exportateurs. L'ancienneté de la famille dans l'activité a encouragé de nombreux exportateurs. En fait, prendre la relève, ou participer dans l'activité est un moyen de débuter sans besoin de financement initial, ainsi les exportateurs bénéficient des relations commerciales déjà consolidées entre leurs prédécesseurs et l'ensemble des importateurs étrangers.

Quant au potentiel de production locale, il a stimulé un peu plus du tiers des exportateurs. Les grands potentiels de production des agrumes dans les années 70 et des dattes dans les années 80, ont encouragé des sociétés à se lancer dans l'exportation ou à diversifier leur gamme de produits.

De même, un quart des responsables s'intéressent à l'exportation en tant que source de rentrée de devises. Les devises sont un moyen de paiement indispensable à l'Etat tunisien. Les encouragements qu'il apporte, sont accompagnés d'un contrôle de l'exportateur qui doit rapatrier ses paiements en devises. La Banque Centrale de Tunis verse à l'exportateur l'équivalent de ses recettes en Dinars tunisiens après leur réception.

Enfin, seulement un quart des exportateurs sont intéressés par le niveau de la demande étrangère. De façon générale, la décision d'exporter résulte de facteurs liés à l'environnement de la société, à ses propres caractéristiques et à celles des dirigeants. L'ensemble de ces facteurs est schématisé ci-dessous:

Graphique 22: Facteurs déterminants de la décision d'exporter



source : Dubois P.L., Jolivet A. ,1989

L'analyse de notre échantillon, montre également que la formation, le niveau de la demande étrangère et celui de la production locale importent peu dans la prise de décision d'exporter.

a - L'exportation: une activité à caractère familial?
L'activité d'exportation est essentiellement déterminée par l'existence d'une expérience familiale. L'ancienneté de la famille dans l'activité assure un capital initial et des relations commerciales déjà développées.

Les facilités de l'Etat ont également encouragé la création de nouvelles sociétés. Toutefois, la formation des responsables commerciaux et les niveaux de la demande étrangère et de la production locale, ont peu compté dans la prise de décision d'exporter.

C - Des stratégies commerciales peu offensives

a - Les stratégies de ventes : des produits de bonne qualité et des clients solvables
La plupart des exportateurs suivent une stratégie de concentration de l'activité. Ils expédient vers un petit nombre de pays (2 à 3 pour l'ensemble de l'échantillon) et ont en moyenne 8 clients.

Tab.46: Répartition des ventes par pays et clients

% des ventes avec le 1er plus important pays	82
% des ventes avec le 2ème plus important pays	11
% des ventes avec le 1er plus important client	58
% des ventes avec le 2ème plus important client	19

La stratégie de concentration sur un petit nombre de pays est accompagnée par une clientèle peu nombreuse. En moyenne, les exportateurs ont 8 clients, mais les deux premiers sont dominants. Cette politique de concentration des exportations sur un ou deux pays est la conséquence de faibles quantités exportées et d'une irrégularité dans les expéditions. Or pour pouvoir mettre en oeuvre une stratégie commerciale d'expansion des marchés à l'exportation, il faudrait assurer une production importante, homogène et régulière d'une année à l'autre. Ceci ne semble pas être le cas en Tunisie même pour les principaux produits.

b - Les critères de compétitivité : la différenciation du produit

Le critère de compétitivité retenu permet la différenciation du produit tunisien par comparaison aux produits des concurrents. La différenciation réside dans un produit frais et de bon goût dont les avantages sont perçus comme uniques. Ceci est vrai pour les dattes "Deglet Nour", pour les poissons frais et pour les oranges "maltaises".

Mais la différenciation basée sur le goût semble devenir de plus en plus insuffisante si nous considérons les désavantages de l'emballage et de la présentation du fruit par rapport au travail des concurrents (cas de la maltaise). De plus, cet avantage goût est en train de se dévaloriser pour les oranges. La qualité du fruit est en régression ces dernières années à cause de la sécheresse, de l'altération du matériel génétique de l'arbre, de la vieillesse du verger et enfin des problèmes de triage dans les stations de conditionnement. Le facteur goût n'est pas important pour la vente des poissons et reste insuffisant quant à la différenciation des produits.

c - Les prix à l'exportation

Les prix sont pour tous les produits, à part les dattes, déterminés sur les marché à l'exportation. Les prix des produits tunisiens sont généralement plus élevés que ceux accordés aux concurrents. Pour la datte, un prix, élevé par rapport à celui des dattes concurrentes, est fixé F.O.B. par le G.I.D. La datte algérienne est par exemple vendue, au stade gros, à moitié prix (12F/Kg) des dattes tunisiennes (23F/Kg) en 1992. Dans cette situation, les exportateurs se trouvent obligés d'accorder des rabais et des ristournes pour pouvoir vendre.

Les exportateurs pratiquent des prix différenciés, selon la destination par pays, dans 30% des cas. Le prix de vente est différent d'un pays à l'autre, à cause des frais de transport, qui dépendent de la distance qui sépare les divers marchés. La différenciation des prix entre clients dépend de la taille et de la fréquence de leurs commandes et du niveau des prix de vente. Il y a également une différenciation selon les délais de paiement accordés aux importateurs et ceci en fonction de l'ancienneté et de l'expérience passée ainsi que du volume des opérations.

d - Les clients étrangers

Tab.47: Les clients étrangers les plus importants

Commissionnaires	46%
Importateurs étrangers	37%
Grossistes	21%

Les commissionnaires reçoivent les fruits et légumes. La majorité travaille à la bourse de fruits et légumes de Marseille. Les importateurs étrangers s'occupent essentiellement de l'écoulement des poissons frais et des produits de la mer. Le choix du client est généralement fait en fonction du critère délais de paiement. Les exportateurs craignent les clients douteux et travaillent pour presque la moitié (46%) avec des délais de moins de 21 jours pour l'un de leurs produits. Un tiers travaille pour un délai de 21 à 60 jours. Le critère solvabilité est également déterminant pour la plupart des exportateurs dans le choix de leurs clients.

e - Les critères de compétitivité : qualité, concentration et solvabilité

Les ventes sont concentrées sur un petit nombre de pays et de clients. Cette concentration est basée sur une différenciation du produit par des qualités naturelles, (la fraîcheur et le goût), et par la marque. Ces qualités deviennent insuffisantes vu le désavantage relatif de l'emballage par rapport à celui des concurrents. Les prix pratiqués sont de façon générale supérieurs à ceux des concurrents. Les clients sont des commissionnaires pour les fruits et légumes et des importateurs étrangers pour les produits de la mer. Le choix du client est important dans la stratégie de vente. Les deux plus importants critères sont la solvabilité et le délai de paiement.

D - Des efforts de marketing encore insuffisants

a - Le système d'information

Pour la mise en oeuvre de leurs stratégies commerciales, les exportateurs ont recours à diverses sources d'information.

Tab.48: Sources d'Information des Importateurs

Clients	80%
Revues spécialisées	42%
Centres tunisiens	29%

A part leurs clients, les exportateurs consultent les revues spécialisées à 42%. Certains s'adressent aux centres tunisiens, tel que le Centre de Promotion des Exportations (Cepex), le Groupement Interprofessionnel des Agrumes et Fruits (G.I.A.F.), le Groupement Interprofessionnel des Dattes (G.I.D.) et le Groupement Interprofessionnel des Légumes (G.I.L.), pour des informations relatives aux prix et aux quantités demandées sur les différents marchés étrangers. Les exportateurs accordent également une importance aux informations relatives au client : sa situation financière et son passé commercial.

Par contre, peu d'intérêt est accordée aux changements dans la nature et la qualité de la demande ou à la distribution et à ses nouvelles exigences. La prospection de marché est pratiquée par quelques sociétés qui désirent élargir leurs débouchés, mais la contrainte financière demeure importante.

b - Le rôle de la concurrence dans les pratiques commerciales

La plupart des exportateurs pensent qu'ils sont soumis à une forte concurrence aussi bien en Tunisie qu'à l'étranger. Le marché local est fortement concurrentiel à cause de la progression rapide et continue de la consommation locale.

Pour faire face à la concurrence étrangère, les exportateurs recherchent une différenciation basée sur la bonne qualité (pour 80% d'entre eux) et essayent de coopérer avec de bons clients (pour 21%) D'autres ont choisi de diversifier leurs débouchés et d'expédier vers de nouveaux marchés où la concurrence est moins forte. Cette tentative de diversification a été soutenue par l'Etat avec la promesse de subvention de 50% des frais de transport.

c - Les actions de promotion

La presque totalité des exportateurs travaillent avec une marque propre. Quelques actions publicitaires ont également été entreprises. La dernière publicité faite en France pour l'orange "maltaise de Tunisie" date de 1986. Elle a été organisée et financée par les exportateurs, les commissionnaires et le "CEPEX". Par ailleurs, de rares occasions individuelles de promotion d'une marque propre étaient menées pour la "maltaise" et les dattes. L'Etat est l'agent le plus actif en matière de promotion des exportations et ses interventions sont diversifiées.

d - Des actions de marketing encore insuffisantes

Tout d'abord, les sources d'information ne sont pas personnalisées. Elles sont les mêmes pour l'ensemble des exportateurs et la prospection de marché est très peu pratiquée. La concurrence est importante aussi bien sur le marché local, pour l'acquisition de la matière première, que sur les marchés extérieurs pour la vente des produits finaux. Les exportations se font en faibles quantités et sont chères, ce qui n'encourage pas à pratiquer des actions de promotion ou de publicité. L'ensemble de ces pratiques est toutefois en contradiction avec les stratégies de diversification des débouchés souvent retenues par les exportateurs.

E - L'environnement économique local

a - Les aides de l'Etat

Les exportateurs ont déclaré avoir reçu trois sortes d'aides.

Tab.49: Aides de l'Etat aux Importateurs

Subvention "FOPRODEX"	42%
Informations sur les marchés	17%
Recherche de contrats de ventes	13%
Rien	30%

Premièrement, les subventions du fonds de promotion des exportations "FOPRODEX", concernant le transport, les études et prospection de marchés, la participation individuelle aux foires et salons spécialisés, la publicité et l'édition de brochures, catalogues, dépliants et prospectus

Deuxièmement, l'information sur les marchés étrangers donnée par le CEPEX, le G.I.A.F., le G.I.D., et le G.I.L. . Des représentants tunisiens à l'étranger travaillent pour cette raison. Des représentants du G.I.A.F. et du G.I.L. à Marseille s'occupent du suivi des exportations sur le marché français et restituent une information quotidienne aux organismes tunisiens. Des représentants du CEPEX se trouvent à Alger, Casablanca, Tripoli, Amman et Londres. Ils ont pour missions la promotion des exportations, le développement de l'investissement étranger et la participation aux négociations de coopération commerciale.

Enfin, l'Etat établit des contrats d'exportation avec quelques pays tels que la Tchécoslovaquie et la Yougoslavie. Ces pays reçoivent des oranges de petit calibre mal vendues en France. Ces contrats sont distribués sous forme de quotas entre les exportateurs. A part les aides, le rôle de l'Etat est jugé à travers d'autres interventions.

b - Les mesures administratives et économiques : une efficacité partielle

Les procédures administratives sont jugées rapides par seulement le huitième des exportateurs. Près de la moitié trouvent qu'elles sont convenables, mais la majorité trouvent qu'elles sont plus rapides et beaucoup plus simples qu'avant.

Pour ce qui est des dernières dévaluations, les trois quarts des exportateurs estiment bonnes leurs conséquences. Il y a même ceux qui prétendent que, sans ces mesures, ils auraient arrêté l'activité. Mais la dévaluation a entraîné l'augmentation du coût de l'emballage importé. Ainsi, quelques exportateurs sont contre cette mesure et pensent qu'elle n'a de résultats positifs que dans le court terme. En effet, la dévaluation provoque, dans un moyen terme, l'augmentation des charges à la production à travers les coûts de la matière première importée (engrais, produits phytosanitaires, outils agricoles, ...). Ceci entraîne l'augmentation des prix de vente à la production et un rétrécissement de la marge de bénéfice.

Le quart des exportateurs souhaitent que l'Etat intervienne pour améliorer le service du transport. Un cinquième souhaite le contrôle de la qualité à la production. Toutefois, un huitième des exportateurs pensent que l'Etat ne doit plus intervenir dans leur activité. Le principal problème des exportateurs demeure la mauvaise qualité du produit livré aux diverses stations de conditionnement. La mauvaise qualité résulte d'un mauvais triage.

L'effort considérable du gouvernement reste insuffisant. L'Etat a beaucoup encouragé l'exportation en facilitant diverses mesures administratives et en accordant des subventions et des structures d'encadrement aux exportateurs. Les dernières dévaluations ont permis l'amélioration de la compétitivité des exportations. Toutefois, les services de transport et de télécommunication, sont encore insuffisants.

c - Les infrastructures locales : une capacité limitée

La moitié des exportateurs remarquent une insuffisance du transport maritime et seulement 58 % sont satisfaits du service et de la capacité du transport aérien. Ce problème demeure important. Le transport des fruits et légumes frais à l'exportation dépend de la capacité des bateaux à l'importation. Les bateaux qui arrivent en Tunisie pour décharger leurs marchandises sont utilisés dans le voyage du retour pour exporter les fruits et légumes. La qualité du transport doit encore être améliorer : sans conteneurs, les palettes sont soumises à plusieurs manutentions aussi bien à l'embarquement qu'au débarquement, ceci altère la qualité de l'emballage. La marchandise est aussi transportée sans climatisation, et sera exposée dans les ports à toutes les températures.

Quant au transport aérien, il est jugé insuffisant et irrégulier. Les poissons frais sont toujours expédiés par avion à cause de leur altération rapide. Mais, la rapidité qu'exige la nature du produit n'est pas toujours respectée car des annulations ou des retards peuvent se produire.

F - Le rôle de l'Etat et de ses institutions

a - Les mesures d'accompagnement

Les aides financières font partie des mesures de l'Etat tunisien en vue de promouvoir les exportations. Les aides sont soit indirectes, le plafonnement des prix intérieurs, soit directes, les subventions du FOPRODEX ou les dégrèvements fiscaux divers en faveur des exportateurs. Le plafonnement des prix intérieurs des produits exportables fonctionnait de manière satisfaisante (exemple de la maltaise), lorsque la commission de suivi disposait des éléments nécessaires : coûts de production, de commercialisation et cours sur les marchés extérieurs. C'était une méthode efficace d'encouragement à l'exportation, mais il fallait faire attention aux niveaux des prix de gros arrêtés en

cours de saison. Si les cours extérieurs restent à un faible niveau, et si les prix intérieurs sont trop maintenus à un bas niveau, les producteurs délaisseront à terme la production et se tourneront vers d'autres spéculations plus lucratives.

Durant les saisons d'exportation, des analyses des conditions sur les marchés extérieurs doivent orienter toute décision d'aide publique. Une subvention utile est celle qui permet le maintien d'un courant d'expédition pendant quelques jours où les cours baissent par suite d'un grand arrivage ou pour toute autre raison conjoncturelle. Elle devient très vite insupportable s'il faut soutenir trop longtemps un produit : le cas de la pomme de terre en février 1986. De même, les subventions du FOPRODEX concernent diverses actions d'encouragement à l'expansion des exportations, telle que la subvention de 50% des frais de transport vers de nouveaux marchés jugés potentiels, ou la participation dans des frais de prospection et de publicité.

Des mesures de libéralisation du commerce extérieur dans le cadre de la nouvelle politique de l'Etat ont considéré des mesures financières et des actions promotionnelles.

Les mesures financières ont concerné la mise en place d'un système national d'assurance crédit à l'exportation, l'institution d'un système de couverture du risque de change, la mise en place d'un système de financement du commerce extérieur et l'ajustement du taux de change de la monnaie nationale pour préserver sa valeur réelle et assurer la compétitivité du produit tunisien. Par ailleurs, des actions promotionnelles de plus en plus diversifiées et portées sur le terrain des marchés cibles de destination, sont organisées d'une façon régulière tels que : les programmes des foires et expositions, les interventions des représentations commerciales du CEPEX implantées à l'étranger, les missions d'études et de prospection.

Les dernières politiques commerciales de l'Etat tunisien sont orientées vers une perspective d'expansion des exportations et mettent en oeuvre diverses mesures afin d'atteindre cet objectif. Il s'agit d'améliorer les disponibilités de l'offre, y compris l'emballage, d'accorder une plus grande attention au facteur qualité du produit exporté, de présenter des prix qui supportent la comparaison internationale, d'atteindre un plus haut niveau de productivité, d'avoir une politique de subvention plus efficace, de procurer des crédits bonifiés pour les opérations d'exportation et d'investir à l'étranger pour permettre une meilleure vente des produits d'origine tunisienne.

b - Les institutions au service de l'exportation

Divers centres, organisations et groupements, ont été créés pour assister, financer et promouvoir les exportations. Les plus importants sont l'Office National de l'Huile (ONH), le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX) et les Groupements Interprofessionnels des Agrumes et Fruits et celui des Dattes, respectivement le "GIAF" et le "GID".

LE CEPEX

Sur la base des missions qui lui sont assignées dans le contexte du programme d'ajustement économique et de libéralisation progressive du commerce extérieur, le CEPEX a recentré ses prestations autour des principaux axes d'intervention ci-après:

- réhabilitation de la fonction "études et recherches" afin d'orienter son action sur la base d'une sélection du couple marché-produit et à une plus grande sensibilisation des entreprises sur l'intérêt et la nécessité de s'orienter vers les marchés extérieurs. Les études prennent la forme d'une identification des zones de croissance, sur la base des potentialités et moyens réels des exportateurs et des secteurs d'exportation concernés impliquant une nécessaire identification de l'offre nationale.

- intensification des efforts de collecte, de traitement et de diffusion de l'information. Les principales préoccupations qui se posent à ce niveau sont celles de la collecte d'une information pertinente, de son traitement systématique, de son actualisation régulière et, au moment opportun, de sa mise à la disposition de tous les intervenants dans les circuits d'exportation. Pour l'organisation des activités relatives aux informations commerciales, des ateliers spécialisés ont été créés. Il s'agit des ateliers de contacts commerciaux, des statistiques, de gestion du fonds documentaire, des études et monographies, des manifestations commerciales et de publication et de publipostage.

- renforcement du rôle du CEPEX en matière d'assistance et de conseil des P.M.E. La cellule "Assistance et conseils" offre aux P.M.E. désireuses d'accéder aux marchés extérieurs, une mission d'assistance spécifique en vue d'une meilleure exploitation des réglementations, normes, techniques du commerce international, facilités et circuits liés à la réalisation d'opérations d'exportation ou d'actions de promotion.

- consolidation des actions de promotion.

- amélioration des conditions de fonctionnement et d'intervention du FOPRODEX. La création du FOPRODEX constitue l'une des mesures les plus importantes de promotion des exportations. Cette importance particulière résulte du caractère direct et concret du soutien du fonds et du volume des ressources qui lui sont consacrées.

- promotion des exportations de services.

L'ONH
L'Office National de l'Huile s'occupe de l'assistance à la filière huile d'olive depuis la production jusqu'à l'exportation. Il assure la collecte et le conditionnement de l'huile d'olive ainsi que la négociation des contrats de vente à l'étranger. Ce monopole d'exportation que détient l'ONH, lui accorde un grand pouvoir de négociation des transactions commerciales et lui permet de saisir les grandes occasions de vente sur le marché international. Cette activité lui a permis la création de divers centres de collecte et de stockage, donc de se doter d'une infrastructure spécialisée et bien adaptée aux exigences du métier. Des laboratoires d'analyse et de contrôle de la qualité de l'huile exportée ont été créés dans le but de fournir l'information nécessaire aux importateurs étrangers.

Actuellement le gouvernement tunisien, et dans le cadre de sa nouvelle politique de libéralisation de l'économie nationale, est en train de privatiser les structures de l'ONH. En effet, l'opération d'exportation de l'huile d'olive sera prise en charge par des particuliers désirant de se lancer dans une telle activité. Cette nouvelle orientation permettra le désengagement de l'Etat, mais aura sûrement de grandes conséquences pour l'économie tunisienne. Les exportations d'huiles procurent des rentrées de devises considérables et très importantes pour l'économie du pays, et l'éclatement de cette activité par sa prise en charge par des structures privées, souvent dépourvues de moyens financiers, engendre un risque de manque d'efficacité économique et de mauvaise gestion des opérations de ventes.

Le GID et le GIAF
Ces deux groupements interprofessionnels des dattes et des agrumes et fruits, sont des organisations professionnelles faisant partie des structures du Ministère de l'Agriculture. Ils assistent les exportateurs de dattes et d'agrumes en leur fournissant l'information nécessaire et indispensable à leur fonctionnement. Ils disposent de représentants permanents à l'étranger qui étudient l'évolution journalière des cours et les besoins des marchés à l'exportation. L'assistance de ces groupements se traduit également par l'organisation, avec l'aide des agents économiques concernés, des diverses opérations de logistique des campagnes d'exportation.

Chaque groupement met à disposition des exportateurs, des techniciens spécialisés dans le contrôle de qualité des produits exportés. Avant chaque expédition, il y a un contrôle de la qualité (normalisation), un contrôle phytosanitaire et un contrôle douanier au cours du chargement des remorques.

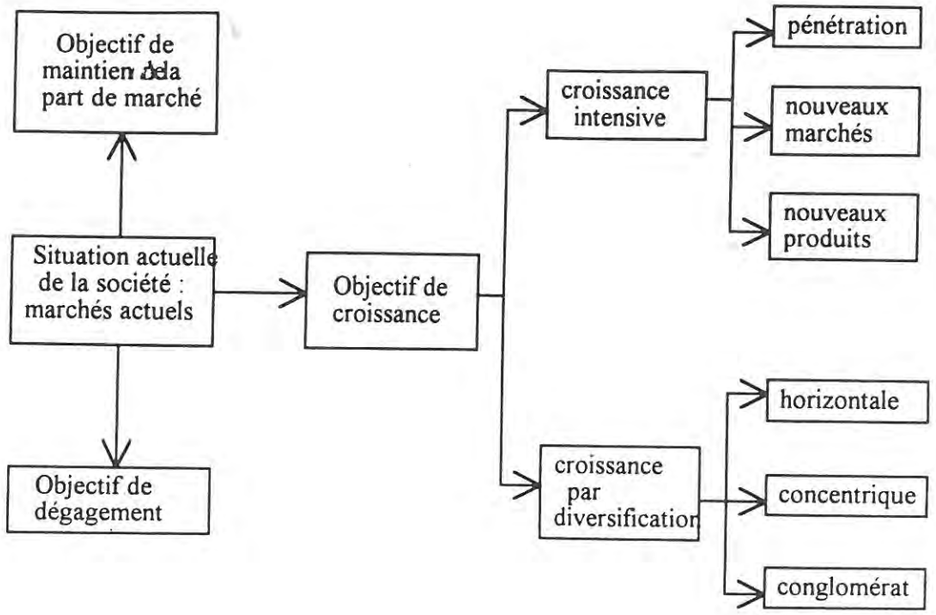
G - Les stratégies de développement

a - Les objectifs:

Tab.50: Principaux objectifs retenus par les exportateurs.

augmenter les quantités exportées pour	63 %
diversifier les produits pour	30 %
attaquer de nouveaux marchés pour	17 %

Graphique 23: Objectifs des sociétés enquêtées



SOURCE : Dubois P.L. et Jolibert A., 1989

Les scénarios de développement retenues par les exportateurs sont de trois types : l'arrêt de l'activité, son maintien ou sa croissance. Dans le cas d'un développement par croissance, diverses stratégies sont possibles.

La stratégie de croissance intensive se résume dans l'un des objectifs suivant :
- accroître la pénétration sur les marchés actuels avec les produits existants,
- développer de nouveaux marchés pour les produits existants,
- développer de nouveaux produits pour les marchés existants.

Une seconde stratégie est celle de croissance par diversification, elle retient des objectifs de :
- production de nouveaux produits qui ont des synergies du point de vue marketing ou technologique avec les lignes des produits existants (diversification concentrique)
- recherche de nouveaux produits qui pourraient intéresser les clients actuels et ceci avec des produits dont les technologies n'ont aucun lien avec celles qui sont actuellement utilisées (diversification horizontale)
- recherche de nouveaux métiers qui n'ont aucun rapport avec ceux de la société - technologie, produits, marchés - (diversification du type conglomérat)

Le troisième type de croissance peut se faire par intégration, mais il semble ne pas intéresser les exportateurs.

* Les mesures à prendre

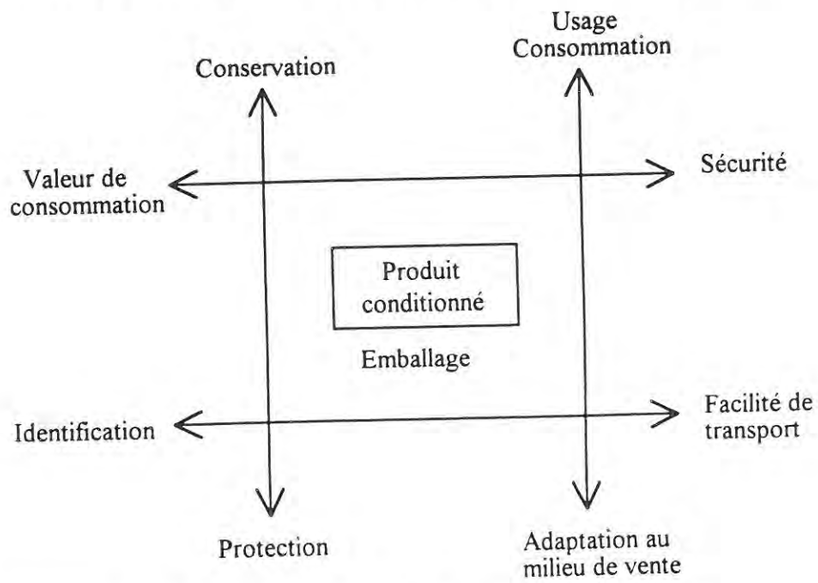
Les exportateurs projettent de développer leur activité en traitant des quantités plus importantes et en diversifiant leur gamme de produits et leur débouchés actuels. Pour ce faire, diverses mesures devraient être prises.

Au niveau de la production, il faudrait améliorer la qualité des fruits et la régularité de l'approvisionnement. Il faudrait penser à augmenter la production et à l'adapter aux exigences et aux

goûts des marchés à l'exportation. Ainsi, une priorité est à accorder aux variétés les plus demandées et les mieux appréciées sur les marchés à l'exportation.

Au niveau du conditionnement et de l'emballage, diverses améliorations sont possibles et parfois indispensables. En marketing, les fonctions assignées à l'emballage et/ou au conditionnement sont de protéger le produit, de faciliter son transport, de faciliter sa vente par l'adéquation au mode de vente et aux besoins des consommateurs et enfin de faciliter sa consommation et sa conservation.

Graphique 24: Fonctions assignées à l'emballage pour son exportation



Source: D'après Dubois P.L. et Jolibert A., 1989

Or, dans l'état actuel des exportations, toutes ces fonctions ne sont pas respectées pour l'emballage. Des améliorations, à divers niveaux, selon le produit, sont indispensables pour respecter les nouvelles normes européennes. Sur le même sujet, nous citons un article de Françoise Paoletti[2], où elle relève le manque de maîtrise des techniques d'emballages en Tunisie.

En seconde partie de cette étude, nous avons tenté des analyses de groupes, avec diverses classifications. Premièrement, nous avons classé les sociétés selon leurs années de création en trois groupes. Le premier est formé par les sociétés créées avant 1970, le second groupe les sociétés créées de 1970 à 1980 et le dernier comprend les sociétés créées après 1980.

Notre objectif est de résumer les principales évolutions et les caractéristiques de chaque groupe. L'échantillon comprend cinq sociétés du premier groupe, six du second et treize du troisième. Ces classes sont de petites tailles et l'analyse détaillée de chacun des groupes a donné des résultats peu représentatifs dans l'ensemble. Ainsi, nous ne présenterons que les conclusions de ces analyses. Elles résument les différences et similitudes entre les trois groupes. Ultérieurement seront présentés les résultats d'une autre analyse de groupes formés à partir d'un autre critère, celui de la spécialisation par produits exportés.

H - L'année de création en tant que critère de différenciation

La première des différences entre les trois groupes est leur spécialisation dans les produits exportés. Alors que les sociétés créées avant 1980, vendent surtout des oranges, des pommes de terre et plus récemment des dattes, celles créées après 1980 sont plus spécialisées dans les exportations de dattes et produits de la mer.

---

2 voir bibliographie

Les différences apparaissent également dans leurs motifs de l'exportation. Alors que c'était l'expérience familiale et le grand potentiel de production locale, qui encourageaient à l'exportation, ce sont, de plus en plus, la recherche de devises et les avantages fiscaux qui comptent. Dans les années 70 et surtout 50, les motivations étaient purement personnelles. Dans les années 80 et 90 , les motifs de l'exportation ne sont plus les mêmes, et dépendent beaucoup plus des encouragements de l'Etat. Ce changement a entraîné l'expansion de petites sociétés de très faibles dimensions financières et par conséquent vulnérables du point de vue compétitivité internationale.

Le travail de l'exportateur, vu dans ses grandes lignes, semble être le même pour les trois groupes. En fait, toutes les sociétés possèdent le même matériel de conditionnement pour le même produit, leurs emballages sont toujours importés avec très peu de différences. Elles disposent toutes d'ouvrières saisonnières non qualifiées, et d'un personnel administratif réduit. C'est généralement le premier responsable de la société qui s'occupe de l'exportation et de l'ensemble des opérations jugées importantes, tel l'approvisionnement, la prospection, la signature des contrats.

Néanmoins, il existe des différences au niveau des stratégies commerciales. Les stratégies commerciales des sociétés créées avant 1970, ont été toujours les mêmes. Les exportateurs connaissent leurs commissionnaires depuis longtemps, ils collaborent avec eux sans besoin de diversification ou de changements. Les sociétés créées après 1970, ont par contre des stratégies de croissance intensive par l'augmentation des quantités exportées et la diversification des produits, des clients et des débouchés.

Les sociétés créées dans les années 80, ont essentiellement une croissance intensive par pénétration. Il s'agit d'augmenter le nombre de clients par pays tout en travaillant les mêmes produits, afin d'accroître leurs parts de marché. Les sociétés des années 80 sont orientées vers des stratégies encore plus offensives, elles recherchent une croissance intensive par pénétration, par développement de nouveaux marchés et/ou de nouveaux produits. Mais la réussite de toute stratégie commerciale nécessite un bon dosage et une cohérence dans ses actions marketing.

Parmi les erreurs que devrait éviter tout exportateur et d'après les règles du marketing-mix (Dubois P.L. et Jolivet A., 1989), nous signalons les points suivants:
- ignorer les désirs de la demande et les actions de la concurrence...
- lancer un produit sans avoir le budget nécessaire pour lutter contre les concurrents

Toute société est en fait amenée à:
- connaître son environnement: étude de marché, mise à jour des dossiers des concurrents, distribution, législation, techniques de fabrication.
- bien estimer son potentiel: formation et capacité du personnel, moyens financiers, moyens logistiques.
- connaître les techniques de gestion, de contrôle de gestion et de marketing.
- coordonner toutes ces actions.

Nous concluons donc que les sociétés créées dans les années 70, ont connu des débuts faciles avec une concurrence relativement faible. Le potentiel de production locale était encore assez important pour dégager une offre d'exportation de qualité. Ces sociétés ont bénéficié de cette situation pour confirmer leur dynamisme et consolider leurs relations commerciales.

I - Le produit en tant que critère de différenciation

Généralement, les exportateurs sont spécialisés dans l'exportation des agrumes, des dattes ou bien des poissons et produits de la mer. L'objectif de cette analyse est de mettre en évidence les différences et/ou ressemblances entre les divers groupes. En effet, nous supposons que le travail de l'exportateur diffère suivant le produit car les marchés, les clients et les exigences du produit ne sont pas les mêmes.

La capacité et la volonté d'exporter, mesurées par le degré de contribution de l'exportation dans la formation du chiffre d'affaires, diffère avec la spécialisation de la société: celles qui exportent les oranges ont un coefficient de 60% alors que celles des produits de la mer ou des dattes ont respectivement des coefficients de 90 et 95%. Les stations de conditionnement d'oranges ont, en fait, des écarts de triage qui sont importants et qu'elles commercialisent en Tunisie.

De même, la nature du produit détermine en quelque sorte la stratégie commerciale des sociétés.

Tableau 51: Stratégie commerciale des sociétés selon les produits

Groupes	Poissons	Dattes	Oranges
Nbre de clients	7	11	2
% du premier	53	48	64
% du second	10	17	27
Nbre de pays clients	2	4	2
% du premier	85	63	91
% du second	9	20	8

Les exportateurs d'oranges travaillent à 90% avec un seul pays et deux clients, le plus important prend plus que les deux tiers des quantités. Ces exportations sont concentrées sur la France, ce qui fait que les exportateurs ne maîtrisent que le français comme langue étrangère. Des expéditions à d'autres pays, la Yougoslavie ou la Tchécoslovaquie, sont prises en charge par l'Etat.

Les exportateurs de poissons travaillent en moyenne avec deux pays, le plus important : l'Italie prend 85% des quantités. Les exportations de poissons sont également expédiées vers la France, l'Espagne et d'autres pays. Malgré une clientèle plus nombreuse, la moitié des quantités est destinée à un seul client. Les exportateurs maîtrisent en plus du français, l'anglais et l'italien, dans 50% des cas. Quant aux exportateurs de dattes, ils ont la stratégie commerciale la moins concentrée. Le nombre de leurs pays clients est de quatre en moyenne, mais le premier (la France) prend les 63% du total exporté. De plus, le nombre de leurs clients est en moyenne de 11, le plus important prend la moitié des quantités. L'étendue de leur clientèle est telle que tous les exportateurs maîtrisent aussi bien le français que l'anglais.

Pour l'ensemble de l'échantillon, la très bonne qualité est le facteur commun de différenciation du produit par rapport aux concurrents. Mais, suivant le produit, d'autres caractéristiques sont aussi importantes. Pour les poissons, c'est la fraîcheur; pour les dattes, c'est l'emballage et pour les oranges, c'est un bon goût et un fruit plus juteux. Ces qualités se trouvent actuellement banalisées par des efforts compétitifs des concurrents. Elles deviennent insuffisantes et la recherche d'une meilleure valorisation impliquerait un contrôle plus rigoureux de la qualité et l'homogénéisation des exportations ainsi que le renforcement d'un label de débanalisation et de différenciation des produits.

Les délais de paiement diffèrent d'un produit à l'autre. Ils sont plus rapides pour les oranges puisque les ventes se font dans le mois à venir. Les poissons et produits de la mer sont rapidement écoulés.

Les dattes pouvant être stockées durant plusieurs mois, elles ont les délais de paiement les plus long. De cette situation résultent des problèmes de fonds de roulement pour les exportateurs durant les campagnes d'exportation. En fait, les frais variables main-d'oeuvre, emballage et approvisionnement sont importants et les besoins de financement sont élevés. Les exportateurs souhaiteraient à cet effet des crédits de campagne plus importants pour leurs exportations de dattes.

Tab.52: Délais de paiement par type de produit

Délais de paiement	Poissons	Dattes	Oranges
moins de 21 jours	43%	0%	66%
moins de 60 jours	70%	50%	100%
de 60 à 90 jours	—	50%	0%

L'intervention de l'Etat est presque la même pour tous les produits, excepté pour les exportateurs d'oranges qui bénéficient parfois de contrats d'exportation. Les exportateurs souhaiteraient toutefois bénéficier d'autres interventions dont la nature diffère suivant le produit et reflète le genre de problèmes que rencontre la filière.

Tab.53: Nature des interventions de l'Etat souhaitée par type de produit

Groupes	Poissons	Dattes	Oranges
améliorer le transport	43%		
contrôler les exportateurs		33%	
contrôler la qualité à la production			55%

La capacité du service du transport est insuffisante selon les exportateurs des poissons.

Certains exportateurs de dattes estiment que le prix fixé à l'exportation est élevé et pensent que nombreuses sociétés ne déclarent pas les quantités effectivement exportées, ceci afin de pouvoir accorder des prix moins élevés à leurs clients. Ainsi, de nombreuses sociétés voient dans cette pratique une concurrence déloyale et réclament un contrôle plus sévère des exportateurs.

La qualité de la maltaise est en train de se dégrader et les écarts de triage sont de plus en plus importants dans les stations de conditionnement. Les exportateurs espèrent l'intervention de l'Etat pour contrôler la production et améliorer la qualité.

Malgré ces difficultés, le premier objectif de la majorité des exportateurs demeure l'augmentation des quantités exportées. Toutefois, il n'y a que les exportateurs de dattes qui cherchent à diversifier leurs débouchés dans 50% des cas. Ce sont ceux qui se déplacent le plus et contrairement aux autres, 50% d'entre eux participent aux salons spécialisés.

Les stratégies commerciales des exportateurs d'oranges se caractérisent par une concentration sur un petit nombre de pays dans 88% des cas. Les exportateurs de poissons ne sont tentés qu'à 43% des cas par la diversification des débouchés. Quant aux exportateurs de dattes, ils cherchent dans 66% des cas à diversifier leurs débouchés.

Les pays concurrents des exportations tunisiennes diffèrent suivant le produit. D'après les exportateurs, ils se classent par produit et par ordre d'importance décroissante comme suit:

Tab.54: Pays concurrents des exportations tunisiennes

Poissons	Dattes	Oranges
1- France	1- Algérie	1- Maroc
2- Mauritanie	2- Iraq	2- Espagne
Sénégal		
Turquie		
3- Grèce		
Egypte		
Espagne		

a - Les avantages ou désavantages par produit

* Les oranges
Le point faible des exportations d'oranges se situe premièrement au niveau de la production dont la qualité s'est sensiblement dégradée. La qualité du transport et le manque d'information des exportateurs constituent également des axes d'amélioration. Le travail à l'exportation se fait en collaboration avec les commissionnaires et les centres tunisiens. Une plus grande adaptation aux exigences des marchés étrangers (emballage, saison d'exportation, nature et qualité du produit) est indispensable pour améliorer les résultats des sociétés d'exportation.

* Les dattes
Pour les exportations de dattes, la production constitue un point fort car elle est en sensible amélioration. Les exportateurs sont également dynamiques et ont des stratégies de croissance intensive par pénétration et par diversification des débouchés. L'emballage et la présentation bénéficient d'une image de marque par rapport au travail des pays concurrents. Le transport reste

toutefois à améliorer et le stockage est à encourager pour pouvoir étaler la saison d'exportation sur toute l'année. L'introduction de nouvelles méthodes d'emballage (sous-vide) et la transformation des dattes en pâtes ou en jus contribueront à améliorer la gamme de produits des dattes.

* Les produits de la mer
Enfin, les exportateurs de poissons déclarent que le faible niveau de la production et son caractère irrégulier et aléatoire, ainsi que l'insuffisance du service de transport, sont à l'origine de leurs problèmes.

J - La taille en temps que critère de différenciation

L'analyse de notre échantillon, classé à partir du critère taille de l'entreprise, nous a conduit à des remarques intéressantes mais dont la confirmation nécessiterait de plus grandes investigations et des données quantitatives plus avancées que celles que nous avons pu recueillir dans notre enquête.

Les sociétés les plus dynamiques et celles qui détiennent le plus grand chiffre d'affaires, seraient ainsi celles qui sont également les plus diversifiées. Il s'agit essentiellement de sociétés qui étaient spécialisées dans l'exportation de la maltaise et d'autres fruits et légumes et qui ont élargie leur gamme de produit aux dattes.

Le couple de produits ("maltaise", dattes) apparaît souhaitable pour une diversification de l'activité. Les exportateurs profitent généralement de leurs anciens réseaux à l'exportation et gardent les mêmes pratiques commerciales. Le matériel de conditionnement n'est toutefois pas le même mais les périodes d'exportation sont différées, ce qui permet une extension de l'activité et une meilleure gestion des frais fixes et de fonctionnement.

Les structures d'exportation sont encore peu industrialisées et de petites tailles, ce qui ne permet pas de parler de façon objective d'économie d'échelle ou de gain de productivité. La mise en place de structures économiques efficaces et compétitives sur le plan international nécessite un effort d'investissement important dont les sociétés présentes paraîssent incapables.

Le recours à l'investissement étranger et au savoir faire des multinationales étrangères nous paraît indispensable pour injecter un esprit d'ouverture sur l'industrie mondiale. Ainsi, des projets de partenariat sont vivement encouragés par l'Etat tunisien, par le biais de divers avantages financiers et fiscaux. La faible capacité de financement de l'entreprise d'exportation en Tunisie, demeure un handicap majeur à son développement, elle ne lui permet pas le recrutement d'un personnel qualifié et la mise en place d'une activité de recherche-développement, ou encore la création de nouveaux produits et/ou la prospection de nouveaux marchés.

Les actions de l'Etat devrait ainsi s'orienter vers l'encouragement à l'installation de grandes unités diversifiées et vers l'agrandissement des structures existantes, pour une meilleure efficacité économique et une meilleure compétitivité internationale des entreprises tunisiennes.

5 - Les sources de compétivité

* Le climat,
La zone du Cap-Bon, où sont produites les "maltaises", et les zones du désert où se trouvent les oasis de Deglet Nour, sont des microclimats uniques, qui produisent des fruits de bonne qualité qu'on ne retrouve pas ailleurs. Des appellations d'origine pourraient être accordées à ces produits.

* Le coût de la main-d'oeuvre
En Tunisie, ce coût est encore moins élevé que ceux qui existent dans les pays de la C.E.E., clients de la Tunisie .

Une bonne présentation
Par rapport aux pays concurrents, grands producteurs de dattes, la présentation et l'emballage tunisiens de la datte sont de bonne qualité. Les dattes sont de plus non traitées sur le palmier, c'est un produit qui pourrait être déclaré biologique.

* Le tourisme
Les touristes européens qui visitent la Tunisie sont nombreux chaque année. Des visites organisées au Cap-Bon et au désert avec dégustation des fruits tunisiens valoriseraient ce potentiel de consommation étranger.

* La position géographique
Ouverte des deux cotés nord et ouest sur la Méditerranée, la Tunisie, est très proche de l'Italie et de la France. Les coûts et le temps du transport sont réduits par rapport à tous les pays concurrents sur ces deux marchés.

6 - Les points faibles des exportations

* La production agricole et alimentaire
La production agricole tunisienne ne s'est pas adaptée à la demande étrangère. Les saisons de production des oranges ne sont pas celles ou la demande est la plus importante. La production d'huile d'olive n'a pas suivi l'évolution qualitative qui s'est manifestée sur le marché européen. Le problème se pose aussi pour la nature de la production, puisque le marché des vins est en pleine transformation qualitative et en régression (White B.G.), celui des agrumes est presque saturé, (ALLAYA, 1990). De même, les produits les plus demandés sur le marché international : poissons congelés, crustacés et mollusques en conserves, mandarines et clémentines, citrons, limes, pamplemousses, jus de fruits, tomates fraîches, fleurs et boutons de fleurs, préparations pour l'alimentation des enfants..., (CEPEX, 1991), reste encore très peu exportés par la Tunisie. La structure des exportations est formée de produits à grande concurrence et protégés par la Communauté Européenne : vins, huiles d'olive, fruits et légumes.

* Degré de transformation et conditionnement
A part les dattes, tous les produits tunisiens sont vendus à l'état frais sans transformation. L'huile d'olive se vend en vrac et les vins dans des récipients de plus de deux litres, ces produits seront mélangés à d'autres et conditionnés dans les pays importateurs. Sans grande valeur ajoutée, les produits tunisiens sont emballés dans des caisses en bois ou dans des paquets en carton, pour la consommation en tant que produits frais. Ce conditionnement primaire est encore de moyenne qualité. Il ne semble pas le plus approprié si on le compare aux conditionnements utilisés par la concurrence. Les palettes généralement mal conçues altèrent la qualité de l'emballage à cause des diverses opérations de manutention.

* Niveau de la consommation
Suite à une urbanisation rapide, à une forte croissance démographique et à l'évolution du mode de consommation par l'élévation du niveau de vie, la demande alimentaire tunisienne a augmenté plus rapidement que l'offre. Ainsi, en 1984-86, la consommation tunisienne par tête et par an est de 91 Kg pour les fruits et 120.4 Kg pour les légumes, (ALLAYA, 1990). L'évolution rapide de la consommation locale et le caractère fluctuant de la production, font que les quantités destinées à l'exportation sont irrégulières.

* La structure des prix à la production
Pour la maltaise, l'évolution moins favorable des prix à la production par rapport à ceux de l'exportation a provoqué le désintérêt des agriculteurs, lequel se manifeste dans le vieillissement du verger, l'altération de la qualité du fruit et la reconversion vers d'autres variétés.

Pour les dattes, la fixation du prix de vente à la production par l'Etat a multiplié les pratiques de fardage. La vente de variétés mélangées entre bonnes et moins bonnes permet à l'agriculteur de biaiser le prix fixé par l'Etat, en ajustant la qualité au prix. L'alignement du prix de vente à la production, à la qualité du produit, sera pratiqué à partir de la campagne agricole 1991/1992. Ceci aurait pour conséquence, à moyen et long termes, l'ajustement de la qualité de l'offre à la nature de la demande.

* Développement rapide des sociétés d'exportation
Les facilités accordées par l'Etat à l'exportation par l'exonération fiscale, la simplification des procédures administratives, les subventions de certaines activités, la recherche de contrats de vente, la diffusion de l'information sur l'état des marchés étrangers et le développement des institutions d'assistance à l'exportation, sont autant de moyens pour encourager la création des sociétés d'exportation. La rapide expansion de ces sociétés a créé un environnement local de forte concurrence à cause d'une demande plus importante que l'offre. Les exportateurs qualifient cette

concurrence de "déloyale" et demandent le contrôle de l'activité d'exportation.

* La petite taille des sociétés
Les sociétés ont généralement de très faibles capacités financières. Elles n'ont pas les moyens d'entreprendre des actions de promotion, de recherche-développement, de prospection de marchés ou de collecte d'information. Le passage d'une activité primaire de conditionnement à une activité liée à l'industrie agro-alimentaire nécessiterait des stations plus grandes avec des moyens financiers plus importants. Les sociétés tunisiennes sont peu compétitives si on les compare aux grandes coopératives espagnoles, aux multinationales italiennes ou même aux sociétés marocaines.

* Faible niveau d'information
A cause de leurs manques de financement, les exportateurs se limitent aux informations reçues de leurs clients et à celles des revues spécialisées et des centres tunisiens à l'étranger. Il s'agit d'une information primaire sur les prix, les quantités, qui ne permet pas une bonne connaissance des exigences des marchés à l'exportation.

* Manque de formation des exportateurs
Les exportateurs sont plutôt spécialisés dans l'approvisionnement et le conditionnement que dans la vente. Leur manque de formation aux nouvelles exigences de la concurrence internationale et aux nécessités du marketing d'exportation, se manifeste dans le sous-développement des activités relatives à la publicité, aux études de marché, à la vente et à la distribution.

* L'insuffisance du transport
Qu'il soit maritime ou aérien, le transport est en deçà de la demande à l'exportation. La mauvaise qualité du transport maritime est également un autre point faible dans l'infrastructure tunisienne.

* Une logique de minimisation des prix
En se plaçant dans une logique de minimisation des dépenses, la plupart des exportateurs choisissent de travailler en famille et de dépenser le moins possible. Les dépenses se limitent aux activités d'approvisionnement, de conditionnement et rarement aux activités de transformation, stockage ou formation. Leur reconversion vers une logique de maximisation du profit, nécessiterait des efforts d'investissement et des changements de stratégie.

Conclusion

Les exportations agro-alimentaires tunisiennes vers la CEE ont enregistré, pendant la décennie 80, des résultats en régression et se sont progressivement limitées à quelques produits stratégiques. Les principales exportations demeurent l'huile d'olive, les agrumes, les dattes et les poissons et produits de la mer. Chacun de ces produits a enregistré une évolution spécifique. Toutefois, les facteurs déterminants de ces résultats demeurent essentiellement le niveau de la production locale et sa qualité, le niveau de la consommation tunisienne, le niveau de la demande d'importation communautaire et le degré de la concurrence sur les marchés importateurs des produits tunisiens.

L'analyse du degré de compétitivité de ces exportations a été située à divers niveaux de l'analyse économique. L'analyse des résultats à l'exportation a été expliquée par des variables macro-économiques relatives à l'environnement économique communautaire et par des variables relatives à l'état des diverses filières tunisiennes des produits exportés.

L'analyse du degré d'adaptation de l'offre d'exportation tunisienne à la nature ainsi qu'à la qualité de la demande d'importation étrangère, montre un manque de performance dans les résultats de certains produits. Ainsi, les huiles d'olive et les agrumes ont peu suivi les changements dans la demande d'importation de leurs principaux marchés à l'exportation respectivement l'Italie et la France. Ce manque de performance s'est traduit par des diminutions simultanées des quantités exportées et des parts de marché des deux produits considérés. L'explication de tels résultats se trouve à différents niveaux.

Au niveau de l'économie agricole tunisienne, les secteurs oléicole et agrumicole connaissent des problèmes structurels assez importants. Au niveau de la production, il y a un manque d'entretien des plantations, vieillissement des vergers de "maltaise" et de l'oliveraie du Sahel, ainsi qu'un manque d'eau pour les agrumes. Pour le conditionnement, la qualité de l'emballage reste en deçà des exigences des marchés importateurs, ceci est surtout vrai pour les agrumes. De plus, la qualité des huiles est encore peu adaptée à la demande des marchés importateurs.

Ensuite, au niveau des marchés d'importation, la concurrence est de plus en plus vive, après l'entrée de l'Espagne, du Portugal et de la Grèce dans le marché communautaire. Ces trois pays ont largement contribué à l'augmentation des disponibilités alimentaires de la CEE. Ainsi, la CEE est devenue excédentaire en huile d'olive et même exportatrice nette en huiles végétales. Les disponibilités en agrumes ont, quant à elles, considérablement augmenté et les 10% de consommation totale qui sont encore importés, sont partagés entre les pays tiers fournisseurs, dans un climat de très forte concurrence.

L'avenir des exportations d'huile d'olive vers la CEE reste largement tributaire de la politique communautaire des matières grasses en termes de consommation, de commercialisation et d'exportation. L'orientation des exportations tunisiennes d'huile d'olive vers d'autres marchés hors CEE, se présente de plus en plus comme une alternative indispensable à leur maintien.

Pour les agrumes, bien que les quantités exportées soient peu importantes dans le total des importations de la CEE, une meilleure compétitivité nécessite la spécialisation dans les exportations de "maltaise". Cette spécialisation, doit être accompagnée par des actions commerciales et de marketing qui mettent en valeur la qualité du produit.

Pour ce qui est des autres produits, à savoir les dattes et les produits de la mer, les résultats sont différents. Les exportations de dattes ont bénéficié de l'augmentation de la production locale ainsi que de l'amélioration de sa qualité. Elles ont également profité des diverses mesures d'encouragement à l'exportation développées par l'Etat tunisien dans les années 80. Au niveau du marché de la CEE, ces exportations ont profité du retrait partiel des dattes de l'Iraq du marché italien, pour augmenter leurs parts de marché. La demande communautaire de dattes est en progression mais la concurrence des exportations algériennes et des réexportations françaises peut engendrer des difficultés d'écoulement. Des stratégies de marketing, basées sur un label de "produit naturel unique et haut de gamme", et d'autres de promotion, sont nécessaires, pour assurer l'avenir des exportations.

Quant aux produits de la mer, ils sont encore peu importants par rapport au niveau de la demande d'importation de la CEE. Bien qu'elles soient compétitives, ces exportations ont de faibles parts de marchés. La production tunisienne est très faible, comparée à celles des pays concurrents sur les marchés d'exportation. De plus, la concurrence de la consommation tunisienne est grande, ce qui accentue l'irrégularité des exportations. Cependant, les récentes mesures de politique agricole sont orientées vers le développement de l'aquaculture. L'expansion de cette culture permettra un approvisionnement régulier et plus important bien que des risques de gestion et de maîtrise technique existent. L'aquaculture se présente actuellement en tant qu'opportunité pour l'expansion des exportations mais leur compétitivité nécessite une maîtrise totale des coûts de production.

Les exportations agro-alimentaires tunisiennes vers le marché de la CEE ont également concerné des produits qui ont progressivement régressé. Il s'agit des fruits frais autres que les agrumes, des épices, des conserves de fruits et légumes et des légumes frais. La régression de ces exportations résulte d'un manque de compétitivité d'une part, et de mesures communautaires d'écoulement plus restrictives d'autre part. Le manque de compétitivité résulte d'un renchérissement des prix sur le marché local et de l'augmentation progressive de la demande interne. La croissance rapide de l'urbanisation, l'évolution du niveau de vie et l'augmentation de la population sont autant de facteurs qui ont contribué à l'augmentation de la demande locale. La consommation annuelle par habitant de fruits et légumes frais en Tunisie est en progression et fait partie des plus élevées en Méditerranée. Par ailleurs, la CEE bénéficie d'un grand potentiel de production et importe par le biais d'accords préférentiels de grandes quantités de légumes et de fruits de divers pays. Les quotas distribués entre les pays tiers fournisseurs sont inégalement répartis, ceux accordés à la Tunisie sont faibles et soumis à des taxes dissuasives.

L'étude des exportations agro-alimentaires tunisiennes montre que leur évolution, ainsi que leur compétitivité, sont de plus en plus expliquées par les théories des échanges intra-branche développées par B. BALASSA, H. GRUBEL, H. LASSUDRIE-DUCHENE et J.L. MUCCHIELLI. Ces théories retiennent divers principes explicatifs des échanges, il s'agit des avantages comparatifs les plus importants, de la concurrence monopolistique et de la différence de position dans les gammes de produits.

Les variables retenues pour traduire ses divers principes sont nombreuses. La variable retenue par notre étude, à savoir la part de marché ou "avantage révélé" d'après BALASSA, traduit la nature de la concurrence, et la position qu'occupe le produit exporté dans la gamme des produits offerts sur le marché à l'exportation. Nous remarquons que les exportations tunisiennes ont enregistré des améliorations et ont bénéficié de parts de marché importantes à partir du moment où elles ont développé une stratégie de différenciation du produit et ont tenté de se rapprocher de la concurrence monopolistique. La consolidation de cette politique apparaît en tant que moyen efficace pour le maintien et l'expansion des exportations. Les exportations agro-alimentaires tunisiennes bénéficient d'une bonne image de marque, elles portent sur des produits naturels haut de gamme et de bonne réputation. Malgré tous les problèmes rencontrés, des marges d'amélioration restent possibles : il s'agit de confirmer la différenciation des produits tunisiens par un meilleur contrôle de la qualité et par des politiques commerciales de valorisation et de promotion.

Dans notre étude, nous avons également chercher à estimer le degré de compétitivité des sociétés d'exportation. Notre hypothèse de départ était que la contribution de ces sociétés est déterminante dans les résultats des exportations. L'étude détaillée des contraintes, des moyens, des objectifs et des stratégies commerciales de ces sociétés, a contribué à une meilleure explication des réalisations macro-économiques.

Notre analyse est basée sur un ensemble de données qualitatives dont la collecte nous a conduit à élaborer des entretiens avec les responsables commerciaux de diverses sociétés. Une enquête appropriée nous a servi de guide d'entretien. Diverses analyses des informations requises nous ont permis de différencier le travail des sociétés, par type de produit exporté, ou par année de création. Néanmoins, le travail des exportateurs est grosso modo le même pour l'ensemble des sociétés enquêtées.

En conclusion de ces analyses, nous caractérisons le travail des sociétés d'exportation par leurs sources de compétitivité et par leurs points faibles.

Tout d'abord, les sociétés d'exportation des produits agro-alimentaires vers le marché de la CEE, sont fortement spécialisées dans le travail à l'exportation. Ces sociétés sont de petites tailles, avec de

faibles moyens financiers. Elles travaillent essentiellement dans un cadre familial et sans aucune formation professionnelle appropriée. Pour assurer leur compétitivité, elles concentrent leurs exportations sur un petit nombre de pays et sur quelques clients fidèles et solvables à l'intérieur d'un même pays. Leurs efforts de promotion des exportations se résument à un contrôle de la qualité, de la fraîcheur et de la présentation de leurs produits. Ces sociétés sont cependant peu renseignées sur l'évolution des critères de la distribution ainsi que de la consommation dans les pays importateurs. Leurs sources d'information sont limitées aux institutions tunisiennes et les pratiques de marketing sont très réduites. L'environnement économique tunisien s'est sensiblement amélioré au cours de la décennie 80, mais des améliorations dans l'infrastructure locale et dans le service du transport sont indispensables à l'amélioration de la qualité de l'expédition des produits exportés. Leurs objectifs résident essentiellement dans l'expansion par la recherche de nouveaux marchés et par l'augmentation et la diversification de leurs exportations. La majorité des sociétés possèdent des stations de conditionnement qui sont toutefois sous-exploitées. L'amélioration de la rentabilité des sociétés nécessite une meilleure exploitation de leur potentiel de production par la diversification de l'activité ou bien par l'étalement de leur saison d'exportation. Ces sociétés bénéficient, par rapport aux concurrents étrangers, d'une main-d'oeuvre bon marché. Les stratégies commerciales des sociétés d'exportation s'insèrent dans une logique de minimisation des dépenses, le passage vers une logique de maximisation des profits nécessite des efforts considérables d'investissement et un changement profond dans les diverses pratiques commerciales.

Le manque de compétitivité des exportations tunisiennes est, au delà des considérations de coûts et de dotation en facteurs de production, variables déterminantes dans les théories de la dotation factorielle développées par E. HECKSCHER, B. OHLIN et SAMUELSON, sensible à la faiblesse des facteurs "coopérants" (efficacité des services, formation des hommes,...) mis en évidence par LEONTIEF. Contrairement à ce que développe la théorie libérale de MARSH, préconisant la spécialisation comme source de bénéfice pour un petit pays, la politique tunisienne tente la carte de la diversification pour mieux gérer le risque de commercialisation sur un marché international où le poids des exportations de la Tunisie n'est pas très élevé et parfois très faible.

Enfin, nous soulignons que l'avenir des exportations agro-alimentaires tunisiennes dépend largement de l'amélioration de l'environnement économique local, de l'état des diverses filières des produits exportés ainsi que de la qualité du travail des sociétés d'exportation, notamment de politiques commerciales plus offensives et de pratiques de promotion basées sur la qualité déjà reconnue du produit de Tunisie. Le marché communautaire est de plus en plus concurrentiel pour l'ensemble des produits agro-alimentaires méditerranéens et une adaptation aux conditions de cette évolution sous-entend une meilleure compétitivité des produits tunisiens.

Bibliographie

ALLAYA, (M.).- L'économie des fruits et légumes. - Chania: Institut Agronomique Méditerranéen, nov 1990, 6p.

ALLAYA, (M.).- Prévision des échanges extérieurs.- Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM.), mars 1989.

ALLAYA, (M.), LAURET, (F.).- Statistiques des fruits et des légumes en Méditerranée : production, consommation, échanges. - Montpellier: Institut Agronomique Méditerranée (IAM), 1990. - 173p.

ALLAYA, (M.).- Les politiques de production et de consommation alimentaire dans les pays du Maghreb. - Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM.) - 17p.- (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture, 6-8 mai 1986, Rome).

ALLAYA, (M.), CAZALET, (L.).- Annuaire des Economies Agricoles et Alimentaires des Pays Méditerranéens et Arabes: Tunisie; Production, Consommation, Echanges. - Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), août 1992. - (MEDAGRI).

ALLAYA, (M.), LABONNE, (M.), PAPAYANNAKIS, (M.).- Les échanges agro-alimentaires méditerranéens : enjeu mondial.- Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), 1988.- 307p.- (Options Méditerranéennes)

ALLAYA, (M.), FOURNIER, (R.).- Annuaire des économies agricoles et alimentaires des pays méditerranéens arabes. - Montpellier: I A M, mars 1992. - 308p. - (MEDAGRI).

ALLAYA, (M.), BONTOSOGLOU, (V.).- Tunisie: Le secteur agricole et ses perspectives à l'horizon 1990. - Montpellier: I A M, 1980 . - 120p. - (C I H E A M - Commission CEE)

ALLAYA, (M.), ALLAYA, (M.C.), MADELAINE, (C.), PAPAYANNAKIS, (M.).- Alimentation et Agriculture en Méditerranée: autosuffisance ou dépendance ? - Montpellier: Publisud, 1984 - 214p.

BANQUE CENTRALE DE TUNISIE, (BCT).- Statistiques financières.- Tunis: BCT, décembre 1991.- 84p.- (publication trimestrielle).

BENISSAD, (M.E.). - Economie internationale.- Paris: Publisud, 1983.- pp 183-223.

BICHARA, (K.).- Le grand Maghreb et l'Europe: enjeux et perspectives.- France: Publisud, Quorum, 1992. - 263p., Centre d'Etudes et de Recherche sur le Monde Arabe Contemporain, (CERMAC).

BICHARA, (K.).- Le point et le fossé: la Méditerranée dans les échanges économiques Euro-Arabe. - Louvain-la-Neuve: Centre d'Etudes et de Recherche sur le Monde Arabe Contemporain (CERMAC), 1989. - 45p. (cahier n° 64)

BLAXALL, (M. et al.).- Stratégies de croissance des exportations de produits de la mer tunisiens. - Tunis: Direction Générale de la Planification et du Développement de l'Investissement Agricole (DGPDIA.), 1991.- 124p. - (Projet de mise en oeuvre de la politique agricole).

BOURANTAS, (D.).- Economie et échanges agro-alimentaires internationaux de la Grèce: une note schématique sur la compétitivité internationale. - Montpellier : Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), mars 1989. - 25p.- (Unité de valeur 24: marchés internationaux et développement).

BOURANTAS, (D.).- La compétitivité dans les échanges internationaux.- Montpellier : Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), nov.1990, 50p.- (Unité de valeur 24: marchés internationaux et développement).

CENTRE DE PROMOTION DES EXPORTATIONS (CEPEX).Tunis.- Le commerce extérieur de la Tunisie. - 1991.- 24p.

CENTRE DE PROMOTION DES EXPORTATIONS (CEPEX) Tunis.- La part de la Tunisie comparée à celles du Maroc, de la Turquie et de Chypre, dans les importations mondiales des produits agro-alimentaires. - Tunis, mai 1991. - 26p.

CHAREF, (A.).- Evolution de la filière dattes en Tunisie: de l'autoconsommation à l'extraversion.- Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), 1989.- 132p.- (Thèse Master of Science).

CHESNAIS, (F.).- Science, technologie et compétitivité.- in STI revue n°1, automne 1986, technologie et emploi; flux internationaux de technologie; science; technologie et compétitivité. OCDE Paris.

COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES Bruxelles.- Commerce extérieur: tableaux analytiques. (dépouillement systémique des publications de 1980 à 1991).

DE LACHARRIERE, (G).- Commerce extérieur et sous-développement.- Paris: Presses Universitaires de France, 1964.- 279p.

DELEGATION DE LA CEE ,Tunisie.- L'huile d'olive en Tunisie.- Tunis: rapport du 15/12/89. - pp 80 à 110.

Dix mesures pour relancer les exportations.- in: *L'économiste maghrebin*, n°84, quinzaine du 21/7 au 03/8/1993, pp11-16.

Dossier: agro-alimentaire au rendez-vous.- in: *L.S.A.*, 1992, pp 64-75.

DUBOIS, (P.L.), JOLIBERT, (A.).- Le marketing fondement et pratiques.- Paris: Economica, 1989.- 675p.-(Série Politique générale, finance et marketing).

GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL DES DATTES (GID), Tunis.- Rapport sur le déroulement de la compagne agricole de dattes.- Janvier 1992.- 8p.

GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL DES DATTES (GID), Tunis.- Rapport sur les exportations normales des dattes au cours de la compagne 1990-1991.- Janvier 1992.- 13p.

HASSAÎNYA (J).- Irrigation et développement agricole: l'expérience tunisienne.- Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), 1991.- pp 131-132.- (Options méditerranéennes, Série B: Etudes et recherches n°3).

INSTITUT DES ETUDES QUANTITATIVES (IEQ), Tunis.- Evolution des parts de marché de la Tunisie.- Tunis, mai 1991.- 23p.

KOUKI, (K.).- Les effets de l'association Tunisie-CEE sur les exportations agricoles de la Tunisie: résultats et perspectives.- Tunis: Faculté des sciences économiques et de gestion, octobre 1987.- 135p.- (mémoire du Diplôme d'Etudes Approfondies (D E A) en Sciences Economiques).

KRUGMAN, (P. R.), OBSTFELD, (M.).- Economie internationale.- Bruxelles: De Boeck, 1992.- 862p.- (Prémisses, ouvertures économiques).

LASRAM, (M.).- Les systèmes agricoles oasiens dans le sud de la Tunisie.- Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), 1990.- pp 21-29.- (Options méditerranéennes, Série A: Séminaires méditerranéens, n°11).

LABONNE, (M.).- Problématique des échanges et compétitivité internationale.- Tunis (Sidi Thabet): Séminaire d'information et de formation sur la politique agricole tunisienne et les restructurations économiques internationales.- 26 novembre-6 décembre 1991.

LEONTIEF, (W., et al.).- 1999: l'expertise de Wassily Léontief: une étude de l'Organisation des Nations Unies (ONU) sur l'économie mondiale future.- Paris: Dunod, 1977.- 248p.

Made in Tunisia: 1990-1991 le guide des industries tunisiennes.- Tunis: CERES Productions, 1990.- 297p.

MARONICOLAKI, (M.).- Facteurs déterminants des performances des industries agro-alimentaires grecques en matière d'exportation.- Montpellier: Institut Agronomique Méditerranéen (IAM), 1991.- 177p.- (Thèse Master of Science).

MEDDEB, (S.).- Les exportations tunisiennes des produits de la mer: réalités et perspectives.- Tunis: Institut Supérieur de Gestion (ISG), 1990.- pp 83-84.

MOUSSA, (M.).- L'Etat et l'agriculture en Tunisie: essai sur l'intervention de l'Etat dans le secteur agricole. - Tunis: Centre d'Etudes, de Recherche et de Publication de l'Université de Droit, d'Economie et de Gestion, 1988. - 634p.

MUCCHIELLI, (J.L.), SOLLOGUOB, (M.).- Fondements théoriques et analyses empiriques.- Paris: ECONOMICA, 1989.- pp 1-215.

NAJAAR, (F.).- Perspectives de commercialisation de l'huile d'olive tunisienne dans la communauté élargie.- Nantes: Faculté des Sciences Economiques.- 1984.- (mémoire de DEA).

NEZEYS, (B.).- Commerce international, croissance et développement.- Paris: ECONOMICA, 1985.- 304p.

PAOLETTI, (F.).- La Tunisie et les normes de la CEE: les entreprises exportatrices vont devoir s'adapter aux normes européennes.- in: *Jeune Afrique Economie*, n°155, mai 1992, pp 46-48.

PEREZ, (R.).- La Méditerranée: fracture ou trait d'union entre l'Europe et les pays du sud?. - Montpellier: Institut National de la Recherche Agronomique (INRA), 1987. - 24p. (CIHEAM-IAMM).

SETHOM, (M.).- Pouvoir urbain et paysannerie en Tunisie: qui sème le vent récolte la tempête.- Tunis: CERES Productions, 1992.- 393p.

Spécial Tunisie.- in: *Marchés tropicaux et méditerranéens*, 24 juillet 1992, pp 1953-1987

The enlarged european community and the Mediterranean.- in: *The Jerusalem Journal of International Relations*, vol 10, n°3, septembre 1988, pp 1-135 (The Leonard Davis Institute for International Relations).

TOVIAS, (A.).- The impact of the southern enlargement of the european community on its system of foreign relations. - Jerusalem, the Hebrew University, 1987.- 29p.

TUNISIE. INSTITUT DES ETUDES QUANTITATIVES (IEQ).- Echanges extérieurs et incitation par les prix du secteur agricole.- septembre 1991.- 18p.

TUNISIE. INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE (INS).- Annuaire statistique de la Tunisie.- (différents volumes).

TUNIS. Délégation de la CEE.- L'huile d'olive en Tunisie.- Rapport du 15/12/1989.- pp 80-110.

TUNISIE. Ministère de l'Agriculture.- Relations Tunisie-CEE dans le domaine agricole et perspectives d'avenir.- Tunis: Direction Générale de la Planification et du Développement de l'Investissement Agricole (DGPDIA), mai 1991.- 21p.

TUNISIE. Ministère de l'Agriculture.- Stratégie de développement du secteur des agrumes. - Tunis: Direction Générale de la Planification et du Développement de l'Investissement Agricole (DGPDIA), Janvier 1992. - 29p.- (Groupement Interprofessionnel des Agrumes et des Fruits).

TUNISIE. Ministère de l'Agriculture.- La mise en oeuvre de la politique agricole: performances et perspectives. - Tunis: Direction Générale de la Planification et du Développement de l'Investissement Agricole (DGPDIA), mai 1989. - (Séminaire 24-25 mai 1989).

TUNISIE. Ministère de l'Agriculture.- Etude sur la commercialisation des produits destinés à l'exportation: les dattes.- Tunis: Direction Générale de la Planification et du Développement de l'Investissement Agricole (DGPDIA), Ithaca International Limited, Mission spéciale américaine de Coopération Economique et Technique (USAID),1990.- 118p.- (Projet de mise en oeuvre de la politique agricole).

TUNISIE. Ministère de l'Agriculture.- Enquête agricole de base 1991. - Tunis: Direction Générale de la Planification et du Développement de l'Investissement Agricole (DGPDIA), 1991.

TUNISIE. Ministère de l'Agriculture.- L'agriculture tunisienne: potentialités, performances actuelles et perspectives de développement.- Tunis: Ministère de l'Agriculture, mai 1992.- 46p.

TUNISIE. Ministère de l'Agriculture.- L'oléiculture tunisienne: activités de recherche-développement.- Sfax: Institut de l'olivier, 1986.- 40p.

TUNISIE. Office National de l'Huile.- Situation du secteur oléicole: propositions pour son développement.- 1986.- 18p.

TUNISIE. Office National de Huile .- Commercialisation et politique des prix des huiles.- 1990, 18p.,Séminaire international sur l'économie de l'olivier: Tunis 20-22 janvier 1987.- Rôle économique et social de l'olivier en Tunisie. - La Kasba: SAGEP.-16p.

Tunisie: arbres fruitiers.- in: *Afrique agriculture,* n°135, novembre 1986, pp 16-20.

Tunisie: les entreprises exclusivement exportatrices in: *Maghreb développement* , n°134, 1er trimestre 1991, pp 1-9. (étude de l'Agence de Promotion des Investissements).

WHITE (G.B.).- Résumé du rapport "étude sur les articles d'exportation: les vins".- ITHACA International Ltd,

Annexes

1- Tableaux

Tab.1: L'économie tunisienne : ouverture sur le marché mondial

Année	Val. Ajoutée agr.et alim. dans le PIB (1) en %	coef.d'ouverture de l'économie		Taux de croissance annuels des commerces			
		globale	agricole et alimentaire.	total en %		agricole en %	
				I	E	I	E
1979	17	82.6					
1980	17	86.6	50	25.6	25		
1981	17	93	62	29	21	34.5	66
1982	15.5	83	53	3.7	-0.5	-7	-12
1983	15	80	55	12.7	13	25	-5
1984	17	79.5	54	16.5	9	17	50
1985	18	71	43	-6	6.6	-6	-0.7
1986	16.6	68	48.6	1	-6	2.6	20.5
1987	18	71	42	6.4	32	-4.6	30.9
1988	15	84.5	71	25.7	31	69	14
1989	15	90	73.7	24.4	11	18	9

Source : nos calculs d'après les statistiques de l'Institut National de la Statistique (I.N.S.) de Tunis

(1) : Contribution de la valeur ajoutée agricole et alimentaire dans le PIB.
I : Importations
E : Exportations

Tab.2: Evolution du commerce extérieur 1979-1991

prix courants en millions de DT

Année	Import I.	Export E	Solde E-I	Taux de couvertureE /I (%)	Taux de croissance annuel en %	
					Im	Ex
1979	1157	727	-430	63	29	55
1980	1428	905	-524	63	24	25
1981	1866	1233	-633	66	31	36
1982	2002	1169	-833	58	7	-5
1983	2106	1281	-826	61	5	10
1984	2509	1399	-1110	56	19	9
1985	2287	1443	-844	63	-9	3
1986	2304	1404	-900	61	1	-3
1987	2509	1771	-738	71	9	26
1988	3167	2056	-1112	65	26	16
1989	4151	2782	-1369	67	31	35
1990	4826	3087	-1739	64	16	11
1991	4789	3430	-1359	72	-1	11

Source : Statistiques du commerce extérieur, années 1979/89. Institut National de la Statistique (I.N.S), Tunis.

Tab.3: Evolution des échanges avec les principaux ensembles économiques

Les importations:

(en valeurs de millions de dinars tunisiens)

Année	C.E.E.	A.E.L.E	M.A	Pays A.O	Pays.S	A.Pays	Total
1979	653	47	8	87	51	312	1157
1980	830	52	12	138	67	329	1428
1981	1036	65	17	217	88	484	1907
1982	1320	74	28	62	92	427	2008
1983	1351	115	32	31	90	497	2116
1984	1489	82	82	54	167	566	2439
1985	1403	83	166	29	141	466	2287
1986	1441	81	79	91	97	515	2304
1987	1696	88	110	90	140	385	2509
1988	2115	88	126	76	137	626	3167
1989	2777	115	159	142	300	658	4151
1990	3390	143	167	140	595	391	4826
1991	3431	168	184	57	259	689	4789

en pourcentage

Année	C.E.E.	A.E.L.E	M.A	Pays A.O	Pays.S	A.Pays	Total
1979	56	4	0.7	7	4	27.0	100
1980	58	4	1	10	5	23.0	100
1981	54	3	1	11	5	25.4	100
1982	66	4	1.4	3	5	21.5	100
1983	64	5	1.5	2	4	23.5	100
1984	59	3	3	2	7	24.8	100
1985	61	4	7	1	6	20.4	100
1986	62	4	3	4	4	22.5	100
1987	68	4	4	4	6	15.3	100
1988	67	3	4	2	4	19.8	100
1989	67	3		3	7	16	100
1990	70	3	3	3	12	8	100
1991	71	4	4	1	5	14	100

AELE : Association Européenne de Libre Echange
MA : Magreb Arabe
Pays AO : pays Arabes d'Orient
Pays S : autres pays d'Europe
A pays : autres pays

Tab 3: Les exportations

(en valeurs de millions de dinars tunisiens)

Année	C.E.E.	A.E.L.E	M.A	Pays A.O	Pays.S	A.Pays	Total
1979	415	10	34	7	16	235	727
1980	484	4	25	10	24	358	905
1981	639	35	81	18	33	429	1234
1982	670	16	60	17	40	366	1168
1983	802	5	41	17	46	369	1281
1984	832	36	82	19	34	397	1399
1985	932	24	64	20	44	358	1443
1986	986	13	81	50	60	198	1388
1987	1398	23	76	38	56	180	1771
1988	1529	15	95	66	66	86	2056
1989	2049	15	194	81	83	360	2782
1990	2401	21	236	80	124	226	3087
1991	2616	28	286	57	114	316	3417

en pourcentage

Année	C.E.E.	A.E.L.E	M.A	Pays A.O	Pays.S	A.Pays	Total
1979	59	1	5	1	2	32	100
1980	53	0.4	3	1	3	41	100
1981	52	3	7	2	3	35	100
1982	57	1	5	1	3	31	100
1983	63	0.4	3	1	4	29	100
1984	60	3	6	1	2	29	100
1985	65	2	5	1	3	25	100
1986	71	1	6	4	4	14	100
1987	79	1	4	2	3	10	100
1988	74	1	5	3	3	14	100
1989	74	0.5	7	3	3	13	100
1990	78	1	8	3	4	7	100
1991	77	1	8	2	3	9	100

Source : Institut National de la Statistique

Tab.4: Evolution du commerce extérieur tunisien avec la C.E.E.

(valeurs en millions de dinars)

Année	Import I	Export E	Solde E-I	Taux de couverture E/I (%)	Taux de croissance en %	
					I	E
1979	653	415	-238	64		
1980	830	484	-346	58	27	17
1981	1104	739	-365	67	33	52
1982	1320	670	-650	51	20	-9
1983	1351	802	-549	59	2	20
1984	1489	832	-657	56	10	4
1985	1403	932	-471	66	-6	12
1986	1441	986	-454	68	3	6
1987	1696	1398	-299	82	18	42
1988	2115	1529	-585	72	25	9
1989	2777	2049	-728	74	31	34
1990	3369	2374	-995	70	21	16
1991	3431	2610	-821	76	2	10

Source : Annuaires statistiques de la Tunisie, I.N.S.

Tab.5: Evolution de la balance commerciale des produits agricoles et alimentaires

(en 1000 D)

Année	Import Ia	Export Ex	Solde	Taux de couverture	Ia/It (1)	Ea/Et(2)	Da/Dt (3)
1980	223014	73839	-149175	33	16	8	28
1981	300019	122451	-177568	41	16	10	28
1982	278776	107733	-171043	39	14	9	20
1983	347835	102573	-245362	29	16	8	29
1984	405726	153689	-252037	38	17	11	24
1985	380382	152599	-227783	40	17	11	27
1986	390184	183907	-206277	47	17	13	23
1987	372170	240730	-131440	65	15	14	18
1988	629417	274944	-354473	44	20	13	32
1989	743037	299613	-443424	40	18	11	32
1990	641507	365849	-275658	57	13	12	16
1991	399800	533600	+133800	134	8	16	—

Source : les statistiques de l'I.N.S., Tunis

(1) Ia/It : Import agricole sur Import total
(2) Ea/Et : Export agricole sur Export total
(3) Da/Dt : Déficit agricole sur Déficit total

Présentation des sociétés

Nom	Année	Capital
SKOURI	1979	320000
CEPA	1956	20000
AQUACULTURE TUNISIENNE	1989	8000000
PAPY PECHE	1989	100000
HORCHANI DATTES	1987	200000
CFCTI	1991	50000
PERSONNE MORALE	1990	10000
SOCOPAK	1986	450000
NAMOUCHI AMOR	1954	
SIPAM	1977	308000
HADJ MAMI ET FILS	1987	10000
SCAAM	1956	319000
HADJ SLIMEN BOUDJEBEL	1957	300000
SOPROCIT	1990	160000
SLIM	1976	210000
FRIMAR	1980	120000
FRUIT CENTER	1989	142000
SDPM	1983	200000
SOBADAT	1981	90000
MEDI PECHE EL GHOUL	1986	150000
LES AGRUMES DU GOLF	1976	300000
SICOPRIM	1956	100000
OTD HAMMAMET	1971	
SOLA EXPORT	1989	850000

2- Questionnaire d'enquête

1. Présentation de la société
- Nom
- Adresse
- Date de création , capital
- Nombre d'employés

Quelles sont les activités de la société?
Quelles sont les principaux équipements?
Quelle est la contribution de l'exportation dans la formation de votre chiffre d'affaires ?
Depuis quand avez-vous commencé l'activité d'exportation?
Quelles différenciations caractérisent vos produits exportés par rapport à ceux des concurrents?
Combien de personnes travaillent pour l'exportation?

2. Les motifs internes et externes d'exportation
- Quelles étaient les raisons internes à la société qui l'ont encouragée à se lancer dans l'exportation?
- A quels facteurs votre activité d'exportation est-elle liée? Recherche de marges intéressantes, existance d'un grand potentiel de production, choix de diversification des activités, demande sur les marchés étrangers?
- Quelles sont les raisons externes à la société qui vous ont encouragé à exporter? Facilités à l'exportation, offre excédentaire sur le marché local, prix intéressants sur les marchés étrangers, ...?

3. Les performances de l'exportation
Le responsable commercial:
- Formation, expérience professionnelle, langues étrangères parlées, autre fonction dans l'entreprise.
- Nombre de clients et pourcentage des ventes effectuées avec les trois plus importants clients, en 1991, 1990, 1989.
- Pourcentage des ventes effectuées avec les deux pays les plus importants, en 1991, 1990, 1989
- Comment évolue la demande de vos produits?
- Quels sont les produits les plus demandés et à quelles périodes?

4. Stratégies commerciales
- Comment se présentent vos produits?
- Quelles sont les qualités de vos produits?
- De quelle manière cherchez-vous à promouvoir une marchandise?
- Comment se fixent les prix de vos produits? Proposition du client, coût d'achat de la matière première, prix de revient, prix des concurrents, quantité à la commande?
- A quel niveau se situent vos prix par rapport à ceux des concurrents?
- Les prix diffèrent-ils selon le client, le pays importateur et pourquoi?
- Travaillez-vous pour l'exportation, avec des détaillants tunisiens, des grossistes tunisiens, des représentants exclusifs, des étrangers, des contrats, autres ?
- Vos produits sont-ils vendus sous une marque propre, la marque des clients, sans marque?
- Comment se déterminent les délais de paiement? Et diffèrent-ils selon le produit, le pays ou le client? Si oui, pourquoi?

5. Efforts de marketing des exportations
- Faites-vous ou consultez-vous des études sur les marchés étrangers?
- Qu'est-ce qui vous intéresse le plus dans ces études?
- Comment et auprès de qui vous informez-vous sur les marchés étrangers?
- Avez-vous participé à des foires locales ou internationales?
- Faites-vous des ventes directes? Sont-elles un moyen de valorisation des produits? Comment?
- Comment s'effectue le contact avec les clients?
- Qelles sont les caractéristiques d'un bon client?
- Assurez-vous des services après vente?
- Faites-vous de la publicité pour vos produits, lesquels?
- Que pensez-vous de la publicité comme moyen de promotion des exportations?
- Vos concurrents sont-ils nombreux, en Tunisie, à l'étranger, pour quels produits?
- Comment voyez-vous cette concurrence?

D'après vous, pour mieux exporter, sur quoi faudrait-il plutôt se concentrer?
Qu'est-ce qui vous permet de réussir le plus à l'exportation?
Qu'est-ce qui est le plus important pour votre société? Des prix inférieurs à ceux des concurrents, un

produit apprécié par le client, mais payé plus cher que ceux des concurrents?

6. Environnement économique
- Que pensez-vous de l'infrastructure locale?
- Comment intervient l'Etat pour vous aider à exporter? Quels sont ses moyens? Coopérez-vous avec d'autres sociétés pour l'exportation?
- Existe-t-il des centres tunisiens à l'étranger pour la promotion des exportations?
- Les dévaluations récentes du Dinar ont-elles eu des conséquences pour vos exportations? Lesquelles?
- Quelles seraient les mesures à prendre pour vous aider à mieux exporter?
- Comment trouvez-vous les procédures administratives?
- Quels sont sont vos objectifs -immédiats, à moyen et à long terme-, en matière d'exportation?

7. Relations avec les commissionnaires
- Confiez-vous votre marchandise à des commissionaires? Comment se fait le contact? Quelle information recevez-vous d'eux? Combien de fois par an les voyez-vous? Comptez-vous changer de commisssionaire? Pourquoi?
- Y a-t-il un changement dans les demandes de vos commissionnaires?

8. Difficultés liées à l'exportation
- Etes-vous producteur de vos produits? Lesquels?
- Auprès de combien de fournisseurs vous approvionnez-vous?
- Quels problèmes pouvez-vous avoir avec eux?
- Qu'est-ce qui détermine le prix à l'achat du produit que vous exportez? Concurrence, qualité, offre, demande?
- Vos fournisseurs sont-ils des producteurs ou des intermédiaires?
- Quels sont les problèmes techniques qu'a connus la société?
- Quels changements administratifs seraient nécessaires pour faciliter l'exportation? Autorisation, réglementation? Démarches administratives, autres?
- Quels sont les problèmes les plus fréquents? Finances, organisation, administration, concurrence?

3- Liste des tableaux des annexes

Tab.1 - L'économie tunisienne : ouverture sur le marché mondial 101
Tab.2 - Evolution du commerce extérieur 1979-1991 102
Tab.3 - Evolution des échanges avec les principaux ensembles économiques 103
Tab.4 - Evolution du commerce extérieur tunisien avec la C.E.E. 105
Tab.5 - Evolution de la balance commerciale des produits agricoles et alimentaires 105

Présentation des sociétés 106

Liste des tableaux et graphiques du texte

Tab.1 : La structure des échanges par secteur de 1986 à 1991 12
Tab.2 : Exemple de calcul de l'indicateur de l'avantage relatif de la filière agro-alimentaire en Tunisie en 1979 13
Tab.3 : Avantage relatif de la filière A-A en Tunisie (pour la période 1979-1989) 14
Tab.4 : La balance commerciale agricole et alimentaire Tunisie-CEE (en millions de DT, prix courants) 14
Graphique 1: Les exportations agro-alimentaires tunisiennes: structure annuelle (par groupe de produits, valeur en 1000 Ecus) 21
Graphique 2: Les exportations tunisiennes vers la CEE : les dattes : unité la tonne 26
Graphique 3: Les exportations tunisiennes vers la CEE: les dattes : unité 1000 ECU 26
Tab.5: Les exportations tunisiennes de dattes par destination (Quantités en tonnes) 27
Tab.6: La concentration des exportations tunisiennes (en % des quantités) 27
Tab.7: Evolution de la production(Q1) des dattes et de la part de l'exportation(Q2) 28
Tab.8: La répartition de la marge brut entre les différents niveaux de la filière (en DT)1985/86 28
Tab.9: Marges brutes de conditionnement en D/T 1985/1986 29
Tab.10: Les exportations tunisiennes vers la C.E.E. (Q en tonnes) 29
Tab.11: Les importations de la C.E.E. par pays d'origine (Q en tonnes et P en %) 30
Tab.12: Les importations de la C.E.E.(toutes origines) (Q en tonnes) 30
Tab.13: Les importations de la France et les parts de marché des pays fournisseurs (Q en tonnes et P en %) 31
Graphique 4: Les importations françaises de dattes 1979/81: parts relatives des pays fournisseurs 31
Graphique 5: Les importations françaises de dattes, 1988/90, parts relatives des pays fournisseurs 32
Tab.14: Les importations de dattes en Italie (Q en tonnes) 33
Tab.15: Les importations de l'Italie et les parts de marché des pays fournisseurs (Q en tonnes et P en %) 33
Graphique 6: La structure des exportations tunisiennes vers la CEE, unité: la tonne 35
Tab.16: Les exportations tunisiennes d'agrumes par destination, unité : la tonne 35
Graphique 7: Les exportations tunisiennes d'agrumes vers la CEE, unité: la tonne 36
Graphique 8: Les exportations tunisiennes d'agrumes vers la CEE, unité: 1000 ECU 36
Tab.17: Evolution de la production en 1000 T 37
Tab.18: Les exportations tunisiennes de "sanguines" à destination de la CE (en tonnes) 38
Tab.19: L'évolution des parts de marché des fournisseurs du marché français 38
Tab.20: Taux de croissance annuelle de la demande d'importation de la France entre 1979/81 et 1988/90 (en %) 38
Tab.21: Taux de croissance annuelle de la demande d'importation de la CE par pays d'origine de 1979/81 à 1988/90 (en %) 39
Tab.22: La demande d'importation de la France en "maltaises" et oranges substituables du 16 octobre au 31 mars (en tonne) 39
Tab.23: Les parts de marché des fournisseurs de la France en "maltaises" et oranges substituables exportées du 16 octobre au 31 mars en % 39
Tab.24: Les exportations tunisiennes par destination: moyennes des réalisations de 1979 à 1990 (en tonnes) 40
Graphique 9: Les exportations tunisiennes d'huiles d'olive vers la CEE, en tonne 41
Tab.25: Valeur des exportations tunisiennes d'huiles : moyenne annuelle en 1 000 ECU de 1979 à 1990 41

Graphique 10: Les exportations tunisiennes d'huile d'olive vers la CEE, unité: 1000 ECU 42
Tab.26: Les exportations d'huiles d'olive à destination de la C.E.E.(1979/1990) (Q en tonnes, V en 1 000 ECU) 43
Tab.27: Les parts de marché des pays fournisseurs de la C.E.E. 43
Tab.28: Les importations de la C.E.E.: (unité la tonne) 43
Tab.29: Les importations de la C.E.E.: (unité la tonne) 44
Tab.30: Les parts de marché des pays fournisseurs de l'Italie 44
Tab.31: Les exportations tunisiennes d'huiles d'olive vers la France (Q en tonnes, V en 1 000 ECU) 45
Tab.32: Les parts de marché des pays fournisseurs de la France 45
Tab.33: Les importations françaises d'huiles d'olive (unité la tonne) 46
Graphique 11: Les exportations tunisiennes d'huile vers la CEE, prix unitaire de la tonne en 1000 ECU 46
Tab. 34: La moyenne des exportations par destination de 1979 à 1990 (quantités en tonnes, valeurs en ECU) 49
Graphique 12: Les exportations tunisiennes de produits de la mer vers la CEE: Quantité en tonnes 50
Graphique 13: Les exportations tunisiennes de produits de la mer vers al CEE: valeurs en 1000 ECU 50
Tab.35: L'évolution de la production et de l'exportation (quantités en 1 000 tonnes) 51
Tab.36: La flotte tunisienne de pêcherie par type de bateau 1981/1990 51
Graphique 14: La structure des exportations de produits de la mer en pourcentage des quantité, 1988/1990 52
Graphique 15: La structure des exportations de produits de la mer en1988/1990, en pourcentage des quantités 53
Graphique 16: Les exportations tunisiennes de produits de la mer vers la CEE: Quantité en tonnes 54
Tab.37: Les exportations tunisiennes destinées au marché de la C.E.E. 54
Tab.38: Les importations italiennes d'origine tunisienne, en 1988/1990 55
Tab.39: Les importations espagnoles d'origine tunisienne 55
Tab.40: Structure des prix des poissons tunisiens 56
Graphique17: Les exportations tunisiennes de fruits vers la CEE, unité la tonne 57
Graphique 18: Les exportations tunisiennes d'épices vers la CEE, unité la tonne 58
Graphique19: Les exportations tunisiennes de conserves de fruits et légumes vers la CEE (unité la tonne) 59
Graphique 20: Les exportations tunisiennes de légumes frais vers la CEE (unité la tonne) 60
Graphique 21: Un modèle de compétitivité 69
Tab.41: Effectif total des sociétés exportatrices et la taille de l'échantillon 70
Tab.42: Quantités exportées par les sociétés comparées aux réalisations nationales (1989/1991) 71
Tab.43: Classification des sociétés d'après l'année de création 71
Tab.44: Présentation de l'échantillon selon les produits exportés 71
Tab.45: Motifs de l'exportation 72
Graphique 22: Facteurs déterminants de la décision d'exporter 73
Tab.46: Répartition des ventes par pays et clients 73
Tab. 47: Les clients étrangers les plus importants 74
Tab.48: Sources d'information des importateurs 75
Tab.49: Aides de l'Etat aux importateurs 75
Tab.50: Principaux objectifs retenus par les exportateurs 78
Graphique 23: Objectifs des sociétés enquêtées 79
Graphique 24: Fonctions assignées à l'emballage pour son exportation 80
Tableau 51: Stratégie commerciale des sociétés selon les produits 82
Tab.52: Delais de paiement par type de produit 82
Tab.53: Nature des interventions de l'Etat souhaitée par type de produit 83
Tab.54: Pays concurrents des exportations tunisiennes 83

Les exportations agro-alimentaires tunisiennes vers le marché de la CEE: évolution, compétitivité et perspectives

Sommaire

Introduction 3

Chapitre 1 : La problématique des exportations tunisiennes 9

1. Constat: L'évolution des échanges commerciaux de la Tunisie 11
A - La balance commerciale totale: 1980-1991 11
B - L'évolution des échanges avec les principaux ensembles économiques: dominance de la CEE 12
C - La balance commerciale agricole et alimentaire: un déficit croissant 12

2. Les théories des échanges 15

3. La problématique des exportations et notes méthodologiques 19

Chapitre 2: L'offre d'exportation: analyses et perspectives 23

1- Introduction 25

2- Les dattes: une filière en expansion 25
A- Progression des exportations et diversification des débouchés 25
B- Un environnement économique local favorable 27
C- L'offre d'exportation: des parts de marché en progression et une plus grande compétitivité 29

3- Les agrumes: des exportations en difficulté 34
A- Les "sanguines": un manque de compétitivité? 38
B- La "maltaise": un atout pour la Tunisie 39

4- Les huiles d'olive 40
A- Les parts de marché: dominance des pays communautaires 42
B- Les huiles de Tunisie: pour une meilleure qualité 46
C- Un marché des huiles saturé dans la CEE 47
D- La réglementation des exportations tunisiennes d'huile d'olive vers la CEE 48
E- La filière huiles en Tunisie: contraintes et perspectives 48

5- Les poissons et produits de la mer 49
A- Des exportations soutenues et en progression continue 49
B- Une spécialisation dans les mollusques et coquillages 52
C- Vers une plus grande diversification des débouchés 53
D- De faibles parts de marché 54

6- Les exportations en régression 56
A- Les fruits autres que les agrumes 56
B- Les épices 57
C- Les concerves de fruits et légumes 58
D- Les légumes frais 60

7- Pour de nouvelles politiques d'exportation 62

Chapitre 3: Quelles stratégies pour les entreprises d'exportation 65

1- Les sociétés exportatrices des produits agro-alimentaires en Tunisie 70

2- Le choix de l'échantillon 70

3- Présentation de l'échantillon 71

4- Les sociétés d'exportation: stratégies et compétence 72
A- Une forte spécialisation dans l'exportation 72
B- Les motifs de l'exportation: expérience familiale ou incitations étatiques 72
C- Des stratégies commerciales peu offensives 73
D- Des efforts de marketing encore insuffisants 75
E- L'environnement économique local 75
F- Le rôle de l'Etat et de ses institutions 76
G- Les stratégies de développement 78
H- L'année de création en tant que critère de différenciation 80
I- Le produit en tant que critère de différenciation 81
J- La taille en tant que critère de différenciation 84

5- Les sources de compétitivité 84

6- Les points faibles des exportations 85

Conclusion 87

Bibliographie 93

Annexes 99
1. Tableaux 101
2. Questionnaire d'enquête 107
3. Liste des tableaux et figures 109

Sommaire 111

CSR Copies Service Reprographie
34980 St-Gély-du-Fesc - Tél. 67 84 27 66

CIHEAM

Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier
Série «Thèses & Masters»

Numéros parus

1/ **Fernandez Canadas (Priscilla),** 1987.- *Les importations de céréales pour l'alimentation animale en Espagne : l'impact de l'entrée dans la CEE.*- 135 p.
2/ **Koutsou (Stavriani)**, 1988.- *Impact de l'émigration sur les systèmes agraires et le marché foncier (Etude comparative de deux villages de la Thrace du Nord-Est de la Grèce).*- 102 p. + ann.
3/ **Bokias (Efthimios)**, 1988.- *Le marché des oléagineux en Grèce : enjeux et perspectives.*- 89 p. + ann.
4/ **Brum (Argemiro Luis)**, 1988.- *L'évolution et les tendances du marché du soja. Le rôle de la CEE.*- 189 p. + ann.
5/ **Deybe (Daniel)**, 1989.- *Politiques agricoles et érosion des sols en Argentine : une méthodologie pour leur analyse.*- 95 p.
6/ **Vicien (Carmen)**, 1989.- *Les modèles de simulation comme outil pour la construction de fonctions de production : une application à la mesure de l'efficacité de la production agricole.*- 133 p.
7/ **Brunschwig (Gilles)**, 1990.- *Systèmes d'élevage extensif d'altitude dans les Andes Centrales du Pérou.*- 368 p. (200 FF)
8/ **Bravo (Gonzalo)**, 1990.- *Méthodes d'appréhension de la diversité d'exploitations agricoles (propositions pour un renouvellement de la démarche suivie à l'INTA, Argentine).*- 96 p.
9/ **Dorado (Guillermo)**, 1990.- *Fonctionnement technico-économique et gestion de l'exploitation agricole dans une perspective de développement (propositions théoriques et méthodologiques pour la région pampéenne de l'Argentine).*- 82 p. + ann.
10/ **Segre (Andrea)**, 1990.- *Dynamique de la consommation et du système agro-alimentaire italien.*-207 p.
11/ **Maiorgio (Giulio)**, 1990.- *Etude comparée des résultats technico-économiques de la production spécialisée de viande bovine dans deux zones difficiles française et italienne.*- 112 p.
12/ **Ait-Alhayane (Khadija)**, 1990.- *Les représentations du désert et de la désertification en Afrique du Nord.*- 87 p.
13/ **Soulé (Bio Goura),** 1992.- *Echanges frontaliers de produits agro-pastoraux et dynamisme du monde rural en pays Gourma (Burkina-Faso - Ghana - Togo).*- 113 p.
14/ **Perucca (Clorinda),** 1992.- *Diagnostic paysager des systèmes de production paysans de la province de Misiones-Argentine.*- 133 p.
15/ **Farolfi (Stefano)**, 1992.- *Dynamique de la disponibilité et de la consommation alimentaire dans les pays de l'Europe de l'Est : le cas de la Pologne.*- 170 p.
16/ **Ladjili (Khaled)**, 1992.- *Hydraulique paysanne - hydraulique étatique : économie de l'agriculture irriguée au Cap-Bon (Tunisie).*- 252 p.
17/ **Blaskovic (Hana),** 1992.- *Une analyse du système de production agricole socialisé dans la région continentale de la Croatie et les possibilités de réorganisation : tentative d'utilisation des modèles.*- 130 p.
18/ **Luzietoso (Nguala)**, 1992.- *Les enjeux du développement agricole au Zaïre : modernisation et transformation des sociétés lignagères dans la vallée de l'Inkisi.*- 89 p.
19/ **Hacherouf (Adelmadjid)**, 1993.- *Evolution historique et comparative de la consommation alimentaire dans les pays du Maghreb Central. Algérie - Maroc - Tunisie.*- 135 p.
20/ **Temri (Leïla)**, 1993.- *Analyse concurrentielle d'un secteur aquacole.*- 92 p.
21/ **Maronicolaki (Maria)**, 1993.- *Facteurs déterminants des performances des industries agro-alimentaires grecques en matière d'exportation.*- 131 p.
22/ **ARFA (Lamia)**, 1994.- *Les exportations agro-alimentaires tunisiennes vers le marché de la CEE: évolution, compétitivité et perspectives.*- 112 p.

Ces numéros peuvent être commandés au :
Bureau des Publications - CIHEAM-IAMM
3191, route de Mende - BP 5056
34033 Montpellier Cedex 1 (France)
Tél. : 67 04 60 00
Fax : 67 54 25 27
prix : 75FF (le numéro), sauf mention contraire

Les exportations agro-alimentaires tunisiennes vers le marché de la CEE : évolution, compétitivité et perspectives

ARFA Lamia

Résumé

L'économie tunisienne est caractérisée par sa grande ouverture sur le marché mondial. Mais la balance commerciale agro-alimentaire présente un déficit chronique. Les exportations agro-alimentaires sont principalement destinées à la CEE. Les principaux partenaires commerciaux sont la France et l'Italie. Ces exportations sont essentiellement constituées d'huile d'olive, de dattes, d'agrumes et de produits de la mer. L'analyse de la compétitivité des exportations, avec la variable "part de marché", montre que, durant la décennie 80, les résultats sont différents d'un groupe à l'autre, mais ils demeurent largement déterminés par les niveaux de la production et de la consommation tunisiennes d'une part, et par les conditions du marché de la CEE, d'autre part. L'étude des moyens, des contraintes et des objectifs des sociétés d'exportation, révèle que ces dernières sont peu compétitives par rapport à un environnement économique international fortement concurrentiel. L'avenir des exportations dépend du niveau de compétitivité de celles-ci, notamment de l'amélioration qualitative des produits exportés, de l'augmentation de la production, de la satisfaction de la demande interne et des stratégies commerciales et de marketing plus performantes. Le maintien et l'expansion des exportations passeront impérativement par une meilleure valorisation des atouts disponibles et par un effort plus important d'amélioration du travail des sociétés d'exportation.

Mots-clés : Internationalisation; Commerce extérieur; Balance commerciale; Exportations; Secteur agro-alimentaire; Offre et demande; Compétitivité; Concurrence; Datte; Agrume; Huile d'olive; Ressource halieutique; Tunisie; CEE; France, Italie; Entreprises commerciales; Technique de vente; Marketing; Contexte économique.

ISBN : 2-85352-134-6
Prix : 75 F

Centre International de Hautes Etudes
Agronomiques Méditerranéennes

OFFSET 2000. TEL. : 67 64 63 64