



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org

21026

AGORA' 2000 s.r.l.

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE
DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL
(ONUDI)

198
tride

TUNISIE

Restructuration industrielle dans le secteur agro-alimentaire

PROJET NUMERO US/TUN/88/224

ANALYSE DU MARCHÉ DU MAGHREB

RAPPORT FINAL

Janvier 1994

00102 ROMA - VIA DEI GRACCHI 91 - TEL. 321119 - FAX 316913 - TELEF. 62323 (ESSELI)

CAP. 800.000.000 - COD. FISC. 02176960531 - P. IVA 01920101005

TELE. ROMA N. 479938 - C.C.I.A.A. N. 66183

SERIES TEMPORELLES SELECTIONNEES POUR LES PAYS DU MAGHREB

	1985	1987	1988	1989	1990
Exportations de biens et services non facteurs (.000 \$)					
ALGERIE	8.233.558	9.450.308	8.421.589	10.001.302	13.355.853
LIBYE	0	0	0	0	0
MAROC	3.615.820	4.234.320	5.474.251	5.038.289	6.306.378
MAURITANIE	467.660	469.540	490.370	499.280	494.580
TUNISIE	2.721.810	3.377.140	4.242.949	4.488.692	5.227.987
Importations de biens et services non facteurs (.000 \$)					
ALGERIE	10.804.130	8.223.879	8.643.912	10.080.150	10.638.541
LIBYE	0	0	0	0	0
MAROC	4.691.870	5.062.500	5.575.647	6.287.512	7.850.287
MAURITANIE	531.210	532.770	603.440	566.960	618.040
TUNISIE	3.363.850	3.472.960	4.205.879	4.906.250	6.131.180
Consommation totale per capita (\$).					
ALGERIE	1.978	1.898	1.579	1.391	1.295
LIBYE					
MAROC	625	668	733	750	808
MAURITANIE	403	444	492	482	519
TUNISIE	996	1.018	1.042	1.036	1.225
Indice des prix à la consommation (1987=100)					
ALGERIE	93	100	106	116	135
LIBYE					
MAROC	97	100	102	106	113
MAURITANIE	92	100	101	114	122
TUNISIE	93	100	106	114	122
Exportations de biens, f.o.b. (000. \$).					
ALGERIE	8.064.541	9.028.522	7.620.252	9.533.870	12.963.791
LIBYE	5.813.649	5.829.121	5.644.239	7.283.405	11.362.390
MAROC	2.410.469	2.781.360	3.607.800	3.312.490	4.210.329
MAURITANIE	418.756	402.405	437.611	447.893	432.000
TUNISIE	1.763.150	2.100.980	2.399.150	2.930.520	3.514.609
Importations, f.o.b. (000. \$).					
ALGERIE	7.879.098	6.615.609	6.674.649	8.312.281	8.776.770
LIBYE	4.433.801	5.390.529	5.752.902	6.517.371	7.581.999
MAROC	3.476.980	3.850.119	4.359.770	4.991.418	6.281.589
MAURITANIE	401.197	359.185	348.853	349.328	402.300
TUNISIE	2.697.630	2.828.650	3.496.140	4.138.750	5.192.790
Valeur des exportations de biens: (000. \$).					
ALGERIE	7.830.999	8.185.999	8.164.000	8.599.998	0
LIBYE	7.746.998	8.756.001	8.699.999	6.760.002	0
MAROC	2.640.000	2.927.000	3.603.000	3.308.000	0
MAURITANIE	349.000	428.000	354.000	238.000	0
TUNISIE	1.760.000	2.171.000	2.395.000	2.933.000	0
Valeur des importations de biens (000. \$).					
ALGERIE	9.234.002	7.028.998	7.396.000	8.379.998	0
LIBYE	4.192.000	4.722.999	5.910.000	5.099.999	0
MAROC	4.069.000	4.230.000	4.772.000	5.491.999	0
MAURITANIE	221.000	235.000	240.000	222.000	0
TUNISIE	2.901.000	3.047.000	3.688.000	4.378.001	0
Exportations de denrées alimentaires (000. \$).					
ALGERIE	26.200	29.900	29.600	34.500	0
LIBYE	0	300	500	400	0
MAROC	726.000	771.200	924.100	984.100	0
MAURITANIE	208.600	208.000	225.500	191.600	0
TUNISIE	220.700	271.700	291.200	284.100	0
Importations de denrées alimentaires (000. \$).					
ALGERIE	2.025.000	1.910.000	2.038.000	2.995.000	0
LIBYE	1.175.000	1.096.000	1.186.000	1.301.000	0
MAROC	638.800	580.200	534.100	711.700	0
MAURITANIE	104.000	119.300	131.600	143.500	0
TUNISIE	418.800	358.600	629.900	657.700	0

TAUX DE CHANGE INDICATIF DES MONNAIES

PAYS	MONNAIE	per US\$	per DT
Algérie	Dinar (DA)	21,07	20,06
Lybie	Dinar (DL)	,29	,28
Maroc	Dirham (DR)	9,27	9,24
Mauritanie	Ouguiá (UM)	120,50	119,30
Tunisie	Dinar (DT)	1,01	--

TABLE DES MATIERES

<u>INTRODUCTION</u>	1
1 <u>SECTEUR DES CONSERVES DE TOMATE AVEC PREFERENCE PARTICULIERE AU CONCENTRE DE TOMATE</u>	3
2 <u>SECTEUR DES CONSERVES DE THON ET DE SARDINES</u>	7
3 <u>SECTEUR DES MOLLUSQUES ET CRUSTACES CONGELES</u>	10
4 <u>SECTEUR DU FROMAGE</u>	12
5 <u>CONCLUSIONS</u>	15

INTRODUCTION

Au cours des dernières années, le commerce du Maghreb a perdu de son importance sur la scène internationale. La totalité des exportations maghrébines est passée de 29 milliards de dollars en 1981 à 20 milliards de dollars en 1991, soit une baisse de 37% dans la décennie. Au cours de la même période, les importations sont passées de 27 à 20 milliards de dollars, soit une baisse de 26%. En revanche, le commerce international dans son ensemble s'est considérablement accru au cours de la même période. Par conséquent, les exportations du Maghreb n'occupent actuellement plus que 0,8% des exportations mondiales, contre 1,5% en 1980, et ces importations ne représentent que 0,8% des importations mondiales, contre 1,4% en 1980.

Pour les exportations, les difficultés proviennent à la fois des pays exportateurs et des pays destinataires. L'appareil de production du Maghreb souffre globalement du handicap majeur de ne produire qu'un nombre limité de biens, et surtout de biens de l'industrie de la transformation. Quant aux pays destinataires, les mesures protectionnistes pratiquées par les Etats industrialisés entraînent des répercussions négatives sur les exportations agricoles et de produits de l'industrie agro-alimentaire de certains pays de la région (surtout le Maroc).

Cependant, pour les exportations qui se composent essentiellement de matières premières destinées à la transformation industrielle, les principaux partenaires commerciaux du Maghreb ne peuvent être que les pays Occidentaux. On peut constater donc, l'extrême faiblesse du commerce inter-maghrébin, qui ne s'élève qu'à 3-4% des exportations totales. Les trois quarts des exportations maghrébines sont destinées aux pays de la Communauté Européenne, au Japon et aux Etats-Unis. Ces rapports n'ont connu aucun changement important depuis plus de vingt ans.

L'objectif de cette étude est d'analyser les niveaux de production nationale et les flux d'échanges commerciaux entre le Maghreb (en particulier, l'Algérie, la Lybie, le Maroc et la Mauritanie) et le reste du monde en ce qui concerne les produits de l'industrie agro-alimentaire suivants: double concentré de tomate, conserves de thon et de sardines, fromage, mollusques et crustacés congelés (poules, seiches et crevettes). L'objectif ultime est d'évaluer les perspectives de pénétration commerciale dans les pays de la région de la part de l'industrie agro-alimentaire tunisienne productrice, justement, des produits cités.

Malheureusement, l'analyse a été entravée par un manque généralisé de données mises à jour et fiables. En effet, la recherche approfondie de données sur la base desquelles orienter l'évaluation de la situation au niveau de la production, de la consommation et donc des habitudes alimentaires, de l'importation ou de l'exportation des produits à l'étude dans la zone en question, n'a donné que des résultats partiels, peu homogènes (comme dans le cas de l'Algérie, du Maroc et de la Mauritanie), voire même inexistantes (dans le cas de la Lybie).

En outre, il est nécessaire d'observer qu'une recherche de ce genre comporte des points faibles non seulement en ce qui concerne la réparabilité des données mais aussi quant à la fiabilité même des données disponibles. Ceci est dû au fait que les données relatives à tous les produits qui subissent une

transformation (comme dans notre cas les produits de l'industrie agro-alimentaire) sont peu nombreuses, mais aussi au fait que les entreprises ou les gouvernements eux-mêmes, sont parfois peu disposés à rendre public le montant exact et surtout la qualité du produit final transformé. En effet, alors qu'il est assez facile d'effectuer une analyse se référant à la production et/ou commercialisation de matières premières, il est plus difficile de prendre connaissance des moyens de transformation de cette matière première. Dans le cas d'une entreprise privée, on tend à "dénoncer" seulement la production de biens transformés de faible valeur pour d'évidentes raisons fiscales; dans le cas d'une institution publique, ce comportement se justifie par des motifs "d'image" (on préfère rendre publiques certaines données pour des stratégies de politique économique, de coopération internationale, etc.).

Cependant, la recherche de données et d'informations a été minutieuse et approfondie. Des enquêtes ont été menées auprès d'organisations internationales telles que la FAO et l'IFAD, auprès du Centre de Commerce International de Genève, auprès des bureaux commerciaux des ambassades des pays en question, auprès d'organisations spécialisées italiennes (Institut pour le Commerce Extérieur, Institut National pour les Conserves Alimentaires, Confédération Générale de l'Industrie Italienne (Confindustria), Confédération de la Petite et Moyenne Industrie, ainsi qu'auprès de sociétés internationales d'information-marketing siégeant dans les pays objets de l'enquête.

CHAPITRE 1

SECTEUR DES CONSERVES DE TOMATES AVEC
PREFERENCE AU DOUBLE CONCENTRE DE
TOMATES1.1 CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DE CONSERVES DE TOMATES

Tous les pays faisant l'objet de l'enquête sont, en mesure différente, des producteurs de tomate pour la production industrielle de concentré de tomate et producteurs de concentré de tomate même. Le concentré de tomate est un produit largement consommé dans le Maghreb et atteignant des seuils positifs au Maroc (producteurs et consommateurs), négatifs en Lybie et Algérie (faible production par rapport à la demande interne) et en Mauritanie (faible production et faible consommation interne).

En Algérie en 1991, l'objectif du gouvernement était d'étendre la culture de tomates industrielles pour la production de concentré de tomate à 20.000 ha (6.000 desquels devaient être irrigués) des 18.400 ha en 1988 (voir tableau 1.1). Cet objectif n'a pas été atteint et de plus, les rendements moyens de la culture se placent à des niveaux décidément très bas par rapport à des conditions climatiques analogues (moyenne de la Tunisie = 33 T/Ha). En effet, les producteurs de tomate industrielle continuent à être réticents vis-à-vis de la production étant donné le faible rendement économique de ce produit par rapport à d'autres cultivations.

Tableau 1.1.1 - Algérie: Production industrielle de Tomate (1988/90)

	1988	1989	1990
Aire de recolte ('000 Ha)	18,4	19,0	14,0
Production ('000 Tonnes)	159	205	106
Rendement (Tonnes/Ha)	8,64	10,79	7,57

Source: Elaborations de AGORA' 2000.

Cependant, la production de concentré de tomate constitue une des priorités du gouvernement pour l'agro-industrie. En effet, le concentré de tomate est considéré comme un aliment de base en Algérie. En 1989, toutefois, la production nationale de concentré de tomate n'a satisfait que environ le 40% des besoins du pays estimés à 85.000 Tonnes/an. En 1989, la production nationale n'a atteint que 35.000 tonnes de concentré, en 1991 47.000 tonnes. Malgré ce bon résultat, ce niveau de production ne satisfait que environ le 50% de la demande nationale. En effet, bien qu'en 1991 le Gouvernement ait augmenté le niveau des prix garantis de la tomate fraîche aux producteurs de 2.00 à 2.7 DA/Kg, la production de concentré de tomate n'a pas augmenté selon les attentes (seulement 15.955 Tonnes au cours du premier semestre de 1992).

Cette situation pourrait être due au fait que les producteurs de concentré sont découragés par la faible compétitivité qualitative de leur produit et par les coûts de production élevés.

En ce qui concerne les autres pays de la recherche, les données relatives à la production de concentré de tomate ne sont pas disponibles en quantité suffisante (les Annuaire Commerciaux et toutes les autres publications officielles ne contiennent que des données relatives à la production de tomates fraîches).

Cependant, on peut affirmer que le Maroc enregistre d'importantes quantités de production qui satisfont la demande interne et une part du marché international: la pénétration commerciale de ce produit commercialisé par l'industrie tunisienne est donc aujourd'hui assez improbable étant donné aussi la compétitivité dans les prix de vente (en effet, le prix moyen de vente du concentré marocain est environ 0.5 Dinars/Kg, alors que le concentré tunisien coûte environ 0.8 Dinars/Kg).

La Libye, où l'on n'enregistre pas de production de concentré, ne parvient généralement pas à satisfaire la demande interne et représente depuis toujours un marché instable avec des évolutions inconstantes en ce qui concerne l'importation de ce produit.

En ce qui concerne la Mauritanie, les données disponibles sont insuffisantes pour réaliser un cadre précis de la situation, mais il est quand même possible d'affirmer que la faible demande interne de ce produit a toujours découragé le développement de sa production.

1.2 FLUX D'ECHANGES COMMERCIAUX DES CONSERVES DE TOMATES

En 1989, l'Algérie a importé approximativement 30.000 tonnes de concentré de tomate et 7.000 tonnes de double concentré de tomate, tandis qu'en 1990 elle a importé un total de 32.000 tonnes, une quantité qui a doublé en 1991. Les données du Bureau de Douane Algérien révèlent qu'au cours des neuf premiers mois de l'année 1991, ont été importées 50.000 tonnes de concentré de tomate et 20.000 tonnes de double concentré en boîte. En 1989, les principaux fournisseurs de l'Algérie pour le concentré de tomate continuent à être la Turquie pour le triple concentré, l'Espagne et l'Italie pour le double concentré (les données - même si relatives à la purée et au concentré ensemble - figurent au Tableau 1.2.1).

Il est intéressant de remarquer, même si cela ne se réfère qu'à 1989, que la Tunisie ne fait pas partie des exportateurs de concentré en Algérie, alors que des pays comme le Maroc, la Jordanie, la Roumanie et la Grèce ont réussi, même si en moindre mesure, à pénétrer le marché algérien probablement grâce à une meilleure commercialisation de leur produit ou grâce à un prix plus compétitif (par exemple: Jordanie 8.8 DA/kg; Maroc 9.6 DA/Kg de concentré; Roumanie 10.9 DA/Kg; Grèce 11.6 DA/Kg, contre les 19.0 DA/Kg de la Tunisie). Le manque de données fiables ne permet pas d'analyser de manière approfondie ce phénomène alors qu'il serait intéressant de pouvoir le faire.

Le Maroc, comme on l'a souligné au point 1.1, est un pays principalement, si pas exclusivement, exportateur de concentré de tomate (il a exporté seulement en Algérie en 1989 environ 1.000 tonnes de produit).

Au cours des années '80, la Lybie a été un important importateur de denrées alimentaires, grâce surtout aux recettes de la vente du pétrole. Par contre, au cours des dernières années, la demande a considérablement diminué même si, étant donné l'absence de production interne de concentré, celle-ci doit encore être satisfaite par les importations en provenance des marchés étrangers.

Tableau 1.2.1 - Algérie: Importations de Tomate (purée et concentré) par pays de provenance, en 1989.

PAYS	Poids (Kg)	Valeur (DA)
Turquie	20.264.491	209.035.177
Italie	13.865.294	175.345.545
Espagne	11.424.422	94.442.020
Grèce	1.784.789	20.730.790
Roumanie	1.699.999	18.561.543
Jordanie	1.000.000	8.888.937
Maroc	983.347	9.489.192
Burkina Faso	307.485	6.363.518
TOTAL	51.329.827	542.856.722

Source: Annuaire Statistique du Commerce Extérieur de l'Algérie (1990).

La Mauritanie ne produit pas de concentré de tomate et la faible demande interne pénalise fortement aussi les importations. L'absence de données fiables et mises à jour ne permet pas d'établir si la faible demande de concentré doit être attribuée à l'absence de promotion de ce produit à l'intérieur du pays ou aux habitudes alimentaires de la population locale qui n'envisage pas son utilisation dans son régime alimentaire.

Il a donc été observé que la commercialisation de concentré de tomate dans le marché maghrébin observe des tendances variables et non homogènes. L'Algérie est un important producteur de concentré même si la demande nationale est supérieure à la production interne. Quant à la Lybie, ce pays peut également être considéré comme assez réceptif aux importations de concentré venant de l'étranger même si dans une moindre mesure. Par contre, le Maroc peut être considéré comme un marché à pénétration difficile pour l'industrie agro-alimentaire tunisienne étant donné, d'une part, que c'est un important producteur et exportateur mais aussi parce que, d'autre part, ses prix sont certainement plus compétitifs par rapport à la concurrence tunisienne. Enfin, la Mauritanie représente un marché substantiellement fermé à la concurrence tunisienne (faible demande, accès difficile au marché). Dans ce cas peut-être comme dans d'autres, il serait intéressant d'approfondir l'analyse des mécanismes qui produisent cet effet de faible demande interne.

En définitive, on peut facilement affirmer que le produit tunisien est aujourd'hui faiblement concurrentiel que ce soit en ce qui concerne sa qualité (on suppose qu'à parité de qualité le produit ne soit pas promu de manière

gagnante, comme dans le cas de la Grèce, du Maroc, de la Roumanie, etc.) que son prix de vente (la concurrence sur le prix de la part du produit marocain constitue un exemple très clair).

CHAPITRE 2

SECTEUR DES CONSERVES DE THON ET SARDINES

2.1 CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DE CONSERVES DE THON ET SARDINES

Les pays faisant l'objet de notre enquête sont tous des pays de bord de mer et ont donc un important potentiel de pêche. Les pays donnant sur l'Atlantique sont particulièrement riches en produits de la pêche (Mauritanie et Maroc) contrairement à l'Algérie et à la Tunisie qui donnent sur la Méditerranée où la teneur en pêche est en diminution (en Tunisie, les autorités locales imposent des périodes d'arrêt de pêche afin de permettre la reproduction). Tous les pays examinés ont investi depuis longtemps dans ce secteur (excepté la Mauritanie qui n'a pas de flottes adaptées et tire de grands avantages économiques des "royalties" payées par les pays étrangers pour pêcher dans sa mer).

Au Maroc, le secteur de la transformation alimentaire se concentre presque exclusivement sur les conserves de poissons, surtout de thon et sardines. Aujourd'hui, environ trois quart des poissons pêchés sont des sardines qui sont généralement mises en conserve pour l'exportation. Le thon, qui est le plus important produit de la pêche hauturière est également mis en conserve pour l'exportation (voir Tableau 2.1.1). En 1984, afin d'améliorer le potentiel d'exportation, des concessions financières spéciales ont été accordées par le Gouvernement à l'industrie de la transformation des produits de la pêche.

Tableau 2.1.1 - Maroc: Poisson (Thon et Sardines) pêché en 1988/90 ('000 tonnes).

	1988	1989	1990
Sardines	308.5	295.7	308.3
Thon	127.1	112.0	133.4

Source: Economist Intelligence Unit: Country Profile Maroc (1992-93).

En ce qui concerne la Lybie, les données dont on dispose ne permettent pas d'effectuer une analyse des tendances du marché des conserves de poisson même s'il est intéressant de remarquer qu'avec 1.685 Km de littoral et 57.000 Km² de plateforme continentale, ce pays dispose d'un potentiel important pour développer une industrie de la pêche méditerranéenne considérable. Toutefois, après l'indépendance, le secteur de la pêche a connu une période de déclin et ce n'est que dans les années 1970, quand la Lybie a investi dans des chalutiers et des équipements modernes que ce secteur s'est repris. Les investissements ont été canalisés vers l'industrie et parmi les principaux projets, l'on peut citer la construction d'une usine pour le thon à Zanzur, de deux usines pour sardines d'une capacité de 1.000 t/an à Zawarah et à Al

Khumus, de l'installation de plusieurs usines de réfrigération et de la réalisation d'un grand port à Zuwarah. Ces efforts n'ont pourtant pas donné de résultats satisfaisants et ont fait de la Lybie un pays principalement importateur de produits de la pêche (conserves de thon et sardines).

En Mauritanie, la demande de conserves de thon et sardines est aujourd'hui très faible et le secteur de la transformation des produits de la pêche est peu développé. En effet, au cours des dernières années, la commercialisation de ce produit était assurée principalement par des exportateurs espagnols, marocains, italiens et norvégiens.

En ce qui concerne l'Algérie il n'a pas été possible de faire une analyse des caractéristiques du marché des conserves de poisson, étant donné l'absence généralisée de données fiables et mises à jour.

2.2 FLUX D'ECHANGES COMMERCIAUX DES CONSERVES DE THON ET SARDINES

Le Maroc est en général un pays exportateur de produits de la pêche. Son importante production de conserves de poisson (et en particulier de thon et sardines qui en représente le 75%) parvient à satisfaire la demande nationale et représente également une importante part des exportations marocaines. Les exportations de produits de conserves de thon et sardines ont atteint 1,5 millions de Dh en 1988, 2,5 millions de Dh en 1989 et jusqu'à 2,9 millions de Dh en 1990, ce qui équivaut à 8% du total des exportations. Quant aux destinataires, en 1990, le Maroc a enregistré de fortes exportations de sardines dans différents pays du monde et d'importantes quantités de conserves de thon vers la France, le Gabon et la Lybie.

En Mauritanie, comme cela figure au point 2.1 et en considération de l'absence totale de demande de conserves de thon et sardines, les flux d'importation de ce produit ont diminué considérablement au cours des dernières années. Les données figurant au Tableau 2.2.1 se rapportent à l'année 1988 puisque pour les autres années les données sont négligeables. Le tableau montre comme les principaux exportateurs de conserves de poisson sont presque exclusivement des pays de la Communauté Européenne (en outre, la différence entre les exportations de l'Italie, 109 tonnes de thon, et celles de la France avec près de 2 tonnes de thon et 2,6 tonnes de sardines est frappante) et le Maroc, seul pays de la zone du Maghreb exportateur en Mauritanie d'environ 27 tonnes de conserves de sardines (et donc principal exportateur, suivi de la France et de l'Espagne). Cette donnée est soulignée par l'absence complète de la Tunisie parmi les exportateurs. Ceci fera probablement réfléchir sur la faible compétitivité du produit tunisien par rapport à celui marocain en termes de qualité et de prix. Le marché algérien est actuellement fermé aux produits étrangers (y compris maghrébins) du fait que ces produits ne sont pas considérés comme prioritaires. En définitive, même dans ce cas, les pays pouvant constituer un intérêt possible pour le marché tunisien des conserves de poissons est la Lybie, pays dans lequel le secteur des conserves de poisson, et en particulier de thon et sardines, est peu développé. La Mauritanie représente un pays difficile pour les exportateurs tunisiens. D'une part, la demande est quasiment nulle et d'autre part, l'éloignement du marché représente un obstacle considérable. En effet, ces pays sont aujourd'hui difficilement pénétrables par l'industrie tunisienne des conserves de thon et sardines.

Les producteurs tunisiens ne parviennent pas à commercialiser un produit qualitativement compétitif avec celui du Maroc. Cette position désavantagée est due d'une part, au niveau des prix des exportateurs tunisiens sur le marché international qui est toujours moins compétitif et d'autre part, à la présence croissante de concurrents étrangers, d'Extrême-Orient en particulier (les importations clandestines de poisson d'Asie - surtout Inde et Malaisie - à des prix évidemment très concurrentiels, contribue à rendre la situation plus dramatique). Elle est due probablement aussi au coût élevé de la matière première locale et en partie à la mauvaise qualité du produit commercialisé à l'étranger.

Tableau 2.2.1 - Mauritanie: Importations de conserves de thon et sardines par pays de provenance en 1988

	Poids (Kg)	Valeur (UM)
A. Conserves de Thons		
Italie	109.040	19.933.652
Norvège	99.502	32.073.980
France	1.997	395.533
Espagne	1.143	92.378
TOTAL	211.682	52.495.543
B. Conserves de Sardines		
Maroc	26.768	1.670.840
Espagne	13.200	132.200
France	2.697	776.193
TOTAL	42.665	2.579.233

Source: Annuaire Commercial de la Mauritanie (1988).

CHAPITRE 3

SECTEUR DES MOLLUSQUES ET CRUSTACES CONGELES

3.1 CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DE MOLLUSQUES ET CRUSTACES CONGELES

La production de poisson congelé et en particulier de poulpes, seiches et crevettes, est assez satisfaisante en Mauritanie et au Maroc, qui sont deux pays producteurs et exportateurs d'importantes quantités de poisson congelé; cette production est encore en expansion en Algérie et en Lybie qui disposent néanmoins d'un potentiel important pour développer une industrie de la pêche méditerranéenne considérable. Cependant, en Algérie le secteur de la pêche est relativement sous-développé (les unités de réfrigération et de conditionnement sont inadaptées) et les efforts pour le moderniser n'ont pas été particulièrement positifs. De son côté, la Lybie n'investit que depuis peu dans ce secteur et surtout à travers l'installation de plusieurs usines de réfrigération à Zuwarah.

En Mauritanie, la production nationale de poisson congelé et particulièrement de poulpes, seiches et crevettes, peut être évaluée aux alentours de 400.000 tonnes par an (une forte quantité de produit est destinée de toute façon à l'exportation). Les données de 1991 et 1992 confirment que les niveaux de production nationale subissent des variations sensibles. La consommation nationale de ces produits est moyenne-faible et ceci est du probablement à des raisons qui se justifient dans les habitudes alimentaires de la population locale.

Le Maroc, est un pays principalement producteur et exportateur de poisson congelé. La production nationale est telle qu'elle parvient à satisfaire entièrement la demande nationale. Cette production augmente continuellement et ceci peut être interprété d'après les données relatives aux exportations qui ont augmenté sensiblement depuis la dernière décennie (voir point 3.2).

3.2 FLUX D'ECHANGES COMMERCIAUX DE MOLLUSQUES ET CRUSTACES CONGELES

Dans la zone du Maghreb et surtout au Maroc et en Mauritanie, la pêche représente un important chapitre commercial. L'abondance en poissons des mers permet à ces pays de produire des quantités de poisson à exporter à des prix concurrentiels. Comme on peut le remarquer, les principaux clients du Maroc et de la Mauritanie sont tous des pays de bord de mer comme l'Italie, l'Espagne, le Portugal et le Japon qui achètent du poisson congelé à des prix avantageux. Par contre, l'Algérie et la Lybie sont des pays importateurs de poissons. En effet, le secteur n'est pas suffisamment développé pour satisfaire complètement la demande interne des deux plus grands pays de la région.

Le Maroc est un pays généralement exportateur de mollusques et crustacés frais et congelés. Les exportations de ces produits sont passés de 249.000 Dirhams en 1981, à 2.729 millions de Dirhams en 1991. Les crevettes représentent le principal produit d'exportation (en 1991, les principaux clients de crevettes congelées ont été: l'Espagne (160 tonnes) et l'Italie (53 tonnes), et en moindre mesure le Portugal, la France et le Liban (source: Annuaire Commercial

du Maroc du 1991). Ceci démontre les capacités de pénétration sur les marchés internationaux du produit marocain qui reste le concurrent le plus important de la Tunisie dans la zone du Maghreb.

En Mauritanie, selon des données se rapportant aux années 1991 et 1992, l'importation de poisson congelé est pratiquement nulle. En effet, la quasi-totalité de la production moyenne annuelle de poisson congelé, en particulier de poulpes, seiches et crevettes (le produit le plus important) est destinée à l'exportation et s'élève à environ 400.000 tonnes de produit. Le client principal est le Japon suivi par l'Italie, la France et l'Espagne.

En Algérie les flux d'importation de ce produit ne peuvent être évalués étant donné l'absence de données relatives. On peut, de toute façon, affirmer que vu les capacités de production modestes de poisson congelé qui, comme on l'a dit, ne parviennent pas à satisfaire la demande nationale, l'Algérie se place parmi les pays importateurs de ce produit. Il est intéressant de remarquer que parmi ses fournisseurs les îles du Cap Vert occupent une place de premier ordre, alors que la Tunisie n'apparaît pas, malgré le voisinage du marché. Cette donnée devrait probablement faire réfléchir sur la compétitivité du produit et des prix du concurrent africain.

En définitive, même dans le secteur de la commercialisation du poisson congelé, la Tunisie ne parvient pas à être compétitive avec ses concurrents directs (Maroc et Mauritanie) et avec les marchés plus lointains (Iles du Cap Vert). L'Algérie et la Lybie représentent des objectifs possibles de pénétration commerciale, mais probablement le rapport qualité/prix du produit tunisien n'est pas suffisamment compétitif par rapport à celui de marchés plus avantageux. En effet, le secteur en question présente une série de difficultés:

- les campagnes de pêche ont une durée assez limitée étant donné la faible abondance en poissons de la Méditerranée, ce qui a imposé aux autorités tunisiennes de décréter des périodes de fermeture de la pêche;
- étant donné la pénurie de matière première, les approvisionnements à l'industrie sont irréguliers et limités à moins de 150 jours par an; ceci empêche l'industrie de programmer de façon rationnelle son activité de production;
- on enregistre de fortes oscillations des prix d'achat dans le cadre de la même campagne de pêche et ceci entraîne des incertitudes dans la définition des contrats de vente du produit fini destiné à l'exportation;
- la forte augmentation de la demande de poisson congelé, enregistrée à partir du début des années '80 a déterminé une augmentation considérable du nombre des entreprises de production; ceci a rendu encore plus problématique le repérage de la matière première devant être destinée à l'industrie et a sûrement favorisé l'augmentation des prix du produit fini.

CHAPITRE 4

SECTEUR DU FROMAGE

4.1 CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DE FROMAGE

Le secteur en question n'est pas particulièrement développé dans la région. La production de fromage s'effectue principalement au niveau artisanal ou même domestique. La consommation interne n'est généralement pas très importante (la consommation actuelle doit se rapporter principalement à l'héritage culturel de la France) et donc une véritable industrie du fromage n'a pas pu se développer à cause d'un développement médiocre de la distribution qui pénalise la promotion du produit. Contrairement aux autres produits de l'enquête, tous les pays en question ne produisent que des quantités négligeables de produit et n'en importent que très peu.

En 1991 en Algérie, la production de fromage à pâte molle, semi-dure et dure s'est élevée à 4.655 tonnes et au cours du premier semestre de 1992 la quantité de produit a été de 2.370 tonnes.

En ce qui concerne les autres pays de cette étude, il n'a pas été possible d'analyser les caractéristiques de l'offre et de la demande de fromage dans les pays examinés étant donné l'absence généralisée de données fiables et mises à jour.

4.2 FLUX D'ECHANGES COMMERCIAUX DE FROMAGE

En Algérie en 1989, année à laquelle se rapportent les données figurant au Tableau 4.2.1, les principaux fournisseurs de fromage à pâte molle, semi-dure et dure, ont été par ordre d'importance: les Etats-Unis, fournisseur habituel avec près de 4.000 tonnes et le Royaume-Uni et l'Allemagne avec près de 500 tonnes. En 1990, les importations de fromage ont diminué jusqu'à atteindre 1.000 Tonnes pour un total de 17 millions de Dinars.

Tableau 4.2.1 - Algérie: Importations de Fromage en 1989

PAYS	Poids (Kg)	Valeur (DA)
Etats-Unis	3.977.291	41.190.551
Royaume-Uni	509.709	8.235.883
Allemagne	499.993	8.078.894
TOTAL	4.986.993	57.505.328

Source: Annuaire Statistique du Commerce Extérieur de l'Algérie (1989).

En 1988, la Mauritanie n'a pas enregistré d'importants flux d'importation de fromages. Le seul fournisseur important est représenté par la France (près de 4.000 tonnes de produit) qui, seule, a couvert le 90% des fournitures (voir les données du tableau 4.2.2).

Tableau 4.2.2 - Mauritanie: Importations de Fromage par pays de provenance en 1988

	Poids (kg)	Valeur (UM)
A. Fromages a pâte molle et semi-dure		
France	4.819	1.127.366
B. Autres fromages		
France	10.582	3.849.218
Espagne	3.154	408.268
Pays-Bas	1.562	191.436
TOTAL	15.298	4.448.922

Source: Annuaire Commercial de la Mauritanie (1988).

Le Maroc, en 1990 (voir tableau 4.2.3) a importé des fromages à pâte molle, semi-dure et dure pour un total de 2.7 millions de Dirhams. Le fournisseur principal de ce produit est sans aucun doute la Communauté Européenne. La Tunisie, même si en moindre mesure, fait partie des fournisseurs habituels de fromage à pâte pressée (plus de 45% de matières grasses), de fromage à pâte persillée et de fromage à pâte molle non cuite.

Le marché tunisien dans ce secteur a davantage de possibilité de pénétration commerciale dans les pays de la région. Tous ces pays sont, en effet, de petits producteurs de fromage et de modestes importateurs. Le principal concurrent de la Tunisie est sans aucun doute le marché européen (France, Italie, Espagne, Pays-Bas) et américain (les Etats-Unis exportent 90% du produit en Algérie). En conclusion, le marché du fromage n'est pas particulièrement agressif dans la région et les producteurs tunisiens pourraient se procurer une part de marché en proposant un produit valable quant à la qualité et la présentation et à des prix concurrentiels par rapport à ceux proposés par les producteurs européens.

Tableau 4.2.3 - Maroc: Importations de Fromage par pays de provenance en 1990

	Poids (kg)	Valeur (DM)
A. Fromages a pâte semi-dure et dure		
France	9.141	432.349
Suède	1.976	45.805
Tunisie	820	47.786
Pays-Bas	254	5.588
TOTAL	12.191	531.528
B. Fromages a pâte molle		
France	1.492	112.609
Tunisie	54	2.336
TOTAL	1.546	114.945
C. Fromages Divers		
Suisse	22.100	376.164
France	21.936	2.096.918
Espagne	3.263	112.852
Italie	542	87.568
Allemagne	160	9.968
Pays-Bas	91	10.136
TOTAL	48.092	2.693.606

Source: Annuaire Commercial du Maroc (1990).

CONCLUSIONS

L'analyse a mis en évidence les capacités de production et de flux commercial de l'Algérie, de la Lybie, du Maroc et de la Mauritanie en ce qui concerne les produits intéressés (concentré de tomate, conserves de thon et sardines, poisson congelé - et en particulier: seiches, poulpes et crevettes - et fromage). Comme on l'a souligné dans l'introduction, l'objectif principal de cette enquête est la détermination dans la zone du Maghreb des marchés possibles pour l'industrie agro-alimentaire tunisienne productrice des produits faisant l'objet de cette enquête.

De l'analyse menée jusqu'à présent, il résulte que l'Algérie et la Lybie peuvent représenter un objectif réel de pénétration commerciale de la part des exportateurs tunisiens, alors que le Maroc et la Mauritanie sont des marchés plus difficiles pour toute une série de facteurs: le premier pays est un important producteur/exportateur des produits examinés (excepté peut-être pour le fromage); la qualité des produits et la compétitivité des prix représentent un obstacle réel à la concurrence tunisienne; la Mauritanie, par contre, représente un marché de pénétration difficile étant donné la faible demande interne pour certains produits, comme les conserves de thon et sardines et le fromage, et la forte compétitivité sur les marchés internationaux en ce qui concerne la commercialisation du poisson congelé (en particulier les crevettes et les mollusques). En outre, la Mauritanie représente un marché peu commode du point de vue géographique pour les exportateurs tunisiens.

Les pays occidentaux, quant à eux, représentent un autre concurrent important. Ces pays (et surtout la Communauté Européenne, les Etats-Unis et, aujourd'hui, l'Extrême-Orient) parviennent à exporter d'importantes quantités de produit dans les pays du Maghreb, grâce à un rapport qualité/prix fortement concurrentiel (malgré les coûts de transport plus élevés).

En définitive, on peut affirmer que l'Algérie et la Lybie représentent deux débouchés commerciaux importants de l'industrie de transformation agro-alimentaire tunisienne. Les deux pays pourraient absorber l'entièreté de la quantité exportable de la Tunisie. Mais les obstacles à une commercialisation systématique de ces produits sont constitués généralement par la qualité et le prix souvent non compétitif sur les marchés internationaux.

Il existe donc un marché du Maghreb pour l'industrie tunisienne des conserves alimentaires, mais il est fondamental d'effectuer une analyse qui puisse établir les caractéristiques spécifiques permettant la vente d'un produit à l'étranger, à savoir, outre à la qualité et le prix, la méthode de conditionnement, le format, les envois, etc.