

### Les produits français de moins en moins présents sur les marchés du Maghreb, sauf en agroalimentaire

**En 2012, Louis Gallois remettait au Président de la République un rapport mettant au jour l'érosion de la compétitivité de l'économie française, insistant même sur son ancienneté. Trois ans plus tard, le diagnostic reste valable, à en juger par le recul des parts de marché de l'industrie française sur trois pays de la Méditerranée. La singularité du diagnostic réside dans le fait que seul le secteur agricole et agroalimentaire semble mieux résister à l'érosion de la compétitivité des produits manufacturés.**

**Contact : Thierry POUCH**

La problématique de l'érosion de la compétitivité de l'économie française a été maintes fois soulevée depuis le début des années 2000. Il faut dire que, statistiquement, la preuve est administrée que le poids de la France dans les exportations mondiales n'a cessé de diminuer face à nos principaux concurrents, à commencer par l'Allemagne, mais surtout vis-à-vis de la Chine, devenue depuis la première puissance exportatrice mondiale. L'adhésion de ce pays à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en décembre 2001 a exercé un réel impact sur sa stratégie de conquête des marchés.

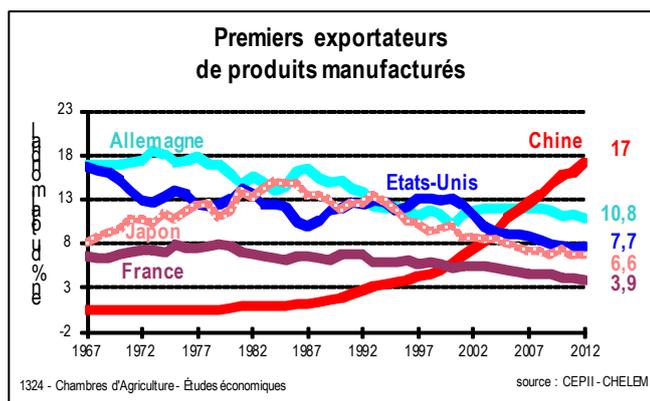
L'une des contreparties de cette mutation de l'économie mondiale s'est située dans l'affaiblissement des anciennes puissances industrialisées en matière de flux commerciaux, l'Allemagne restant la mieux dotée pour afficher une certaine résistance. Entre 1990 et 2012, la part de la France dans les exportations mondiales a été divisée par deux. Ce constat global est corroboré si l'on se penche sur les seuls produits manufacturés. Dans ce secteur, le recul de la France est tout autant palpable (graphique 1). Une double question surgit de l'examen de la position française sur les marchés mondiaux. Il y a certes celle relative aux paramètres explicatifs, dont il sera peu voire pas du tout fait référence ici.

En revanche, il semble opportun de se pencher sur la ventilation géographique de ces pertes de parts de marché qu'enregistre l'économie française. On retiendra la rive Sud de la Méditerranée, en examinant plus spécifiquement trois pays : la Tunisie, le Maroc et l'Algérie. Le choix de ces trois nations s'explique essentiellement par leur proximité géographique et donc des liens économiques qui furent historiquement et durablement construits sur longue période.

Il est suggéré de situer cette problématique de l'évolution des parts de marché de l'économie française sur une période suffisamment longue, afin d'être en mesure de repérer les ruptures. Une période de vingt ans livrera des informations suffisamment riches. Une approche sectorielle est également utile. On se limitera ici aux produits manufacturés pris dans leur ensemble et aux produits agricoles et alimentaires vis-à-vis desquels seront fournis certains détails.

Si les premiers ont comme nous allons le voir enregistré un net recul au cours de la période 1990-2013, il n'en est pas de même des produits agricoles et alimentaires. Manifestement, la France se distingue encore par de belles réalisations sur ces trois marchés méditerranéens (voir l'encadré pour les informations relatives aux données et à la méthodologie).

**Graphique 1**



#### Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture

9 avenue George V  
75008 Paris  
Tél : 01 53 57 10 10  
Fax : 01 53 57 10 05  
Email : [accueil@apca.chambagri.fr](mailto:accueil@apca.chambagri.fr)  
**REPUBLIQUE FRANÇAISE**  
Etablissement public  
Siret 180070047 00014  
[www.chambres-agriculture.fr](http://www.chambres-agriculture.fr)



MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
DE L'AGROALIMENTAIRE  
ET DE LA FORÊT

**Avec la participation financière du CasDAR**

Avec la contribution financière  
du compte d'affectation spéciale  
«développement agricole et rural»

## Les parts de marché de la France en produits manufacturés en net repli

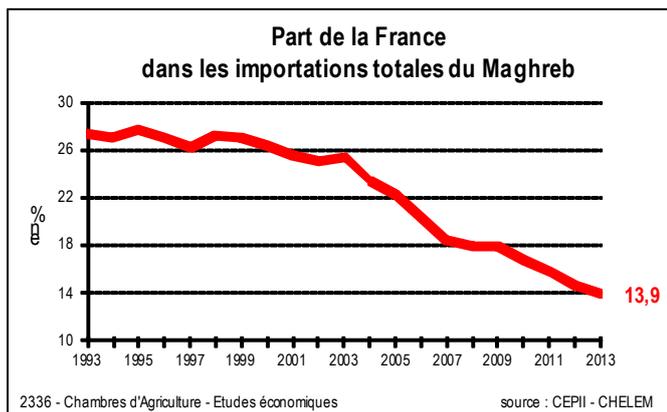
L'entrée des pays émergents dans la mondialisation au cours de la décennie quatre-vingt-dix a lourdement pesé sur le profil de la hiérarchie des nations participant à l'échange international de marchandises. Ce processus a été en effet à l'origine d'une forme de contestation des positions acquises antérieurement par les puissances économiques industrialisées, États-Unis, Union européenne et Japon en tout premier lieu. Cette triade a été exposée à une montée de la concurrence exercée par les nations émergentes, au point de perdre progressivement des parts de marché.

Il s'ensuit que les stratégies économiques désormais définies sont essentiellement centrées sur la compétitivité des exportations afin de préserver ou de conquérir des parts de marché. L'économie française fut et est encore l'une de celles ayant enregistré un recul prononcé de ses parts de marché sur les marchés mondiaux, y compris en productions agricoles. Certains diagnostics indiquent d'ailleurs que la France est parmi les pays industrialisés, l'un de ceux ayant enregistré le plus fort recul de ses parts de marché entre 1999 et 2013<sup>1</sup>.

Ce constat global mérite toutefois de rentrer dans le détail des produits faisant l'objet d'une exportation et des pays qui les absorbent. Dans la mesure où le Maghreb constitue une destination privilégiée pour les entreprises françaises, qu'en est-il exactement ? Comment ont évolué les parts de marché des industries françaises sur les trois principaux pays formant le Maghreb, la Tunisie, le Maroc et l'Algérie ? La comparaison avec les autres États membres de l'UE livre-t-elle des informations convergentes ou divergentes ? On prendra comme référence la période 1993-2013.

Le choix de ces trois économies d'Afrique du Nord repose sur le fait qu'elles forment l'une des zones du monde dont la dynamique d'importations est très soutenue depuis le début des années 2000. De manière très globale, le poids de la France dans les importations totales des trois pays du Maghreb régresse fortement entre 1993 et 2013. Il passe en effet de 27,4 % à moins de 14 % (graphique 2). Dans le domaine des produits manufacturés, la plupart des pays membres de l'UE enregistre une érosion de leurs parts de marché sur les trois économies du Maghreb. La France est celui qui affiche la perte la plus importante, comparativement à l'Italie, à la Belgique, aux Pays-Bas et à l'Allemagne.

**Graphique 2**



En revanche, l'Espagne semble progresser. Mais c'est surtout la Chine qui s'affirme comme l'un des principaux fournisseurs de produits manufacturés de la Tunisie, du Maroc et de l'Algérie, juste derrière la France. Si globalement la France parvient malgré le recul à préserver son leadership sur ces trois pays, elle a été récemment dépassée par la Chine sur l'Algérie, et par l'Espagne sur le Maroc. Viennent ensuite des économies comme la Turquie et l'Inde, dont la progression sur les marchés algérien, marocain et tunisien, mérite d'être signalée.

L'érosion des performances françaises à l'exportation est particulièrement nette sur le marché algérien, puisque la part de marché affiche une perte avoisinant les 58% sur la période. Tous les secteurs industriels sont concernés, à commencer par les véhicules automobiles, la part de marché se fixant en 2013 à 12 % seulement contre 66 % en 2003. L'industrie automobile française a été supplantée par des constructeurs asiatiques sur le marché algérien. Elle l'a été de la même manière singulièrement par la Chine dans des secteurs comme le matériel pour le BTP, les fournitures électriques, ainsi que par le matériel de communication.

Seuls les produits pharmaceutiques semblent mieux résister. Tous produits manufacturés confondus, la part de marché de la Chine sur l'Algérie avoisine désormais les 18 % contre 13,4 % pour la France. Bel exemple d'éviction d'un pays sur un marché pourtant géographiquement voisin et que les entreprises françaises maîtrisaient plutôt bien. Le cas de l'Algérie illustre ainsi l'extrême concurrence que se livrent pays industrialisés et économies émergentes, parfois sur un temps très court, à peine une décennie<sup>2</sup>. Toutefois, comme l'indique le tableau 1, l'industrie française conserve son leadership sur le Maghreb.

**Tableau 1**

**Parts de marché en % des exportateurs de produits manufacturés sur le Maghreb**

	2013	Variation 2013/2003 (en %)	Rang 2003	Rang 2013
France	16,3	-45	1	1
Chine	14,7	+186	5	2
Espagne	12,1	+26	3	3
Italie	10,8	-17	2	4
Allemagne	7,0	-19	4	5
Turquie	4,3	+55	8	6
Belgique	3,0	-11	6	7
USA	2,5	+27	9	8
Inde	2,1	+106	15	9
Corée du Sud	1,8	+35	14	10
Arabie Saoudite	1,7	+87	17	11
Portugal	1,6	+155	20	12
Pays-Bas	1,4	-18	10	13
Roy-Uni	1,4	-55	7	14
Roumanie	1,3	+453	36	15

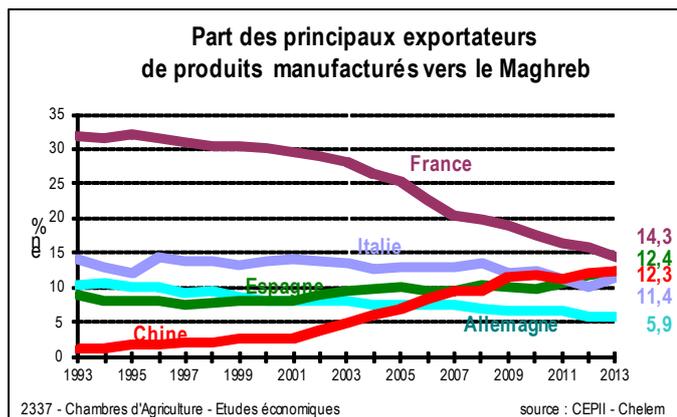
Source : CEPII, base de données CHELEM

Dans le cas du marché marocain, la dégradation des performances françaises s'enclenche encore plus tôt, dès le milieu des années 1990, en raison notamment de la montée en puissance de l'Espagne. Celle-ci a vu dans le marché marocain un débouché d'autant plus important qu'il est situé à proximité des centres de production espagnols. Si l'Espagne a fortement progressé, elle le doit à une stratégie d'insertion dans ce que l'on nomme aujourd'hui les chaînes de valeur, ou décomposition internationale des processus de production (DIPP).

L'Espagne fournit par exemple au Maroc des produits intermédiaires comme des tissus afin que les firmes marocaines, mieux spécialisées dans leur traitement, les confectionnent et exportent ensuite des produits finis du textile. Il en est de même pour le secteur automobile. Ainsi, plus d'un tiers des importations marocaines de tissus et fils servant à la fabrication des vêtements, et près de 38 % des biens intermédiaires destinés à l'automobile proviennent du voisin espagnol.

Globalement, le secteur des produits manufacturés est donc bien le théâtre d'une lutte acharnée pour la conquête de parts de marché sur les trois principales économies d'Afrique du Nord. Au regard de la stratégie industrielle de la Chine, il semble judicieux d'indiquer que cette progression, enclenchée dès le début des années 2000, c'est-à-dire dès l'adhésion de l'économie chinoise à l'OMC en décembre 2001, ne s'arrête pas là, et qu'il est suggéré par voie de conséquence de déployer de la part de l'industrie française une contre-stratégie pour préserver un débouché porteur, au regard des indicateurs démographiques et économiques propres à l'Algérie, au Maroc et à la Tunisie. Au vu de l'évolution des positions de chacun des grands exportateurs de biens industriels en direction du Maghreb, le temps n'est plus très éloigné où la France cédera son rang à la Chine (graphique 3).

**Graphique 3**

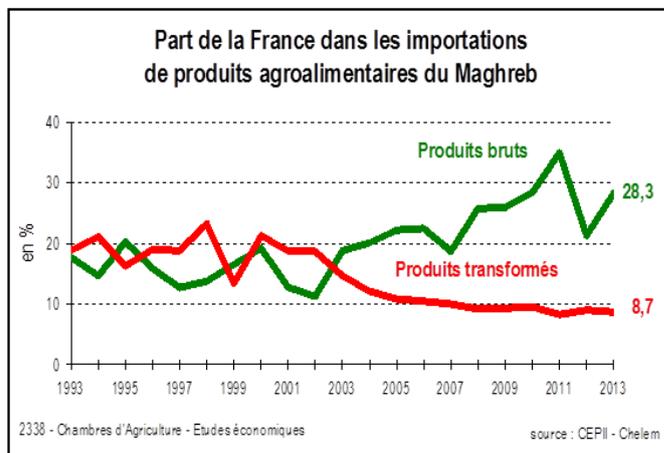


### Résistance française affichée sur les produits agricoles et alimentaires

On sait que depuis le début des années 1990, l'érosion des performances françaises sur les marchés internationaux a aussi touché les produits agricoles et alimentaires. La France a été en effet successivement dépassée par les Pays-Bas, l'Allemagne et plus récemment par le Brésil. Le constat dressé plus haut au sujet des parts de marché des produits industriels sur les économies du Maghreb peut-il être reproduit s'agissant du secteur agricole et alimentaire ? Au regard des statistiques, manifestement non. Il s'agit d'un domaine sur lequel les performances françaises résistent plutôt bien, en dépit d'une réelle fragilisation sur le Maroc et sur la Tunisie.

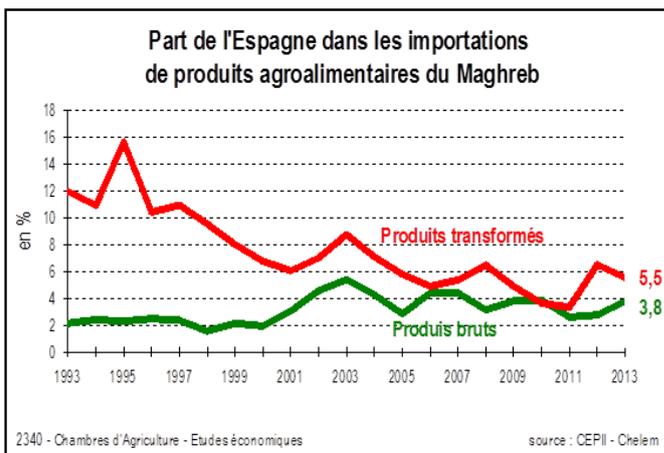
Sur l'ensemble du Maghreb, les parts de marché de la France en produits agricoles et alimentaires ont même progressé de +3,5 % entre 2003 et 2013 et de +0,5 % sur la période 1993-2013. Cette progression est imputable aux produits bruts, dont la part de marché sur le Maghreb passe de 17,7 à 28,3 % en vingt ans, et de 18,8 à 28,7 % entre 2003 et 2013, soit dix points de plus (graphique 4).

**Graphique 4**



En revanche, le bilan des produits issus de l'industrie agroalimentaire est moins positif. Si la part de la France dans les importations agroalimentaires totales des trois pays du Maghreb demeure positive, elle régresse toutefois fortement entre 1993 (près de 19 %) et 2013 (légèrement moins de 9 %). La part de la France dans ces produits à plus haute valeur ajoutée a donc été divisée par deux en l'espace de vingt ans. La progression constatée de l'Espagne sur les produits manufacturés se reproduit-elle dans le cas du secteur agroalimentaire ? Globalement non. En produits issus de la transformation, les parts de marché ont même tendance à régresser depuis 2013, alors que celles relatives aux produits, l'un des domaines phares de l'Espagne, se tiennent mieux (graphique 5).

**Graphique 5**

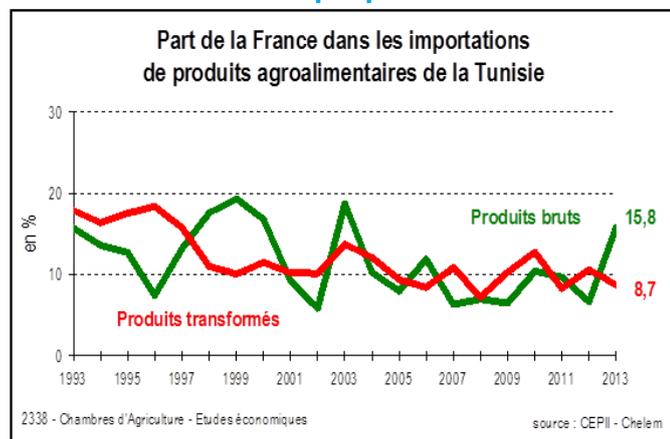


## L'Algérie comme destination prioritaire des exportations françaises

Les exportations françaises de produits agricoles et alimentaires sont majoritairement destinées au marché algérien. La part de la France dans les importations agroalimentaires totales de l'Algérie s'élevait en 2013 à 46 %, 36,5 % pour les produits bruts et 9,5 % pour ceux issus des industries de la transformation. La prédominance des produits issus de la transformation entre 1993 et 2003 s'arrête ensuite, laissant place aux produits bruts. Il faut rappeler que l'Algérie absorbe en effet à elle seule près de 68 % des exportations françaises se dirigeant vers les trois pays d'Afrique du Nord. Et 75 % de ces ventes à l'Algérie sont composées de produits bruts. Le blé représentait en 2013 65% des exportations totales agroalimentaires vers le marché algérien. L'accroissement des ventes de blé à Alger entre 1993 et 2013 s'est situé à environ + 1 953%. Viennent ensuite les produits laitiers, qui, pesant pour 7% dans les exportations françaises vers l'Algérie, forment le second poste des ventes. Deux produits seulement représentent donc un peu moins des trois quarts des exportations françaises sur le seul marché algérien.

La part de la France dans les importations algériennes de blé a toutefois enregistré une érosion réelle mais modeste sur vingt ans, passant de 22,5 % en 1993 à 17 % en 2013, baisse révélatrice d'une concurrence accrue avec les producteurs canadiens, et, sur la période récente, ukrainiens et russes. En 1933, ce sont les États-Unis qui détenaient la part de marché la plus élevée (44 %), devant le Canada (33 %), et la France (22,5 %). Vingt ans plus tard, la hiérarchie a été bouleversée, puisque les États-Unis ont été quasiment écartés du marché algérien (3 % de part de marché seulement), le Canada a subi une très nette érosion (10 %), la France occupant le *leadership*. Le débat récent qui a porté sur le devenir des exportations françaises de blé vers l'Algérie, du fait d'une qualité de moins en moins satisfaisante, débat ayant animé les acteurs de la filière céréalière, devrait par conséquent être nuancé au regard des résultats affichés ici.

Graphique 6



La part de la France dans les importations agroalimentaires du Maroc en 2013 est beaucoup moins importante (28,3 %), bien qu'elle devance celle dégagée sur la Tunisie (24,7 %). La place de la France dans les importations marocaines agroalimentaires est largement imputable aux produits bruts, qui dominent sur la totalité de la période. En revanche, dans le cas de la Tunisie, la prédominance des produits bruts pour expliquer la vigueur des parts de marché françaises n'apparaît qu'à seulement quatre reprises sur les vingt dernières années (graphique 6). Plusieurs enseignements peuvent être retirés de ce panorama des parts de marché françaises sur les trois principaux pays du Maghreb. Il est d'une part indéniable que les faiblesses de l'industrie française sur les marchés internationaux se confirment sur le Maghreb, entretenant le doute sur la capacité des industriels à redonner du souffle à leurs avantages comparatifs face aux assauts de l'Espagne et de la Chine. Ce point peut toutefois être contrebalancé par le fait que, comme cela a été dit, l'industrie française conserve encore son *leadership* sur ces trois pays, ce qui, à l'évidence, devrait constituer une puissante incitation pour mobiliser des ressources afin de le préserver.

Enfin, troisième et dernier enseignement, c'est bien le secteur agroalimentaire qui permet à l'économie française d'être massivement présente sur le Maghreb, loin devant les produits manufacturés et ses principaux concurrents. Dans la mesure où un pays comme l'Algérie devrait voir sa population s'accroître dans les années à venir, devenir de plus en plus climato-dépendant, le secteur agricole français, mais aussi les industries de la transformation, doivent se convaincre qu'ils détiennent un atout puissant pour répondre à un besoin vital, celui de contribuer aux équilibres alimentaires d'une région du monde qui figure parmi les plus géopolitiquement instables<sup>3</sup>. Les acteurs économiques, les pouvoirs publics ont l'avenir des parts de marché de l'économie française, et du secteur agricole et alimentaire en particulier, entre leurs mains.

### Données et méthodologie

Les données utilisées dans ce travail sont toutes issues de la base Comptes Harmonisés sur les Échanges et l'Économie Mondiale, CHELEM, du Centre d'Études Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII). La nomenclature retenue est GTAP, contenant 43 branches, dont le niveau de détails était suffisant pour mener cette étude. Le calcul des parts de marché s'est effectué de la façon suivante : pour chaque pays du Maghreb, ont été retenues les importations de produits manufacturés en provenance du monde, puis des différents pays (France, Chine, Espagne, Allemagne, Italie...), et ensuite le ratio importations en provenance d'un pays / importations en provenance du monde, en pourcentage.

1 Lire M. Bussière, G. Gaulier et S. Jean (2014), « La compétitivité-prix explique-t-elle les performances à l'exportation de la France et de ses partenaires ? », *Lettre du CEPII*, numéro 349, décembre, p. 1-4.

2 Sur la dynamique des échanges commerciaux chinois, lire F. Lemoine et D. Únal (2015), « Mutations du commerce extérieur chinois », *La Lettre du CEPII*, numéro 352, mars, p. 1-4.

3 Lire sur ce point S. Abis et T. Pouch (2013), *Agriculture et mondialisation. Un atout géopolitique de la France*, Sciences Po. Les Presses, coll. « Nouveaux débats », ainsi que S. Abis (2015), *Géopolitique du blé. Un produit vital pour la sécurité mondiale*, éditions Armand Colin - IRIS