

**LES DISPOSITIFS INSTITUTIONNELS DE  
PROMOTION DES EXPORTATIONS AGRICOLES  
ET AGROALIMENTAIRES DANS LES PAYS DU SUD  
DE LA MEDITERRANEE : MISE EN PERSPECTIVE  
REGIONALE ET PROSPECTIVES STRATEGIQUES**

Foued **CHERIET** \*

**RESUME**

L'objet de notre article est d'analyser les enjeux de la sécurité alimentaire dans les pays du Sud de la Méditerranée à travers l'évaluation des dispositifs de promotion des exportations de produits agricoles dans ces pays. D'abord, l'analyse des performances à l'exportation a révélé des situations contrastées. Ensuite, la comparaison des mécanismes de soutien et de promotion des exportations de ces pays montre des différences importantes en termes d'efficacité et d'accessibilité. Certains mécanismes présentent une forte complexité procédurale et des lourdeurs administratives manifestes. De même, l'analyse de ces dispositifs permet de constater qu'ils relèvent davantage d'une compétition inter pays que d'une construction régionale cohérente d'un cadre institutionnel commun. Enfin, certains pays devraient s'inspirer des dispositifs ayant déjà prouvé leur efficacité dans la promotion des exportations agricoles et agroalimentaires afin de les adapter à leur contexte local.

**MOTS CLES**

Promotion exportations agricoles, dispositif institutionnel, Pays du Sud de la Méditerranée.

**CODES JEL : L52, O 23, P 41**

---

\* Docteur en sciences de gestion, Chercheur en Stratégie et Prospective. UMR 1110 MOISA, INRA- Supagro Montpellier - [cheriet@supagro.inra.fr](mailto:cheriet@supagro.inra.fr)

## INTRODUCTION

Les récentes «émeutes de la faim» de 2008, qui ont notamment touché des pays du Sud de la Méditerranée (Maroc et Egypte), ont remis les questions de sécurité alimentaire au cœur des enjeux géostratégiques de la région euro-méditerranéenne. L'importance de la facture alimentaire en Algérie, au Maroc et en Egypte, ainsi que le poids du secteur agricole en Tunisie en termes de création de richesse et d'emplois auxquels s'ajoutent les défis agroclimatiques régionaux situent les questions de l'accès aux marchés internationaux (et surtout européen), au centre des discussions sur les rapports Nord-Sud en Méditerranée.

Selon Hugon (1999), les rapports euro-méditerranéens nord-sud souffrent d'une triple asymétrie: institutionnelle et politique, commerciale et alimentaire. Pour sa part, Abis (2009) identifie une dizaine d'enjeux liés à la fois aux «désordres alimentaires actuels» au niveau mondial, et à la construction de l'espace régional en cours. L'inquiétante dépendance alimentaire du Sud, l'insécurité sanitaire croissante, les défis écologiques futurs, et la spécificité du scénario démographique dans la région, appellent entre autres, à inventer une nouvelle souveraineté alimentaire des pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée (PSEM).

Au delà du simple constat des déficits structurels de la production agricole, il serait intéressant de s'interroger sur les enjeux des échanges commerciaux dans les pays du Sud de la Méditerranée? Quelle lecture peut-on faire des analyses prospectives régionales? Peut-on comparer les performances à l'exportation des pays du Sud de la Méditerranée? Même si les exportations émanent de plus en plus des acteurs privés, peut-on avancer une première évaluation de l'efficacité des dispositifs institutionnels de promotion des exportations?

Dans ce contexte, l'objet de notre article est d'analyser la situation alimentaire des pays du Sud de la Méditerranée (Maghreb et Egypte) à la fois en termes d'insertion dans le commerce international et d'efficacité des dispositifs institutionnels de promotion des exportations. Nous présenterons dans un premier temps les principaux résultats des analyses de prospective alimentaire dans la région. Ensuite, nous nous attarderons sur les performances à l'exportation des pays maghrébins et de l'Egypte, avant de tenter une

analyse comparative des principaux mécanismes mis en place par ces pays pour promouvoir leurs exportations de produits agricoles. Une série de recommandations terminera notre analyse et apportera des éléments de discussion.

### 1 - Déficit alimentaires et éléments de prospective régionale

Les enjeux de la sécurité alimentaire en Méditerranée vont au delà du simple constat des déficits de production agricole dans la région (Banque Mondiale 2009, Hervieu 2008). Ils relèvent aussi des considérations géostratégiques nationales et des constructions régionales en cours. Certaines analyses montrent le creusement dangereux des déficits alimentaires dans la région d'Afrique du Nord et du Moyen Orient, malgré un ralentissement dans les taux d'accroissement de la population. Cette équation *malthusienne* (population-production agricole) se trouve confrontée aux contraintes des évolutions agroclimatiques sévères dans la région (Chaumet et al. 2009, Almeras, Jolly, 2009), matérialisée par les déficits futurs en termes de surexploitation des ressources hydriques et une pression sur les terres agricoles.

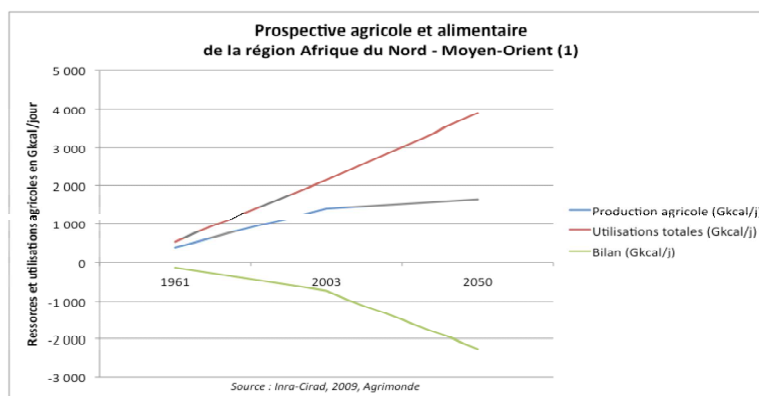
Tous les exercices de prospective convergent pour annoncer une aggravation du déficit alimentaire des PSEM, et plus particulièrement des pays du Sud de la Méditerranée. En 2050, la zone ANMO (Afrique du Nord/Moyen-Orient) risque de connaître une situation critique. Le décalage entre les ressources locales et la consommation atteignait 54% de l'offre en 2003. Il devrait plus que doubler en 2050 pour atteindre le chiffre abyssal de 137%. Par habitant, ce déficit sera alors 3 fois plus important qu'en Afrique au sud du Sahara, longtemps considérée comme la zone la plus vulnérable au monde (Cheriet, Rastoin, 2010 d'après Chaumet *et al.* 2009).

Tableau 1: **Evolution historique et prospective alimentaire dans la région Moyen-Orient / Afrique du Nord**

Indicateur	Evolution 2003/1961	2050/2003
Population	+ 190%	+ 70%
Production agricole	+ 250%	+ 20%
Déficit alimentaire	+ 50%	+ 150%

*Source: Calculs Cheriet, Rastoin 2010 d'après Chaumet et al. 2009.*

Ces tendances ne concernent pas uniquement de simples performances commerciales, mais traduisent des enjeux géopolitiques de l'activité agricole dans la région (Abis et al. 2009). Ainsi des questions stratégiques et de souveraineté alimentaire nationale se font jour. Elles sont exacerbées par la conjoncture internationale actuelle (hausse des prix des matières agricoles, «*émeutes de la faim*», crises alimentaires et sanitaires, etc).



Ainsi, la région des PSEM n'arrive à couvrir par ses exportations agricoles que le tiers de ses importations, alors que l'Union Européenne et l'UPM sont globalement autosuffisantes en termes d'échanges agricoles internationaux. La région Euro-méditerranéenne est ainsi importatrice nette de produits agricoles. Les pays riverains de la Méditerranée ne couvrent que les trois quarts de leurs importations par des exportations agricoles. Ce rapport semble stable depuis 1997.

Une étude de l'IFPRI portant sur les impacts des hausses éventuelles de prix des produits agricoles sur les marchés mondiaux a conclu à une forte vulnérabilité des économies méditerranéennes. A l'exception de la Turquie, qui pourrait voir sa balance commerciale agricole s'apprécier du fait d'une augmentation de ses exportations, toutes les économies d'Afrique du Nord et du Proche Orient connaîtront des effets négatifs plus ou moins importants, pouvant atteindre 0.7 à 0.9% de leurs PIB de 2005 (cas de l'Algérie, du Maroc ou de la Jordanie) (Minot et al, (2007) (cf. *Tableau 1 en annexe*).

Dans ces pays, la facture alimentaire nette déjà conséquente (entre 2 et 6% du PIB) pourrait encore s'alourdir. Les événements récents concernant les augmentations des prix des céréales (blé, maïs et riz notamment), peuvent renseigner dorénavant et déjà sur les déséquilibres commerciaux alimentaires dans la région, et sa dangereuse dépendance des importations agricoles.

Pour certains produits, la dépendance externe des économies du Sud de la Méditerranée des importations va au delà du simple enjeu commercial (Abis et al 2009, Abis 2008). La faiblesse structurelle de la production agricole des céréales par exemple, face à une consommation locale importante, traduit à elle seule les enjeux géopolitiques de la sécurité alimentaire, à la fois pour les pays concernés et pour l'ensemble de la région méditerranéenne.

Tableau 2: **Autosuffisance moyenne pour le blé en Méditerranée\***

Pays	Production (tonnes)	Consommation (tonnes)	Autosuffisance moyenne 1998-2003
Algérie	1 836 038	6 062 257	30%
Tunisie	1 184 953	1 938 678	61%
Maroc	3 289 103	5 016 821	66%
Égypte	6 454 665	9 469 894	68%
PSEM	38 160 280	42 111 474	91%
Turquie	19 591 933	13 217 374	148%
France	35 861 110	5 769 086	622%
UE 27	126 368 148	54 076 741	234%
Monde	590 792 893	415 409 258	142%

\* (% production nationale/ consommation. Moyenne annuelle 1998- 2003)

Source: Calculs de l'auteur d'après la base de données Faostat, 2009

Dans ce contexte, certains auteurs n'hésitent plus à appeler à un «Pacte agricole et agroalimentaire Euro-Méditerranéen» (Dubreuil, Rastoin, 2007). Il s'agit en effet d'inscrire la question de la sécurité alimentaire des pays du Sud de la Méditerranéenne au cœur des processus de réforme de la Politique Agricole Commune et de la construction Euro-Méditerranéenne en cours (Union Pour la Méditerranée).

## 2- Nature des échanges commerciaux et faiblesse de l'intégration régionale

La faiblesse de l'insertion des économies du Sud de la Méditerranée ne se limite pas aux secteurs agricoles et agroalimentaires. Elle révèle des déséquilibres structurels de ces économies, malgré des taux d'ouverture à l'international importants. Les enjeux semblent plutôt traduire une faible compétitivité des produits à l'exportation et un manque manifeste d'intégration des échanges régionaux.

Sur le plan des échanges internationaux, force est de constater la faiblesse des flux sud-sud méditerranéens par rapport à ceux observés dans d'autres espaces régionaux. En effet, les exportations et les importations intra régionales dans le Maghreb, ne représentent que 3% du total des échanges extérieurs de ces pays, alors qu'elles atteignent 20% dans les pays du *Mercosur* et près de la moitié dans l'espace européens.

Pire, la tendance semble indiquer une détérioration de l'intégration régionale des échanges avec un passage de 3.4% des exportations au sein des pays de l'UMA en 1998 à près de 2% en 2006, même si les montants des exportations semblent avoir fortement progressé.

Cela est d'autant plus inquiétant que les exportations dans ces pays sont peu diversifiées (l'Algérie exporte des hydrocarbures à hauteur de 97%) et fortement concentrés sur le plan géographique (cas de la Tunisie avec l'Union Européenne).

Tableau 3: **Les échanges commerciaux intra régionaux : UMA, UE et Mercosur**

	Intra groupe				Exportations		Reste du Monde	
	1998		2006		1998		2006	
	Mil \$	%	Mil \$	%	Mil \$	%	Mil \$	%
UMA	881	3,3	2400	2,0	26053	96,7	117096	98,0
Mercosur	20352	25,0	25775	13,5	61120	75,0	165060	86,5
Zone Euro	804951	45,9	1726122	49,7	947924	54,1	1748493	50,3

Source : Données CNUCED

De surcroît, alors que le potentiel de croissance des marchés maghrébins semble attirer certains pays émergents (cas du Brésil pour les produits agricoles), il faut relever la faiblesse des échanges croisés intra-régionaux

Tableau 3 (Suite) : **Les échanges commerciaux intra régionaux : UMA, UE et Mercosur**

	Importations							
	Intra groupe				Reste du Monde			
	1998		2006		1998		2006	
	Mil \$	%	Mil \$	%	Mil \$	%	Mil \$	%
UMA	731	2,3	2657	3,4	31688	97,7	75720	96,6
Mercosur	22117	21,4	27449	18,6	81251	78,6	120115	81,4
Zone Euro	738010	45,0	1671434	48,8	901248	55,0	1754328	51,2

*Source : Données CNUCED*

En termes d'évolution des exportations, signalons les performances des 3 pays du Maghreb et de l'Egypte. En moins de 10 ans, les quatre pays ont multiplié leurs exportations par 5 en moyenne. Le rythme d'évolution a été plus rapide pour l'Algérie et l'Egypte que celui de la Tunisie ou du Maroc. Hors l'Algérie qui n'exporte quasiment que des hydrocarbures et dont les montants d'exports sont donc liés essentiellement aux prix internationaux, les trois pays présentent des évolutions annuelles autour de 10% avec une accélération importante entre 2004 et 2007 (Tableau 4).

Cependant, la comparaison des valeurs des exportations de ces pays avec celles d'autres pays méditerranéens renseignent sur la faiblesse des volumes échangés. En 2007, la Turquie a exporté à elle seule près de l'équivalent du total des exportations des 4 pays réunis. L'Italie a pour sa part enregistré des exportations près de 5 fois supérieures à celles des quatre pays du Sud réunis.

Sur le plan de l'évolution des exportations, il faudrait signaler que, même si les taux de croissance ont été sensiblement plus faibles pour la Tunisie, le pays est le seul à ne pas avoir connu de baisse de ses exportations entre 1998 et 2006. Seules les années 1998-2000 et 2002 ont enregistré des taux d'évolution inférieurs à 5% pour les exportations tunisiennes. Le dispositif de stimulation des exportations a donc bien fonctionné.

Tableau 4 : **Evolution des exportations dans quelques pays Méditerranéens (Maghreb, Turquie, Italie) entre 1998 et 2007 (Flux en millions de U.S. \$)**

	1998	2003	2004	2006	2007
Algérie	11 090	24 105	32 324	53 221	53 718
Egypte	3 130	6 311	7 530	13 736	16 101
Maroc	7 153	8 778	9 663	11 511	13 884
Tunisie	5 738	8 027	9 685	11 513	15 011
Turquie	26 974	46 576	61 683	81 912	106 851
Italie	245 560	299 232	353 607	416 706	488 239

Source : Données CNUCED

Tableau 5 : **Evolution annuelle des exportations dans quelques pays Méditerranéens (Maghreb, Turquie, Italie) : 1998-2006 (%)**

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Algérie	-24	13	75	-13	-2	28	34	41	17
Egypte	-20	14	32	-12	14	34	19	42	29
Maroc	2	3	1	-4	10	12	10	4	15
Tunisie	3	2	0	13	4	17	21	8	10
Turquie	3	-1	4	13	10	35	32	17	14
Italie	2	-4	2	2	4	18	18	6	12

Source: Données CNUCED

Malheureusement, cette bonne tenue des exportations s'accompagne d'une augmentation des importations qui laissent les balances commerciales encore fragiles dans les pays du Maghreb et en Méditerranée en général. Une accélération dans les échanges est observée, notamment à partir de 2001, avec pour conséquence une aggravation du déficit du solde commercial et de la couverture des importations par les exportations dans certains pays.

Tableau 6 : **Evolution des importations dans quelques pays Méditerranéens (Maghreb, Turquie, Italie) : 1998 - 2006 (en %)**

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Algérie	0	-13	0	8	15	13	47	9	1
Egypte	22	-1	-13	-9	-2	-11	15	54	4
Maroc	8	-4	16	-4	7	20	23	11	16
Tunisie	5	1	1	11	0	15	17	3	13
Turquie	-5	-11	34	-24	20	32	47	3	35
Italie	4	1	8	-1	4	21	19	9	15

Source: Données CNUCED



Ainsi, à l'exception du cas particulier de l'Algérie, qui affiche un solde positif et une couverture importante de ses importations par ses exportations, l'ensemble des pays accuse une aggravation plus ou moins importante de leurs taux de couverture. La situation tunisienne apparaît comme intermédiaire. Le déficit commercial est inférieur à celui enregistré dans les autres pays pour l'ensemble de la période étudiée.

Un fait est cependant à relever quant à l'ampleur des déficits commerciaux des pays du Sud (sauf le cas particulier de l'Algérie): le déficit commercial du Maroc, de la Tunisie et de l'Égypte est de 19 milliards de dollars soit près de 80% celui de l'Italie, alors que les échanges sont 5 fois moins importants dans ces pays. Ainsi, l'Italie approche la couverture commerciale avec un solde négatif de 5% par rapport aux importations, alors que les pays du Sud accusent des déficits pouvant atteindre 40% des importations (*Tableau 2 en annexe*).

La comparaison des parts des principaux fournisseurs et clients des quatre pays examinés, fait apparaître des situations contrastées. Une concentration des origines et des destinations des échanges internationaux dans les trois pays du Maghreb, dépendant fortement des marchés européens et une diversification relative des échanges égyptiens avec une prédominance des USA et des pays du golf comme principaux acteurs (*Tableau 3 en annexe*).

Cette situation de concentration des flux extérieurs est encore plus prononcée dans le cas tunisien. En 2006, plus de la moitié des importations mais surtout les deux tiers des exportations étaient en provenance ou à destination des marchés européens. Dans un degré moindre, une situation semblable concernant les exportations est observée pour le Maroc, avec une plus grande diversité des «clients».

Un second fait marquant concernant les exportations des pays du Maghreb et de l'Égypte se rapporte à la composition des produits échangés. Les données du PNUD montrent entre autres, la faiblesse des produits à fort contenu technologique dans les exportations manufacturées des pays du Maghreb et de l'Égypte, à la fois par rapport à la moyenne mondiale, et celle des PECO. Quelques distinctions peuvent être faites entre les 4 pays examinés.

Tableau 7. : Nature des exportations au Maghreb et en Egypte

Pays	Imports		Exports		Exports primaires	
	% du PIB		% du PIB		% exports	
	1990	2005	1990	2005	1990	2005
Algérie	25	23	23	48	97	98
Egypte	33	33	20	30	57	64
Maroc	32	43	26	36	48	35
Tunisie	51	51	44	48	31	22
PECO	28	43	29	45	-	36
OCDE	18	23	17	22	21	18
Monde	19	26	19	26	26	21

Tableau 7: (suite)

Pays	Exports primaires		Exports produits manufacturés		Exports High Tech	
	% exports		% exports		% exports manufacturés	
	1990	2005	1990	2005	1990	2005
Algérie	97	98	3	2	1.3	1.0
Egypte	57	64	42	31	-	0.6
Maroc	48	35	52	65	-	10.1
Tunisie	31	22	69	78	2.1	4.9
PECO	-	36	-	54	-	8.3
OCDE	21	18	77	79	18.1	18.2
Monde	26	21	72	75	17.5	21.0

*Source: PNUD, Rapport sur le développement humain, 2007/2008; tableau 16 : p. 285-288.*

Les données du tableau ci-dessus montrent d'abord l'importance des échanges internationaux dans ces pays par rapport à la création de richesse nationale. Alors que la moyenne mondiale du ratio exportations/ PIB était de 26% en 2005, elle a dépassé les 30% dans les quatre pays, avec des ratios atteignant la moitié du PIB en Algérie et en Tunisie.

La seconde distinction concerne la part des produits primaires dans les exportations totales. Deux profils peuvent être dégagés : d'une part, le cas de l'Algérie et de l'Egypte, exportateurs de produits primaires avec des tendances haussières, et d'autre part, le Maroc et la Tunisie qui ont amorcé avec succès la diversification de leur économie, en enregistrant des tendances à la baisse de la part des produits primaires dans leurs exportations.

En troisième lieu, le raisonnement précédent est confirmé. Le Maroc mais surtout la Tunisie, exportent de plus en plus de produits

manufacturés, alors que le ratio est intermédiaire pour l’Egypte et négligeable pour l’Algérie (respectivement 31% et 2% en 2005). Pour ce ratio, la Tunisie se situe au niveau des pays de l’OCDE et surclasse les PECO.

Enfin, la dernière distinction concerne la part des produits «*High Tech*», à fort contenu technologique dans les exportations de produits manufacturés. L’ensemble des pays du Sud de la Méditerranée est en deçà de la moyenne mondiale qui se situe en 2005 à 21%. Des situations extrêmes sont enregistrées par l’Algérie et l’Egypte (1%). La Tunisie se positionne dans une situation intermédiaire grâce au doublement du ratio entre 1995 et 2005 pour atteindre 4.9%, encore en deçà de celui des produits à fort contenu technologique dans les exportations manufacturés des PECO (8.3%), du Maroc (10.1%) ou encore des pays de l’OCDE (18%).

De manière générale, la mise en perspective régionale et la comparaison des performances des pays en termes d’exportation fait apparaître une insuffisance d’ensemble, accompagnée de situations très contrastées, selon les spécialisations, les dépendances, et la concentration-polarisation des échanges de ces pays. Le faible niveau des échanges intra régionaux renseigne sur les potentialités des échanges entre les pays de la rive sud de la Méditerranée. De même, les réorientations du contenu des exportations, le potentiel de valorisation des produits et les marges importantes de l’amélioration de la compétitivité des entreprises maghrébines et égyptiennes, peuvent aboutir à terme, à un accès plus facilité aux marchés déjà existants (Europe, pays du Golf et USA) mais surtout la conquête de parts de marchés dans les pays émergents à fort potentiel de croissance (Inde, Chine, Brésil).

### **3 - Comparaison régionale des dispositifs institutionnels de promotion des exportations**

Depuis près de deux décennies, de nombreux pays ont lancé des programmes ambitieux de promotion de leurs exportations. Des dispositifs institutionnels articulés autour d’organismes publics, parapublics ou même privés, ont été adoptés dans ce sens. Les pays du Maghreb et l’Egypte dont l’ouverture économique est plus ou moins tardive, ont amorcé un mouvement similaire en parallèle à des efforts de restructuration économique et industrielle, de réformes

structurelles et de politique d'attractivité des investissements directs étrangers.

De même, plusieurs accords internationaux bilatéraux et multilatéraux ont été signés dans le sens d'une plus grande ouverture économique. Une compétition internationale est engagée pour l'accès aux marchés internationaux. Dans ce cadre *hypercompétitif*, l'efficacité des dispositifs de promotion des exportations et ceux visant l'amélioration de la compétitivité des produits sur les marchés doivent sans cesse être améliorés.

Une tendance similaire d'*hypercompétition* institutionnelle entre les pays a été observée concernant les dispositifs incitatifs d'accueil des IDE. Plusieurs études avaient noté l'inefficacité relative de telles mesures, en dehors d'un cadre institutionnel global, voire d'une approche régionale d'attractivité (Cheriet, Tozanli, 2007). En effet, dans leur étude de l'attractivité des IDE dans le secteur agricole et agroalimentaire, ces auteurs ont montré un poids relatif plus important de la compétitivité et des performances de l'industrie par rapport aux facteurs institutionnels ou d'infrastructure.

En général, les pays ont mis en place des dispositifs concernant l'ensemble des exportations, sans distinctions sectorielles significatives. Cependant, l'importance de l'agriculture dans certains pays (12% du PIB, plus de 20% de la population active en Tunisie), et les spécificités du produit agricoles et agroalimentaires (périssabilité, saisonnalité, faible valeur/volume échangé, proximité des lieux de production et de consommation; etc.) nécessitent souvent la mise en place de cadres institutionnels adaptés.

Néanmoins, certains pays ont adopté des actions spécifiques concernant la promotion de leurs produits agricoles ou agroalimentaires. Ces actions passent souvent par une labellisation ou une indication géographique, mais peuvent concerner des mécanismes spécifiques ou ponctuels. Ainsi, l'Algérie a mis en place *Le couloir vert* pour promouvoir ses exportations de dattes. Le Maroc encourage les regroupements interprofessionnels par type de produit exporté ou par filière. L'Égypte a mis en place des cycles de formation spécifiques aux exportations agroalimentaires. Le tableau ci-dessous donne un aperçu des principaux organismes ainsi que des mécanismes institutionnels mis en place par les trois pays maghrébins et l'Égypte pour promouvoir leurs exportations.

Tableau 8: Dispositifs de promotion des exportations au Maghreb et en Egypte\*

	Tunisie	Maroc
Organisme principal	Centre de promotion des exportations (CEPEX)	Centre marocain de promotion des exportations (CMPE)
Institutions de promotion des exportations	Conseil supérieur de l'export et des investissements (CSEI)	Centre national du commerce extérieur (CNCE)
	Conseil national du commerce extérieur (CNCE)	Maison de l'Artisan
	Dispositifs CEPEX	Etablissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (EACCE)
	- FOPRODEX (Fonds promotion des exportations)	Office de commercialisation et d'exportation (OCE/ IAA)
	- Guichet Unique Commercial	Société marocaine d'assurance à l'exportation (SMAEX)
	- FAMEX (Fonds d'accès aux marchés d'exportation)	Association marocaine des exportateurs (ASMEX)
	- SOS Export	
	Maison de l'Exportateur (Structure transversale)	
	Comité technique des foires et des expositions	
Assurance du commerce extérieur	Compagnie Tunisienne d'Assurance du commerce extérieur (COTUNACE)	
Associations professionnelles	Club des exportateurs (en incluant l'UTICA / industrie et l'UTAP/ Agriculture et pêche)	

Tableau 8: (suite)

	Algérie	Egypte
Organisme principal	Agence de promotion du commerce extérieur (ALGEX)	Egypt export promotion center (EEPC)
Institutions de promotion des exportations	Fond Spécial de promotion des exportations (FSPE)	Egyptian commercial service (ECS) + Foreign trade training center (FTIC) + Export development Found (EDF)
	Couloir vert (2006, export dattes)	General organization for exports and imports control (GOEIC)
	OPTIMEXPORT (Ministère commerce et AFD)	General organization for international exhibitions and fairs
	Compagnie d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX)	Export credit guarantee company (ECGC)
	Association nationale des exportateurs algériens (ANEXAL)	Egyptian Exporters Association (EEA)

\* *En dehors des accords préférentiels bilatéraux ou multilatéraux des pays du Maghreb et de l'Egypte*  
**Source:** *Elaboré à partir des sites des institutions de promotions des exportations des pays concernés.*

Une analyse en termes d'efficacité permet de comparer les différents dispositifs de promotion des exportations des quatre pays examinés, à la fois en termes d'accessibilité et de clarté des objectifs, mais aussi par rapport aux moyens assignés ou à la lourdeur des procédures administratives associées (Tableau 9 *infra*).

Tableau 9 : **Evaluation<sup>1</sup> des dispositifs de promotion des exportations dans le Maghreb et en Egypte\***

	Tunisie	Maroc	Algérie	Egypte
Ancienneté / création	1980-1990	1990	1996-2006	1995
Clarté des objectifs	+++	++-	--+	+++
Complexité/ lourdeur	--+	--+	---	-++
Accessibilité	+++	++-	---	+++
Dotation budgétaire	+-	++-	+++	+++
Nombre des dispositifs	++-	+++	+-	++-

\* Evaluation de l'auteur : de (+++) Elevé à (---) Faible

De création plus ou moins récente, les quatre pays présentent un schéma quasi similaire des dispositifs de promotion des exportations: d'abord, un organisme exécutant dédié, sous le contrôle d'un dispositif gouvernemental plus large, jouant le double rôle de coordinateur et de «producteur» des principales orientations stratégiques. Ensuite, des organismes d'assurance à l'exportation (pour les risques de changes par exemple) et des associations professionnelles d'exportateurs parachèvent ces dispositifs institutionnels. Enfin, des organismes intermédiaires de contrôle des flux d'échanges internationaux (sauf dans le cas de l'Algérie où cette mission est confiée à des offices nationaux ou régionaux sous contrôle du ministère du commerce et de la direction centrale de la douane), permettent d'assurer la coordination entre les organismes de promotion des exportations et les échelons centraux.

Quelques différences entre les dispositifs des quatre pays peuvent néanmoins être soulignées.

Dans le cas tunisien, le CEPEX apparaît comme un organisme au centre du dispositif avec des mécanismes d'appui et de subventions plus ou moins opérationnels (FOPRODEX, FAMEX et SOS Export).

<sup>1</sup> Sur la base de recueil d'avis des exportateurs nationaux dans la presse spécialisée locale et internationale (MOCI, les Echos quotidiens nationaux,...)

Une entité transversale (Maison de l'exportateur) permet d'améliorer l'efficacité du dispositif, notamment avec le regroupement «géographique» des structures et de la procédure au sein du *Guichet Commercial Unique*. Même si le dispositif tunisien affiche des objectifs clairs et semble bénéficier de son ancienneté auprès des opérateurs, il souffre d'une certaine lourdeur et d'une dotation budgétaire relativement moindre, comparée au Maroc, à l'Égypte et surtout à l'Algérie. Par contre, les mécanismes mis en place par la Tunisie présentent de nombreux avantages tant en termes de lisibilité et d'accessibilité, que de clarté des incitations fiscales et réglementaires. A cet effet, de nombreuses déductions d'impôt et d'exonérations totales ont été prévues pour les «entreprises exportatrices» dans le cadre du régime unique d'incitation à l'investissement de 1993.

Un schéma *quasi* identique est observé au Maroc, avec les mêmes insuffisances en termes de complexité et une accessibilité moindre. Cependant, le dispositif marocain semble plus «déconcentré» que celui de la Tunisie, avec de nombreuses structures sectorielles. Concernant certaines branches, des associations professionnelles ont été mises en place pour l'appui spécifique à l'exportation de certains produits (l'huile d'olive ou le liège par exemple). Le dispositif marocain souffre aussi d'une duplication des cadres institutionnels et légaux, diminuant ainsi la visibilité des mécanismes de promotion des exportations.

Le dispositif égyptien est celui qui allie l'efficacité des mécanismes tunisiens au pragmatisme du dispositif marocain. L'EEPC, coordonne trois organismes interdépendants. En plus, l'Égypte a mis en place un organisme dédié à la formation des opérateurs : informations, vulgarisation, mis en place de la fonction «exports» dans les entreprises, etc. Cela aboutit vraisemblablement à une meilleure accessibilité et une visibilité accrue du dispositif.

Enfin, le dispositif algérien, de création plus récente, semble le moins complet. Néanmoins, des efforts récents en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures ont abouti à des initiatives innovantes: la création du fonds de soutien des exportations avec un programme ambitieux de formation et d'appui, et une dotation budgétaire importante; et ensuite, le programme *Optimexport*, avec l'appui de l'Agence Française de Développement qui vise entre autres à identifier des acteurs (44 PME à fort potentiel d'accès aux marchés internationaux ont été identifiées dans le cadre de ce



programme en 2009) pouvant bénéficier d'un appui tout au long de la procédure d'exportation. Néanmoins, le dispositif algérien souffre d'une juxtaposition des lois et d'un manque de clarté du rôle de certaines institutions, réduisant fortement la visibilité et l'accessibilité des mécanismes de promotion des exportations mis en place à partir des années 2000.

A l'issue de cette brève analyse, quelques recommandations peuvent être émises afin de renforcer l'efficacité des dispositifs institutionnels mis en place par les pays du Sud de la Méditerranée afin de promouvoir leurs exportations agricoles et agroalimentaires.

### *1. Bilan des dispositifs de promotion des exportations*

Un tel bilan devrait associer les acteurs concernés par le commerce international de produits agricoles et agroalimentaires. Au-delà d'une comparaison des réalisations et des prévisions des plans en matière d'exportation, l'objectif serait d'identifier des mécanismes innovants d'accès aux marchés, en s'inspirant entre autres des dispositifs d'autres pays méditerranéens. La mise en place de plates-formes logistiques dédiées à l'exportation de produits agricoles (Nador au Maroc, Port de Djendjen en Algérie, etc.), la mise en place de centres de formation et de vulgarisation sectorielle, l'encouragement des associations d'exportateurs par type de produits (Maroc) pourraient constituer quelques pistes d'aménagement du dispositif existant.

### *2. Utilisation optimale des quotas UE*

La non utilisation optimale des quotas d'exportation prive les pays du Maghreb et l'Égypte d'un marché potentiel ouvert aux produits agricoles. La promotion des exportations devrait intégrer cette dimension et s'inspirer notamment des expériences marocaine et turque dans ce sens. L'objectif est de croiser les différents quotas tant sur le plan saisonnier, de l'amélioration des quantités mises sur les marchés que celui de la valorisation maximale des produits exportés

### *3. Valorisation des produits et technopoles*

Les différents acteurs institutionnels devraient être associés dans l'ensemble de la « chaîne » de promotion des exportations. Ainsi, et dans le cadre du projet de technopole agroalimentaire de Bizerte, ou le projet de la technopole de Bejaia en Algérie, un axe prioritaire et

spécifique devrait viser les actions à entreprendre pour promouvoir les exportations. Cela concernera à la fois les autorités locales, les institutions de recherche mais surtout les opérateurs économiques eux-mêmes.

#### *4. Echanges intra-maghrébins, regroupements et pouvoirs de marché*

Afin d'accroître le pouvoir de marché des produits tunisiens (négociation internationale, notamment face aux centrales d'achat de la grande distribution européenne), les dispositifs institutionnels devraient encourager la transformation et la valorisation de produits agricoles bruts, autres que tunisiens. Ainsi, des avantages de proximité et une expérience dans la valorisation des produits exportés, pourraient permettre à des opérateurs tunisiens, de «réexporter» d'autres produits maghrébins. Trois exemples peuvent être cités dans ce sens, et concernent la réexportation de produits algériens: les dattes, le liège et les produits de la mer. Cela viserait à la fois un accroissement des échanges intra-maghrébins à travers des complémentarités déjà existantes, mais surtout à exploiter des synergies internationales et des spécialisations régionales de production.

#### *5. Organisations communes de marchés*

Ces organisations communes peuvent concernées dans un premier temps certains produits aux parts marginales dans les exportations agricoles. Ainsi, un tel schéma peut être envisagé pour les fruits et légumes avec comme objectif centrale, l'amélioration de la visibilité internationale du produit tunisien, mais aussi une maîtrise de la chaîne logistique d'exportation (conditionnement, emballage, stockage, etc.)

#### *6. Marchés de niches, bio, équitables et labellisation*

La valorisation des produits agricoles exportés ne doit pas ignorer les marchés de niches que peuvent constituer les débouchés des segments «bio» et équitables: un renforcement des dispositifs de promotion des exportations passera par l'identification des acteurs potentiellement compétitifs et le lancement des procédures de labellisation. Cette démarche s'inscrira dans un objectif de valorisation des exportations, passant par une meilleure labellisation (Indications géographiques et Appellations d'origine contrôlée notamment).

### 7. Libéralisation des exportations agricoles et agroalimentaires

Cela peut aussi être envisagé dans le cadre d'une amélioration de l'efficacité des dispositifs de promotion des exportations. La recherche d'une plus grande souplesse du cadre institutionnel peut se faire à travers la suppression complète et rapide des interdictions et autorisations diverses à l'exportation des produits agricoles (à l'exception des périodes de graves crises politiques ou sociales ou de catastrophes naturelles). Par exemple, dans le cas tunisiens, certains produits agricoles pourraient bénéficier d'un soutien institutionnel plus important : les huiles, les tomates et produits dérivés ; le lait et les amandes. (Banque Mondiale, 2006).

L'avantage de ces actions réside dans la simplicité de leur mise en place et leur coût relativement réduit. Sans être exhaustives, ces quelques recommandations pourraient permettre à terme, une amélioration significative de l'efficacité des dispositifs des pays du Sud de la Méditerranée pour la promotion des exportations agricoles et agroalimentaires.

### CONCLUSION ET ELEMENTS DE DISCUSSION

L'objet de cet article était de présenter une mise en perspective régionale des «performances» à l'exportation des produits agricoles et agroalimentaires des pays du Sud de la Méditerranée, ainsi qu'une comparaison des dispositifs institutionnels mis en place par ces pays pour promouvoir l'accès de leurs produits sur les marchés internationaux. Au delà des constats de dépendances commerciales contrastées des pays examinés, force est de constater que les performances moyennes à l'exportation demeurent en deçà des objectifs affichés. De même, il faudrait noter l'absence totale d'une coordination inter-régionale des dispositifs institutionnels de promotion. Pire encore, les pays du Sud de la Méditerranée sont en compétition frontale pour favoriser l'accès de leurs propres produits sur les marchés mondiaux en général et européens en particulier. Enfin, les exportations de ces pays présentent deux caractéristiques principales : un déficit patent de la part des produits transformés à forte valeur ajoutée, et une faiblesse manifeste des échanges intra-régionaux.

La comparaison régionale de la situation des exportations fait apparaître à la fois de meilleures performances commerciales, et une plus grande efficacité des dispositifs de promotion des exportations tunisiennes. Les améliorations de l'accès des produits des pays du

Sud de la Méditerranée aux marchés internationaux sont manifestes, notamment pour certains produits transformés. Néanmoins, trois remarques devront nuancer cette conclusion :

- D'abord, une augmentation de la part des services dans les exportations et une diversification des marchés visés, devront diminuer la dépendance commerciale des pays Sud méditerranéens.
- Ensuite, au delà des mécanismes incitatifs « classiques », un accompagnement sectoriel de l'appui à l'exportation, à l'instar du dispositif marocain, ou encore la création d'un organisme dédié à la formation des chargés de l'exportation comme cela a été fait par l'Egypte, pourraient améliorer à moyen terme l'efficacité des dispositifs Sud Méditerranéens de promotion des exportations.
- Enfin, la création d'un organisme de coordination régionale des dispositifs institutionnels de promotion des exportations permettrait à la fois un meilleur ciblage des marchés visés et une coordination plus efficaces des actions à mener.

### Références bibliographiques

**Abis S., Blanc P., & Mikail B.,** (2009), «Le malheur est-il dans le pré? Pour une lecture géopolitique de l'agriculture», In *Revue Internationale et Stratégique*, N° 73, p.22-30.

**Abis S.,** (2009), «Désordres agricoles et alimentaires en Méditerranée», In *Revue Parlementaire et Politique*, p. 81-86.

**Almeras G., Jolly C.,** (2009), «*Méditerranée 2030*»: construire la Méditerranée, IPEDMed, Paris, 300 pages.

**Chaumet J.M., Delpuech F., Dorin B., Ghersi G., & Hubert B.,** Le Cotty T., Paillard S., Petit M., Rastoin J.L., Ronzon T., Treyer S., (2009), *Agricultures et alimentations du monde en 2050 : Scénarios et défis pour un développement durable*, Editions Inra-Cirad, Paris. 202 pages.

**Cheriet F., & Rastoin J.L.,** (2010), «sécurité alimentaire en Méditerranée : un enjeu géostratégique majeur», In *Les notes IPE Med*, Paris. 32 pages. A paraître.

**Cheriet F., & Tozanli S.,** (2007), «Essai de construction d'un score d'attractivité sectorielle des IDE: Cas du secteur agroalimentaire en Méditerranée», In *Revue Economie Rurale*. N°302, novembre-décembre, p. 40-55.

**Banque Mondiale** (2009), *Renforcer la sécurité alimentaire dans les pays arabes*, Banque Mondiale, Washington, janvier, 84 pages.

Banque Mondiale, (2006), *Tunisie. Examen de la politique agricole*, Rapport 35239-TN, , Washington, juillet, 108 pages.

**Dubreuil C., & Rastoin J.L.**, (2009), *Un pacte agricole, agro-alimentaire et rural pour l'intégration rurale euro-méditerranéenne*, In *Les Notes IPEMED*, Paris. 24 pages.

**Elloumi** (2006), «L'agriculture tunisienne dans un contexte de libéralisation», *Revue Région et Développement*, 23, p.129-160.

**Hervieu B.**, (Ed), (2008), *Mediterra 2008 : les futurs agricoles et alimentaires en Méditerranée*, CIHEAM- Presses de Sciences Po, Paris, 368 pages.

**Hugon P.**, (1999), «Les accords de libre échange avec les pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée entre la régionalisation et la mondialisation », *Revue Région et Développement*, vol 9, p.5-32.

**Minot N., Chemingui M., Thomas M., Dewina R., & Orden D.**, (2007), *Impact of trade liberalization on agriculture in the Near East and North Africa*, Ifpri, Ifad, Washington. 174 pages.

## ANNEXES

Tableau 1: Impact d'une augmentation des prix agricoles sur les économies des PSEM

Pays	PIB (Mil \$)	Imports Agricoles (Mil \$)	Exports agricoles (Mil \$)	Imports agricoles Nets (Mil \$)
Algérie	66 530	3 062	55	3 007
Egypte	82 427	2 741	938	1 803
Jordanie	9 860	1 020	440	579
Libye	19 000	1 285	239	1 046
Maroc	43 727	1 671	981	690
Syrie	21 499	1 050	851	199
Tunisie	25 037	976	470	506
Turquie	240376	4 179	4 831	(652)

Tableau 1: suite

Pays	Imports agricoles Nets (% PIB)	Coût hausse 15% prix agricoles (Mil \$)	Coût hausse 15% prix agricoles (% PIB)
Algérie	4.5%	451	0.7%
Egypte	2.2%	270	0.3%
Jordanie	5.9%	87	0.9%
Libye	5.5%	157	0.8%
Maroc	1.6%	104	0.2%
Syrie	0.9%	30	0.1%
Tunisie	2%	76	0.3%
Turquie	-0.3%	(98)	0%

*Source: D'après les données de (IFPRI), International Food Policy Research Institute (2007), «Impact of trade liberalization on agriculture in the Near East and North Africa», in IPEDMed, (2009), Méditerranée 2030, p.201.*

Tableau 2.a: Evolution du solde de la balance commerciale pour quelques pays Méditerranéens (En millions U.S. \$)

Millions \$	1998	1999	2002	2003
Algérie	573	3 358	7 398	11 189
Egypte	-13 036	-12 463	-7844	-4828
Maroc	-3 137	-2 558	-4 014	-5 472
Tunisie	-2 613	-2 603	-2 655	-2 883
Turquie	-18 947	-14 084	-15 101	-19 061
Italie	27 306	14 941	7 395	1 821

Tableau 2.a: **Suite**

Millions \$	2004	2005	2006
Algérie	13 364	24 913	32 216
Egypte	-5 329	-9 179	-6 878
Maroc	-7 924	-9 452	-10 987
Tunisie	-3 133	-2 683	-3 352
Turquie	-34 685	-27 070	-51 672
Italie	-1 517	-11 673	-25 667

Tableau 2.b.: **Evolution du solde de la balance commerciale pour quelques pays Méditerranéens (en %)**

En %	1998	1999	2000	2001
Algérie	5,4	36,6	137,7	92,5
Egypte	-80,6	-77,8	-66,5	-67,6
Maroc	-30,5	-25,8	-35,6	-35,3
Tunisie	-31,3	-30,7	-31,7	-30,5
Turquie	-41,3	-34,6	-49,0	-24,3
Italie	12,5	6,8	0,7	3,5

Tableau 2.b.: **Suite**

En %	2002	2003	2004	2005	2006
Algérie	64,8	86,6	70,5	120,2	153,4
Egypte	-62,5	-43,3	-41,4	-46,2	-33,4
Maroc	-33,8	-38,4	-45,1	-48,6	-48,8
Tunisie	-27,9	-26,4	-24,4	-20,4	-22,5
Turquie	-30,4	-29,0	-36,0	-27,3	-38,7
Italie	3,0	0,6	-0,4	-3,0	-5,8

Source : Données CNUCED

Tableau 3.a.: **Parts de marché des principaux fournisseurs du Maghreb et de l’Egypte (2006)**

Fournisseur	Italie	Fran	All	Chine	USA
Algérie	8.8	20.6	7	8.1	6.8
Egypte	5.3	..	..	5.8	7.8
Maroc	6.4	16.5		5.4	
Tunisie	18.7	22.8	7.9	3.3	

Tableau 3.a. : **Suite**

Fournisseur	Golf	Esp	Jap	Turq	UE 27*
Algérie		4.8	3.4	3.4	41.2
Egypte	6.9				5.3
Maroc	6.8	11.6			34.5
Tunisie		4.7			54.1

\* Total des principaux fournisseurs européens présents dans les tableaux ci-dessus

Tableau 3.b.: **Parts de marché des principaux clients du Maghreb et de l’Egypte (2006)**

Client	Italie	USA	Fran	All	Esp
Algérie	17	23.6	8		10.5
Egypte	6.4	29.5	6.2	8	
Maroc	4.9		28.4		20.8
Tunisie	22.1		32.3	7.9	6.3

Tableau 3.b. : **Suite**

Client	Chine	UK	Golf	Ind	Turq	UE 27*
Algérie					3.8	35.5
Egypte	9		12.4			20.6
Maroc		6	6.8	4.3		60.1
Tunisie	0.4					68.6

\* Total des principaux clients européens présents dans les tableaux ci-dessus

Source : IPE Med (2009), Méditerranée 2030 ; p. 90-91.