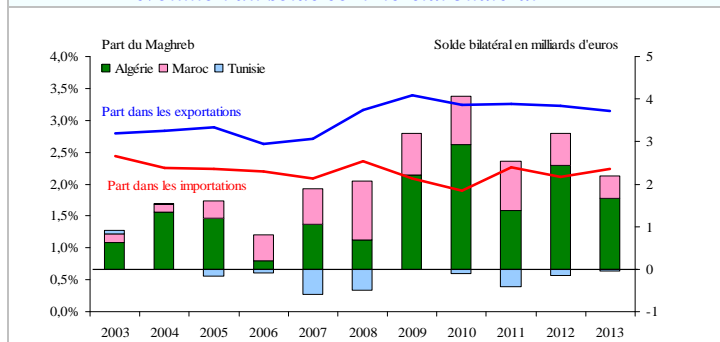




**Recul des positions françaises au Maghreb**

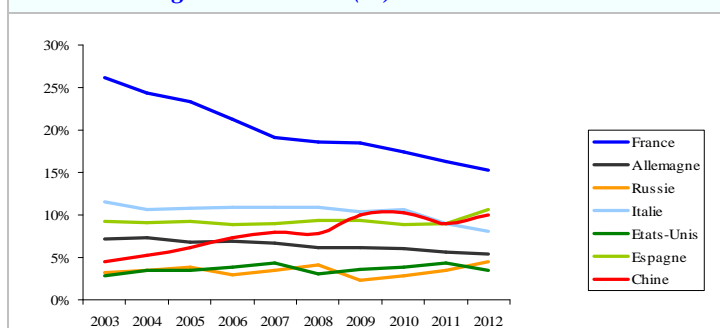
*Si la France perd des parts de marché au Maghreb au profit de la Chine, elle reste encore son premier partenaire commercial. L'érosion touche la plupart des produits, mais les exportations de produits à haute technologie résistent mieux, notamment grâce à l'aéronautique. Le recul des positions nationales est plus net pour les produits à moindre teneur technologique. La présence française au Maghreb passe aussi par les investissements directs et l'implantation de filiales. En 2013, ces dernières génèrent un chiffre d'affaires équivalent au montant des exportations.*

**Graph.1 : Part du Maghreb dans les échanges de la France et évolution du solde commercial bilatéral**



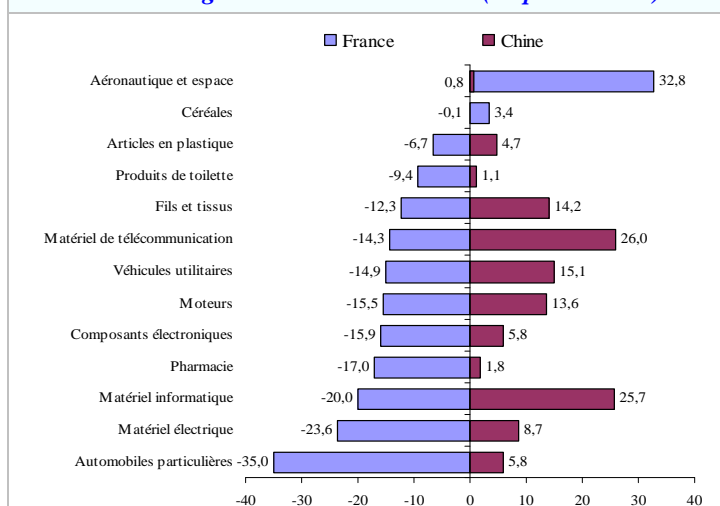
Source : Douanes

**Graph.2 : Poids des pays fournisseurs dans les importations du Maghreb en valeur (%)**



Source : CEPII

**Graph.3 : Variations des parts de marché françaises et chinoises au Maghreb entre 2003 et 2012 (en points de %)**



Source : CEPII

**Le Maghreb, trois pays à potentiels disparates**

Le Maghreb (Algérie, Maroc et Tunisie) est assez peu peuplé (80 millions d'habitants), mais constitue un acteur économique important en Afrique, avec un PIB de 346 milliards de dollars en 2012, le situant entre l'Afrique du Sud (382 milliards) et le Nigeria (286 milliards). Depuis 2010, la région bénéficie d'une croissance comprise entre 3 % et 4 % par an et a rapidement dépassé son niveau d'activité d'avant la crise de 2009. Malgré tout, l'économie du Maghreb croît plus lentement que celle des autres pays émergents africains (Côte d'Ivoire, Nigeria, Afrique du Sud et Kenya).

Les trois pays du Maghreb disposent de potentiels différents. L'économie algérienne est peu diversifiée et fortement dépendante des hydrocarbures naturels (3ème producteur de pétrole en Afrique, derrière le Nigeria et l'Angola, et 1er producteur africain de gaz). L'activité économique de la Tunisie et du Maroc est plus développée, mais encore très ancrée dans les secteurs traditionnels, tels que l'agriculture et l'agroalimentaire, le textile et l'habillement. Néanmoins, ces deux pays s'insèrent progressivement dans la chaîne de production mondiale, comme l'illustre l'essor des industries mécaniques et électriques.

Le Maghreb occupe une part marginale dans les échanges mondiaux (0,6 % des exportations en 2013 et 0,7 % des importations). Les échanges intra-zone demeurent extrêmement faibles (3,4 % des échanges), malgré la mise en œuvre en 1989 de l'Union du Maghreb Arabe (UMA) censée faciliter les échanges, mais qui ne constitue pas, à proprement parler, une véritable union douanière.

**La France perd des parts de marché au profit de la Chine**

Entre 1998 et 2005, l'UE a conclu des accords avec les pays du Maghreb afin de libéraliser progressivement les échanges dans l'espace méditerranéen. Ainsi, l'UE est à la fois le premier client (58 % des exportations du Maghreb en 2012) et le premier fournisseur du Maghreb (52 % des achats). La France est le premier pays partenaire du Maghreb, avec 13,5 milliards d'exportations en 2013, soit 15,2 % de parts de marché, devant l'Espagne (10,6 %) et la Chine (10,1 %). Cependant, l'UE est en perte de vitesse et perd 14 points de parts de marché entre 2003 et 2012, principalement la France (-11 points). A l'inverse, la Chine gagne du terrain parmi les fournisseurs et occupe désormais le 3ème rang (5ème rang en 2003 avec 4,4 % de parts de marché).

Cependant, le solde commercial de la France avec le Maghreb demeure excédentaire (+2,1 milliards d'euros en 2013), alors qu'il est structurellement déficitaire avec les pays émergents de la zone asiatique (voir [Etudes et éclairages n°46, mars 2014](#)).





## Des importations peu diversifiées

En 2013, les achats au Maghreb atteignent 11,5 milliards, soit 2,2 % du total des importations françaises, après 2,4 % en 2003. Les importations en provenance de l'Algérie sont les plus importantes et constituées à 97 % d'hydrocarbures naturels et de pétrole raffiné (l'Algérie est le 6ème fournisseur d'hydrocarbures de la France).

En revanche, l'évolution des achats à la Tunisie et au Maroc, entre 2003 et 2013, montre leur insertion dans la chaîne de production mondiale, en particulier pour l'automobile, les appareils électroniques grand public et l'habillement.

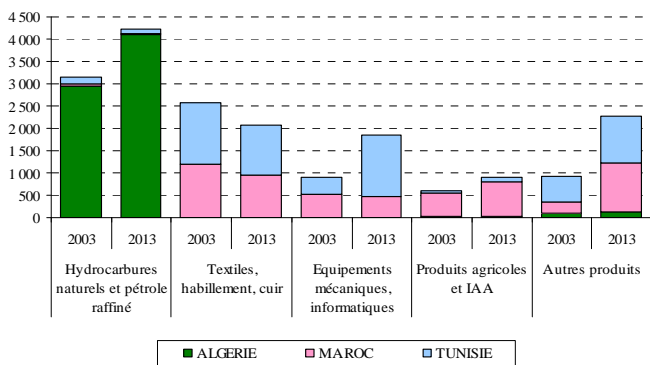
Les matériels de transport (essentiellement les véhicules et les équipements automobiles) contribuent ainsi pour un tiers à l'évolution des achats depuis le Maghreb, en lien avec l'implantation des constructeurs français au Maroc.

La progression des importations de produits informatiques et électroniques, d'équipements électriques et ménagers explique plus du quart de la progression des achats français au Maghreb et concerne surtout la Tunisie.

En revanche, même si les articles d'habillement constituent encore 18 % des achats français au Maghreb, ils s'inscrivent désormais en baisse (-2,1 % l'an en moyenne). Ils subissent la concurrence des pays d'Asie, en particulier le Bangladesh et l'Inde. Aujourd'hui, la Tunisie et le Maroc occupent respectivement la 6ème et 7ème place des fournisseurs français (respectivement le 3ème et 4ème rang en 2003), loin derrière la Chine qui campe à la première place.

Le Maroc garde de son côté une spécialisation agricole et reste le deuxième fournisseur de fruits et légumes de la France, derrière l'Espagne.

**Graphe 4 : Importations françaises depuis les pays du Maghreb (en millions d'euros)**



Source : Douanes

## Hors aéronautique, recul des positions françaises dans la plupart des domaines

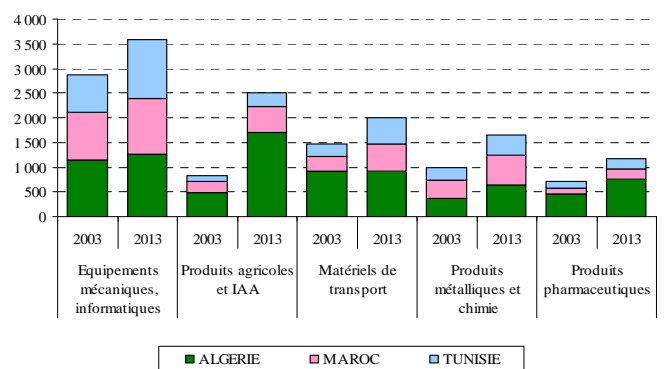
Les exportations françaises vers le Maghreb représentent 3,1 % du total des ventes, avec une prédominance vers l'Algérie (44 %), suivie du Maroc (29 %) et de la Tunisie (27 %).

Entre 2003 et 2013, les positions françaises reculent quel que soit le niveau technologique. C'est notamment le cas de la haute technologie où néanmoins elles résistent mieux grâce aux performances aéronautiques. S'agissant des exportations de produits pharmaceutiques, la France perd 17 points de parts de marché depuis 2003 (au profit de la Suisse et de la Belgique), tout en restant le 1er fournisseur du Maghreb avec un poids de 44 % en 2012. Directement concurrencées par la Chine, les positions françaises pour les produits informatiques et de télécommunication se fragilisent également.

Les produits de technologie moyennement élevée (machines, électroménagers, véhicules utilitaires) suivent la même tendance. Alors que la France résiste plutôt bien dans le domaine de la chimie, ses parts de marché reculent très fortement pour les voitures particulières, au profit de l'Allemagne et de l'Espagne. De même, ses positions s'effritent pour les ventes de moteurs et de véhicules utilitaires, au profit de la Chine.

A l'exception des ventes de produits agricoles en progression, notamment le blé vers l'Algérie (voir [Etudes et éclairages n°52, octobre 2014](#)), la France n'est pas spécialisée dans les produits de faible technologie (papier-carton, bois ...).

**Graphe 5 : Exportations françaises vers le Maghreb (en millions d'euros)**



Source : Douanes

## La France est le premier investisseur au Maghreb

Avec une croissance de 16 % l'an depuis 2003, les investissements directs étrangers (IDE) au Maghreb augmentent deux fois plus vite que l'ensemble des investissements français dans le monde. Ils ont triplé en 10 ans et atteignent 11,2 milliards en 2012, avec en tête le Maroc (8,5 milliards). Le stock d'IDE est nettement plus faible en Algérie (1,9 milliard) et en Tunisie (0,7 milliard), où l'environnement des affaires reste encore peu attractif comparé aux autres pays émergents.

Le Maroc, 2ème pays africain destinataire d'IDE après l'Afrique du Sud, reçoit 8,3 % des investissements mondiaux destinés à l'Afrique. Il est, avec le Brésil et la Chine, l'un des trois principaux pays émergents, où les entreprises françaises investissent le plus. Sur la dernière décennie, les flux d'IDE français représentent en moyenne plus de 40 % des flux totaux d'IDE reçus par le Maroc, dépassant largement les Emirats arabes unis (25 %). Les investissements français ne pèsent que 7 % du total des IDE reçus par l'Algérie, loin derrière le Koweït avec 23 %. Cependant, Renault a un projet d'installation près d'Oran (production deuxième semestre 2014). En Tunisie, les IDE français (14 %) devancent légèrement ceux des autres pays, notamment ceux de l'Autriche (13,6 %).

La création par les firmes multinationales sous contrôle français de filiales au Maghreb correspond au souci de pénétrer le marché africain et de réduire les coûts de production. En 2011, ces filiales (hors banques et assurances) génèrent un chiffre d'affaires comparable au montant des exportations, soit 13,4 milliards, avec au premier rang le Maroc (7,2 milliards), suivi de l'Algérie (3,9 milliards) et de la Tunisie (2,3 milliards). Le ratio entre le chiffre d'affaires des filiales locales et le montant des exportations est plus important au Maroc (1,6) qu'en Algérie (0,7) et en Tunisie (0,6).