

POLICY BRIEF

Le marché africain,
une opportunité pour
la diversification des
exportations de la
Tunisie ?

Produit par **Sonia Ben Kheder**

Leila Baghdadi, Mehdi Ben Slimane, Martin Cameron et Wilma Viviers

Messages clés

- Le marché africain présente **2 999 opportunités d'exportation** pour la Tunisie, d'une valeur **potentielle globale "inexploitée"** de **2,28 milliards de dollars**;
- Ces opportunités correspondent à **36 marchés** et **590 produits**;
- Plus de **95%** de ces **opportunités** correspondent à des marchés où la **Tunisie** est **faiblement présente**;
- **53%** de la valeur du **potentiel d'exportation** est associé à l'**Afrique du Nord**, tandis que l'**Afrique de l'Ouest** rassemble le plus grand nombre d'opportunités d'exportations;
- Les principaux secteurs sont celui des **machines électriques** et le **secteur de l'habillement**, l'**industrie alimentaire** et le **secteur des véhicules à moteur, pièces et accessoires**;
- Une **stratégie offensive d'exploration** est recommandée, afin de dépasser les obstacles logistiques et réglementaires.



“

Ce Policy Brief a été réalisé dans le cadre du projet **Qawafel**, financé par l'**Agence française de développement** et mis en œuvre par **Expertise France**. Il est tiré de l'étude de Baghdadadi et al. (2025)¹, menée par **Leila Baghdadadi, Sonia Ben Kheder, Mehdi Ben Slimane, Martin Cameron** et **Wilma Viviers**, dans le cadre du projet de recherche intitulé '**Analysis of trade opportunities between South African and Tunisian SMEs: the TRADE-Decision Support Model (DSM) approach**' [n°C120192040000000661900362], réalisé entre le **gouvernement tunisien** et le **gouvernement sud-africain**, avec le soutien de la **Chaire de l'OMC** à Tunis (DEFI, ESSEC de Tunis, Université de Tunis).”

”

1. Baghdadadi, L, Ben Kheder, S, Ben Slimane, M, Cameron, M & Viviers, W 2025, 'Export diversification: The case of Tunisia, with a focus on the African Continental Free Trade Area', in W Viviers, M Cameron & L Baghdadadi (eds.), Increasing intra-African trade: Can the African Continental Free Trade Area be the game changer?, The future of international trade and development, vol. 3, AOSIS Books, Cape Town, pp. 141-172. DOI: <https://doi.org/10.4102/aosis.2025.BK371.04>

SOMMAIRE

- 1** Pourquoi diversifier ses exportations ?
- 2** Les opportunités d'exportation des produits tunisiens sur le marché africain
- 3** 2.2 Milliards de dollars de potentiel d'exportation inexploité
- 4** Alors, quelle stratégie adopter ?

1 Pourquoi diversifier ses exportations ?

Après avoir suivi une politique de substitution aux importations pendant plus de 20 ans, à partir des années quatre-vingt-dix la Tunisie s'est progressivement orientée vers la promotion des exportations. Le pays a ainsi signé un **accord d'association bilatéral** avec l'**Union européenne (UE)** en juillet 1995 dans le but de créer une **zone de libre-échange euro-méditerranéenne à l'horizon 2010** pour plusieurs produits, à l'exclusion de l'agroalimentaire. Cet accord a stimulé les exportations tunisiennes de machines, d'électronique et d'autres produits manufacturés et a fait des marchés européens les principaux destinataires des exportations tunisiennes.

En revanche, les échanges de la Tunisie avec le reste du monde sont restés faibles, notamment avec l'Afrique. A l'exception de l'Algérie et de la Libye, qui figurent parmi les principales destinations des exportations tunisiennes mais dont la part dans les exportations tunisiennes est bien inférieure à celle de l'UE, les **pays africains** reçoivent environ **10%** des **exportations totales** de la Tunisie. L'**Afrique de l'Ouest** et l'**Afrique du Nord** sont les principales régions importatrices.

Or depuis 2010, l'économie tunisienne est soumise à de fortes pressions en raison de l'instabilité politique dans le pays et dans la région, ce qui s'est traduit par un déficit commercial important pour le pays et des difficultés économiques et sociales.

Afin de stimuler son développement industriel et d'atteindre ses objectifs de croissance, la Tunisie tente de développer ses exportations à travers la diversification de ses marchés, notamment en explorant de nouveaux marchés et en accordant une attention particulière aux marchés africains.

La nouvelle vision stratégique de la Tunisie orientée vers le commerce avec le continent africain s'est traduite par l'obtention du statut d'observateur au sein de la **Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO)** en 2017, ainsi que la ratification de l'accord **sur le Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA)** en 2019 et celle de de l'accord sur la **Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf)** en 2020.



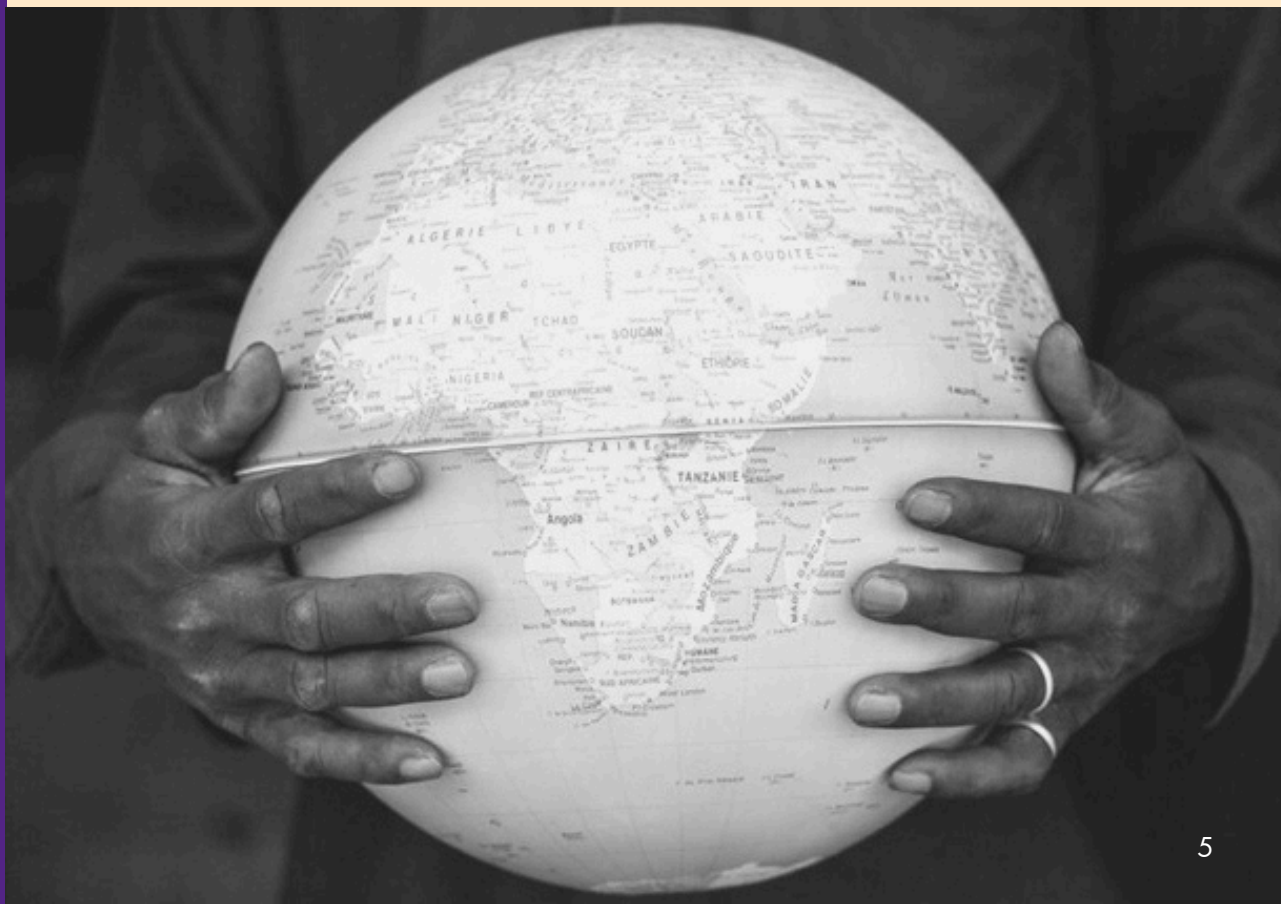
2 Les opportunités d'exportation des produits tunisiens sur le marché africain

Afin d'identifier les opportunités d'exportation pour les produits tunisiens sur les marchés africains, nous adoptons dans notre étude l'approche du modèle d'aide à la décision **TRADE-DSM**.

Cette approche, développée en **Afrique du Sud** et déjà utilisée dans bon nombre de pays africains, a été adaptée au contexte tunisien afin de mieux assister toutes les parties prenantes (**pouvoirs publics, organismes de soutien aux exportations, entreprises**) dans leur stratégie de diversification des exportations.

Elle repose sur l'application de **quatre filtres successifs** relatifs à la situation macroéconomique des pays ciblés, leur demande, l'accès au marché et la performance actuelle de la Tunisie sur ces marchés. Cette démarche permet d'identifier in fine des **opportunités réalistes d'exportation**.

Nous sommes ainsi en mesure de comparer les exportations actuelles vers les marchés africains au potentiel d'exportation que représentent ces marchés, et d'indiquer les stratégies d'exportations recommandées.



ENCADRÉ TECHNIQUE : LA MÉTHODOLOGIE DU TRADE DSM

Le Trade-DSM² est un outil qui a pour objectif d'orienter les stratégies d'exportation des pays, en permettant aux entreprises d'identifier les marchés potentiels d'exportation. Il se fonde sur une approche de "filtrage" afin de déterminer les meilleures combinaisons produit-marché. Quatre filtres successifs sont appliqués :

1. le Filtre 1 élimine les importateurs potentiels en se fondant sur des critères macroéconomiques tels que les risques commercial et politique, la taille du marché et sa croissance. Dans le cas de notre étude centrée sur les pays africains, ce filtre n'a pas été appliqué car il aurait éliminé plusieurs pays du continent considérés comme relativement risqués ;
2. le Filtre 2 exclut, pour les différents produits, les pays importateurs selon le critère de potentiel de marché, en considérant des éléments tels que la taille et la croissance de leur demande pour ces produits;
3. le Filtre 3 considère les barrières à l'entrée des pays importateurs ;
4. le Filtre 4 classe finalement les pays restants en tenant compte de la part de marché du pays exportateur (ici, la Tunisie) dans ces pays.



2. Cameron, M., Viviers, W. 2017. Using a decision support model to identify export opportunities: Rwanda. Technical Study Report (F-38410-RWA-1) for the International Growth Centre (IGC).

3 2.2 Milliards de dollars de potentiel d'exportation inexploité

Nous constatons qu'au total, le marché africain présente **2 999 opportunités d'exportation** pour la Tunisie, d'une valeur potentielle globale "inexploitée" de **2,28 milliards de dollars**. Ces opportunités correspondent à **36 marchés** et **590 produits**.

La Figure 1 montre la répartition géographique de ces marchés en fonction du potentiel d'exportation qui leur est associé.



Figure 1. Distribution géographique des opportunités d'exportation de la Tunisie en Afrique
Source: TRADE-DSM

53% de la **valeur du potentiel d'exportation** sont associés à **l'Afrique du Nord**, tandis que l'Afrique de l'Ouest rassemble le plus grand nombre d'opportunités d'exportations (**1072 opportunités**, correspondant à **36%** du **nombre total**). Tandis que les opportunités d'exportation vers **l'Afrique du Nord** sont relativement bien exploitées, ceci n'est pas le cas d'autres marchés africains (Figure 2).

Selon notre approche, en **Afrique de l'Ouest**, le **Nigéria**, le **Ghana**, la **Côte d'Ivoire** et le **Sénégal** offrent le potentiel d'exportation le plus élevé, mais plus de la moitié de ces opportunités ne sont pas exploitées, à l'exception de la Côte d'Ivoire. En **Afrique de l'Est**, **l'île Maurice** et le **Kenya** présentent des opportunités d'exportation non exploitées. En **Afrique australe**, malgré le nombre relativement important d'opportunités d'exportation identifié vers **l'Afrique du Sud** (troisième en Afrique), les exportations tunisiennes demeurent faibles.

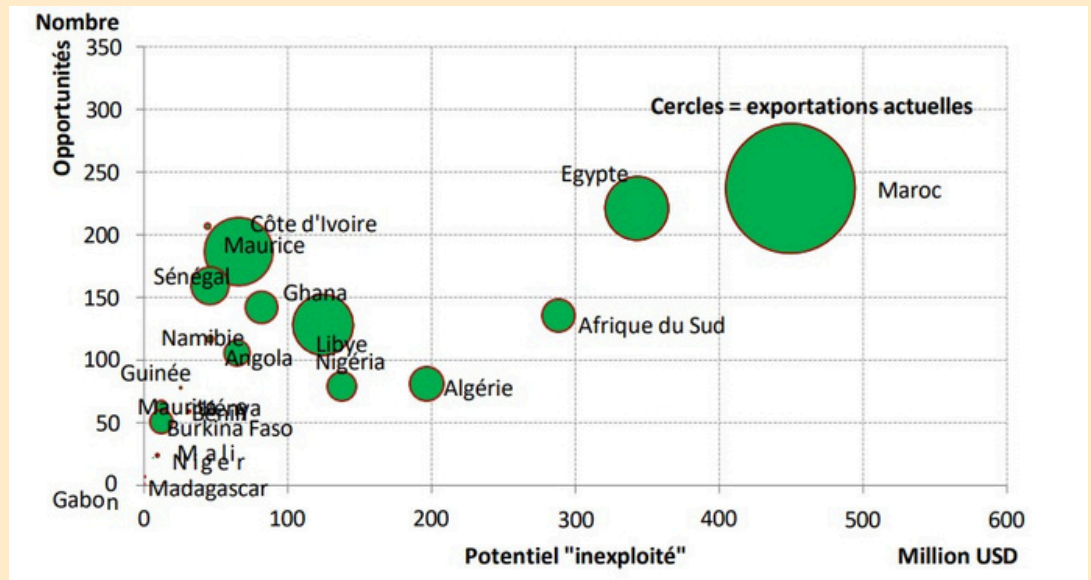


Figure 2. Exportations et opportunités potentielles d'exportation de la Tunisie avec les pays africains

Source: TRADE-DSM

A l'échelle sectorielle, il ressort de notre étude que la Tunisie peut exporter **590 produits** relevant de **27 grands secteurs économiques**. Les principaux secteurs sont celui des **machines électriques** et le **secteur de l'habillement**, l'**industrie alimentaire** et le **secteur des véhicules à moteur, pièces et accessoires**.

→ Les freins à l'exportation

Bien que certains freins aux exportations puissent être spécifiques à des marchés africains en particulier, la plupart sont communs à toute la région. Ainsi, une des principales raisons à l'origine des opportunités inexploitées sont les **conditions de transport et la logistique** qui augmentent sensiblement les coûts et les délais. En effet, le transport de marchandises vers l'Afrique se fait essentiellement par voie maritime, et à travers de rares points d'accès dans le continent. De plus, les **droits ad valorem** auxquels fait face la Tunisie en Afrique de l'Ouest et en Afrique Centrale sont les plus élevés, tandis que les **formalités douanières et administratives** peuvent également être très pénalisantes pour les exportateurs tunisiens. À ces formalités complexes s'ajoutent les **barrières techniques, réglementaires et non tarifaires**, nombreuses et variées. La **faible présence commerciale tunisienne à travers le continent** limite également l'exploitation de ces opportunités, les exportateurs éprouvant des difficultés à identifier des partenaires commerciaux locaux solides. Enfin, dans certaines zones, notamment en Afrique de l'Ouest, l'**instabilité** génère un **climat d'incertitude** décourageant l'établissement de partenariats.

4 Alors, quelle stratégie adopter ?

Pour près de **95% des opportunités d'exportation** identifiées, la Tunisie représente moins de **5% des importations**. Pour les pays dans lesquels la Tunisie détient actuellement une part de marché faible à moyennement faible, une combinaison de stratégies offensives d'exploration et d'expansion de marchés est recommandée, d'autant plus que ces opportunités inexploitées concernent à hauteur de **81,1% des marchés** dont la tendance de la demande d'importation est croissante à court et à long terme.

Ces stratégies nécessiteraient en premier lieu **l'amélioration**, de la part de l'Etat, de la **logistique et des infrastructures** tournées vers l'export. Elles seraient également portées par les organismes de soutien aux exportations, à travers **l'organisation d'activités de promotion commerciale** qui amélioreraient la visibilité des produits tunisiens, et la mise en place de programmes de formation à l'export qui faciliteraient aux exportateurs leur compréhension des réglementations locales.

Une attention particulière doit ainsi être portée aux **PME tunisiennes** disposant de ressources financières limitées. **L'implantation de bureaux de représentation commerciale** favoriserait leur mise en relation avec des partenaires locaux.

Au niveau des entreprises, **l'anticipation des barrières non tarifaires** est indispensable pour éviter les surcoûts. La **priorisation des combinaisons pays produit** relatives à des compétences et à un niveau de technologies élevés renforcerait en outre l'exploitation des opportunités à plus forte valeur. Enfin, **la mise à profit des capacités productives** afin d'élargir les possibilités d'exportation permettrait de diversifier les exportations et de stimuler davantage le développement industriel du pays.





Des vulnérabilités dont il faut tenir compte



Malgré ces opportunités considérables pour la Tunisie, **l'expansion tunisienne en Afrique reste vulnérable** à plusieurs risques.

L'instabilité politique dans certains pays africains, les **tensions géopolitiques entre la Chine et les Etats-Unis**, les principaux partenaires commerciaux du continent, les **chocs climatiques** fragilisant les économies locales, et les **contraintes économiques** sont des facteurs dont doivent tenir compte les entreprises avant de mettre en œuvre toute stratégie future d'exportation.

“ Ce Policy Brief a été élaboré avec le soutien financier de l’**Agence française de développement**. Son contenu relève de la seule responsabilité des projets **Qawafel** et **Savoirs Éco** et ne reflète pas nécessairement les positions de l’Agence française de développement. ”