

**CAHIERS DU LAB.RII**  
**– DOCUMENTS DE TRAVAIL –**

**N°200**

**Novembre 2008**



**Iheb FRIJA**

# LA COMPETITIVITE DE L'INDUSTRIE D'HABILLEMENT TUNISIENNE : ATOUTS ET LIMITES

## THE TUNISIAN CLOTHING INDUSTRY COMPETITIVENESS: ASSETS AND LIMITS

Iheb FRIJA

**Résumé :** Récemment, Eli Heckscher et Bertil Ohlin ont fait la révolution du commerce international en introduisant la différence internationale de dotations en facteurs de productions ; « Factor abundance theory ». Cette dotation étant en elle-même un déterminant de la compétitivité d'une nation. Dans ce travail, en se basant sur les dotations factorielles, nous analysons la spécialisation internationale de la Tunisie et de ses principaux concurrents sur le marché mondial d'habillement. L'avantage comparatif révélé en plus de la matrice de compétitivité qualité seront mis en œuvre dans cette étude en vue d'évaluer l'importance de la rivalité dans le commerce international des produits de l'habillement tunisiens. Afin d'appréhender l'effet de la libéralisation sur le développement futur des productions habillements, notre analyse porte aussi une attention particulière à l'évolution des exportations tunisiennes des principales catégories de produits de l'habillement. Les résultats ont montré que la Tunisie détient un avantage comparatif très élevé par rapport à ses concurrents. Cet avantage est détenu dans la majorité des produits habillement exportés. Nos analyses nous ont aussi révélé une situation paradoxale à la théorie d'Heckscher et Ohlin. En effet, la Tunisie étant un pays riche en main d'œuvre utilisée en abondance dans la fabrication des produits de l'habillement, pour lesquels elle détient un avantage comparatif, assiste à une baisse de ses exportations suite à l'ouverture au libre échange.

*Mots clés : Avantages Comparatifs Révélés, Qualité, Libéralisation des échanges, Habillement, Tunisie.*

**Abstract:** Recently, Eli Heckscher and Bertil Ohlin introduced the “international trade revolution” related to their “Factor Abundance Theory“. According to this theory, the “Factor Endowment” is an important element of nations’ competitiveness. In the current study, we analyze the international competitiveness of the Tunisian textile sector based on the factor endowment concept. The Comparative Advantage in addition to the “Matrix of Quality” of the Tunisian textile and clothing sector will be calculated and compared with other competitor countries. In the aim of understanding the trade liberalization’ effect on the development of the textiles and clothing productions, our analysis will also focus on the evolution of the Tunisian main exported categories of these wearing productions. Our results show that Tunisia has a high comparative advantage compared with its competitors. We notice also that Tunisia holds this competitive advantage over most of the exported wearing products. However, this analysis reveals a paradox situation to the Heckscher and Ohlin’s theory. In fact, although Tunisia has an abundant labor factor which is widely used in the clothing production and helps the country to benefit from its comparative advantage in this sector, the trade liberalization has been associated to a continuous decrease of the Tunisian clothing exports as well in value as in volume.

*Key words: Revealed comparative advantage, quality, trade liberalization, clothing, Tunisia.*

**LA COMPETITIVITE DE L'INDUSTRIE D'HABILLEMENT TUNISIENNE :  
ATOUPS ET LIMITES**

**THE TUNISIAN CLOTHING INDUSTRY COMPETITIVENESS: ASSETS AND  
LIMITS**

**Iheb FRIJA**

**TABLE DES MATIERES**

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>4</b>
<b>2. DYNAMIQUE INTERNATIONALE DU MARCHE TEXTILE HABILLEMENT</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Le marché européen de TH</b>	<b>6</b>
<b>2.2. La structure des exportations d'habillement Tunisiennes et son évolution</b>	<b>7</b>
<b>3. L'AVANTAGE COMPARATIF REVELE</b>	<b>9</b>
<b>3.1. L'Avantage Comparatif Révélé (ACR) : définition et mode de calcul</b>	<b>9</b>
<b>3.2. Résultats du calcul de l'ACR</b>	<b>10</b>
<b>4. LA QUALITE COMME DETERMINANT DE LA COMPETITIVITE</b>	<b>11</b>
<b>4.1. A propos de la compétitivité qualité</b>	<b>11</b>
<b>4.2. La qualité des exportations habillement tunisiennes</b>	<b>11</b>
<b>5. SYNTHESE</b>	<b>12</b>
<b>6. CONCLUSION</b>	<b>13</b>
<b>7. REFERENCES</b>	<b>14</b>
<b>ANNEXE</b>	<b>15</b>

## INTRODUCTION

Le secteur de l'habillement est un secteur important dans l'économie mondiale. Selon l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel, la production mondiale de l'habillement s'élève à 350 milliards de dollars. Le textile et l'habillement se classent au troisième rang des échanges commerciaux derrière l'électronique et l'automobile. D'après les derniers chiffres de l'Organisation Mondiale du Commerce, les échanges mondiaux de textile-habillement ont atteint une valeur de 395 milliards de dollars en 2003 dont 57% pour l'habillement. Ces échanges représentent 5,4% du commerce mondial total en cette même année et ont progressé de 12% par rapport à l'année 2002. Ces flux s'organisent principalement au sein de trois vastes ensembles territoriaux : La zone des Amériques, la zone Paneuromed (Europe des Vingt Cinq, Turquie, Roumanie, Bulgarie, Egypte, Jordanie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie) et la zone asiatique, dominée par la Chine et l'Inde. (CEPEX 2007)

La zone Paneuromed représente le pôle d'échange le plus important avec environ 35 % des échanges commerciaux internationaux du textile-habillement. De nombreux entrepreneurs européens ont délocalisé dans les pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée, devenus très dépendants de l'Union. De 60% à 95% des exportations textiles de pays comme la Tunisie, le Maroc ou la Turquie sont destinés à l'Union Européenne. L'industrie Textile-Habillement au Sud et à l'Est de la Méditerranée présente en effet un certain nombre de caractéristiques communes :

- un poids économique et social important : le secteur représente 4 millions d'emplois dans les pays tiers mondes (PTM) et 28% du total de leurs exportations.
- une histoire relativement récente : en dépit d'une longue tradition textile, la vocation exportatrice de ces pays est relativement récente. Elle remonte aux années 1970 pour l'Egypte, le Maroc et la Tunisie, au début de la décennie 1980 pour la Turquie, et plus récemment encore pour la Jordanie.
- une intégration inter-industrielle régionale favorisée par des accords préférentiels avec l'Union Européenne : Tous ces pays sont liés à l'Union Européenne par des accords préférentiels assortis de règles d'origine qui ont favorisé le développement d'une industrie de la confection dans le cadre d'un trafic de perfectionnement passif avec des donneurs d'ordres européens.
- un déficit lié à une concurrence asiatique de plus en plus forte : Entre 1995, date du début du démantèlement des quotas dans le cadre de l'ATV, et 2003, la part de marché de l'Asie en Europe est passée de 44% à 51% au détriment notamment des PTM.

Le tableau 1 donne plus de détails sur la contribution de ce secteur TH dans les économies des pays du Sud et de l'Est du bassin méditerranéen. Comme décrit précédemment, les chiffres présentés dans ce tableau montrent que ce secteur est plus que vital pour la grande part de ces pays.

Dans le nouveau contexte de libéralisation des échanges et de l'expansion de la puissance commerciale chinoise des produits de l'habillement, plusieurs pays en développement voient leur secteur habillement menacé. En Tunisie, les exportations des produits de vêtements confectionnés et d'articles de bonneterie (les principales composantes du secteur) ont baissé<sup>1</sup>. Les principaux articles affectés sont essentiellement les pantalons jeans (-19.5% ou -54.6 MDT), les vêtements de travail (-17.8% ou -31.5 MDT) et la lingerie féminine (-1.7% ou -2.4 MDT). Cette situation témoigne-t-elle d'une vive concurrence des pays asiatiques sur les

---

<sup>1</sup> « Bien qu'à ce niveau d'analyse on n'attribue pas directement cette baisse à la puissance chinoise ou bien au démantèlement des quotas, cette relation reste à prouver dans le reste de l'article. »

marchés européens et des difficultés d'écoulement des produits textiles habillements Tunisiens? Le démantèlement total des accords multifibres au début de l'année 2005, joue-t-il un rôle moteur ou amplificateur? (Tableau 2)

Tableau 1 : Contribution du secteur TH dans les économies des pays Méditerranéens

	Production TH (Mds Euros)	Exportations	Part TH dans les Exportations	Part UE dans les exportations TH	Nombre d'entreprises	Emplois (milliers de salariés)
Algérie	0,5	-	-	-	-	43,5
Egypte	2,8	1,10	25%	38%	4 535	600
Israël	1,9	1,06	5%	9%		30
Jordanie		0,67	30%	2%	2500	36,6
Liban	0,18	0,05	4%	19%	762	8,9
Maroc	3,00	2,53	33%	96%	1687	205
Syrie	1,37	0,36	16%	25%	11020	500
<b>Tunisie</b>	<b>3,57</b>	<b>2,80</b>	<b>47%</b>	<b>97%</b>	<b>2033</b>	<b>210</b>
Palestine	0,10	0,01	2%		2560	16,6
Turquie	30,10	13,30	33%	64%	40000	3000

Source : Mission Economique (Données nationale 2004)

Tableau 2 : évolution des exportations tunisiennes des principaux produits d'habillement

	Avril 2004	Avril 2005	Avril 2006	Evolution (2006/2005) en %
Pantalon jeans	256,1	280,6	226,0	-19,5
vêtement de travail	169,7	176,7	145,2	-17,8
lingerie féminine	179,4	147,2	144,8	-1,7
t-shirt et polos	74,1	68,8	64,4	-6,3
Ensembles pour femmes	64,7	65,3	56,2	-14,0
Costumes pour hommes	25,0	26,1	20,5	-21,7
Manteaux, blousons et anoraks	15,0	17,6	11,6	-34,2
Vêtement de sport	0,1	0,2	0,2	-3,5

Source : CEPEX - Focus textile 2007

C'est dans ce sens que le calcul et l'analyse de l'évolution des indicateurs de compétitivité ainsi que l'analyse de ses déterminants sont des éléments importants qui permettent de mieux comprendre l'évolution du marché du textile habillement. L'analyse de ces indicateurs représente une information précieuse aussi bien pour les décideurs politiques qui veulent sauvegarder ce secteur que pour les investisseurs qui veulent s'informer sur les déterminants de compétitivité du secteur en Tunisie. L'objectif principal de notre étude serait alors d'analyser la spécialisation internationale de la Tunisie et de ses principaux concurrents sur le marché mondial d'habillement. Afin de mieux appréhender l'effet de l'expansion du marché chinois d'habillement, nous allons alors comparer les performances de la Tunisie aux celles de la Chine et de la Turquie. Notre méthodologie serait axée sur le calcul de l'ACR et sur l'élaboration de la Matrice de compétitivité qualité. Cette méthode est similaire à celle proposée par Erkel-Rousse et Le Gallo (2002). Une désagrégation des produits de l'habillement en différentes catégories sera adoptée.

Le reste du document sera organisé comme suit : dans la section suivante, une présentation générale du secteur habillement tunisien ainsi que de sa place sur le marché européen serait détaillée. La troisième section présente le cadre théorique basique lié à l'ACR et ainsi que les résultats obtenus suite à son calcul pour la Tunisie et ses principaux concurrents. La quatrième

section sera consacrée à la matrice de compétitivité qualité ainsi que sa méthode de calcul l'analyse et les résultats obtenus. La dernière partie présente la synthèse de notre étude.

## 2. DYNAMIQUE INTERNATIONALE DU MARCHE TEXTILE HABILLEMENT

### 2.1. Le marché européen de TH

Depuis le démantèlement des AMF, les exportations textiles vers le monde entier et plus particulièrement vers l'UE ont connu une expansion particulière. Le tableau suivant trace l'évolution du marché européen.

Tableau 3. Evolution de la taille du marché européen et la part de la Chine (2004-2005).

Augmentation de la taille du marché Européen (Million d'euros)	3 758,82	Augmentation exportations chinoises/augmentation marché européen (%)
Augmentation des exportations Chinoise vers l'Europe (Millions euros)	5 317,83	
Différence (Million d'euros)	1 559,01	

Source : *Elaboré à partir des données de l'OMC, 2006*

La Chine, depuis le démantèlement des AMF, a connu une expansion de ses exportations textile vers le monde entier et plus particulièrement vers l'UE. L'augmentation de ses exportations, vers l'UE, a atteint 5317 millions d'euros entre 2004-2005, alors que l'augmentation du marché européen en ce produit a été évaluée à 3758 millions d'euros dans la même période. Ainsi on remarque que la part de la Chine a dépassé, de 41%, la totalité des augmentations des importations européennes en 2005. En conséquent, on déduit que la Chine a absorbé aussi bien l'augmentation de la taille du marché européen que la part d'autres pays fournisseurs tels que la Tunisie, Maroc, Roumanie, etc. La Tunisie est passée du cinquième rang dans la liste des fournisseurs en 2003 au sixième rang dans celle de 2005 et au septième rang en 2006 cédant sa place au Bangladesh. Le tableau suivant donne plus de détail de la dynamique concurrentielle sur le marché Européen et trace l'évolution de la Tunisie sur ce marché. D'après ce tableau il est apparent que le marché Européen est en dynamique constante. En effet, certain pays ont perdu des positions dans le classement des tops 10 à des fournisseurs de l'Europe, d'autres pays ont carrément disparu de ce classement, alors que d'autre ont pris leurs places en profitant des nouvelles lois et des nouveaux accords.

Tableau 4 : Les 10 premiers exportateurs de produits de l'habillement vers l'UE (part de marché en pourcentage entre parenthèses)

Rang	1990	1995	2000	2005
1	Hong Kong (12,6)	Chine (12,4)	Chine (15,7)	Chine (31,4)
2	Turquie (9,9)	Turquie (11,2)	Turquie (11,2)	Turquie (14,9)
3	Chine (9,9)	Hong Kong (8,9)	Hong Kong (6,5)	Roumanie (6,7)
4	Yougoslavie (8,3)	Tunisie (6,1)	Tunisie (6,1)	Bangladesh (6,6)
5	Maroc (5,5)	Maroc (5,7)	Bangladesh (5,4)	Inde (6,0)
6	Tunisie (5,1)	Pologne (5,6)	Roumanie (5,4)	Tunisie (4,6)
7	Inde (4,8)	Inde (5,6)	Maroc (5,0)	Maroc (4,2)
8	Corée du Sud (4,0)	Roumanie (3,4)	Inde (4,2)	Hong Kong (3,2)
9	Autriche (3,1)	Bangladesh (3,4)	Pologne (3,8)	Indonésie (2,2)
10	Thaï lande (3,0)	Indonésie (3,2)	Indonésie (3,8)	Bulgarie (2,0)

Source : *EUROSTAT 2006*

La Tunisie figure entre les pays qui ont consolidé une place parmi les pays les plus exportateurs d'habillement vers l'union européenne tout en perdant des places dans le classement et des points dans la part de marché.

## 2.2. La structure des exportations d'habillement Tunisiennes et son évolution

En tant que fournisseur d'habillement du marché de l'UE, la Tunisie s'est hissé, en 2006, à la 7ème position cédant la place à Hongkong. La Tunisie, a été d'ors et déjà déclassée au sixième rang des principaux fournisseurs de l'Union Européenne en 2005, a vu ses exportations en euros baisser de 5,5% en valeur<sup>2</sup>. La Chine (18,76 Milliard d'€) et la Turquie (8,13 milliard d'€) demeurent les deux premiers fournisseurs de l'Europe 25.

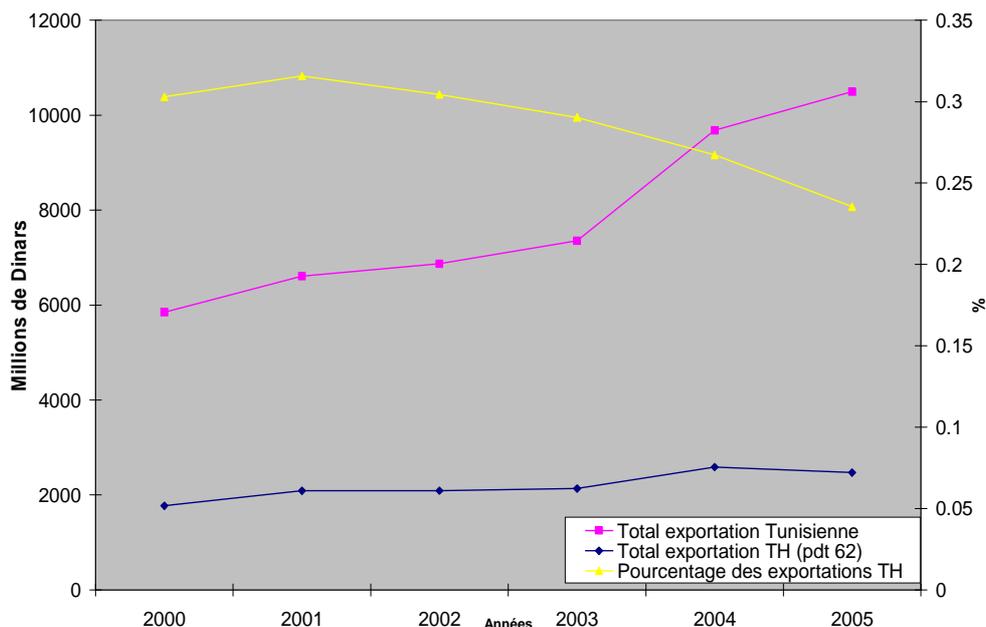


Figure 1 : Evolution des exportations tunisiennes totales et des exportations des produits de l'habillement

Les autres principaux fournisseurs asiatiques qui sont le Bangladesh, l'Inde et Hongkong ont réussi à renforcer considérablement leurs exportations vers l'union Européenne au détriment des pays de la zone Euromed qui ont vu leur part de marché glisser. La Tunisie garde, néanmoins, son rang comme second exportateur méditerranéen de l'UE après la Turquie.

Il est à remarquer que la part des exportations tunisiennes en produits d'habillement dans les exportations totales du pays a baissé d'une façon considérable pour passer de 30% à 23,5% entre 2000 et 2005 (Figure 1). Cette baisse n'est pas due seulement à la baisse des exportations des produits de la catégorie étudiée mais aussi par l'augmentation des exportations tunisiennes totale. Il était clair que cette baisse a commencé depuis l'année 2001 qui était dès lors considérée comme une date clé<sup>3</sup> dans l'avenir du secteur dans le monde.

<sup>2</sup> Les statistiques du commerce extérieur du secteur textile et habillement pour l'année 2005, CETTEX, 2006

<sup>3</sup> La date 2001 correspond au démantèlement partiel des Accords Multifibres (AMF).

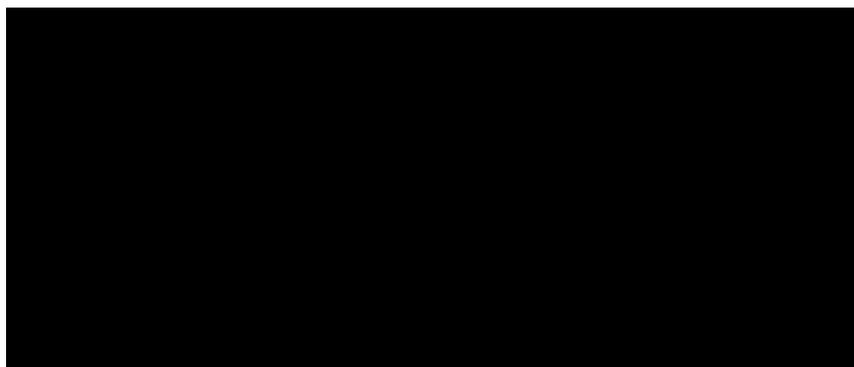


Figure 2. Exportation de la Tunisie vers l'UE en M d'Euros.  
(Source : *Elaboration personnelle à partir des données du CETTEX (2007)*)

En analysant les données du Centre Tunisien de Promotion des Exportations (CEPEX), il est apparemment que les exportations du secteur de la confection marquent, en 2006, un léger recul de 1,6% en valeur et 2,7% en volume. Cette baisse est due à la régression des exportations des vêtements en chaîne et trame (-4,9% en valeur et -6,6% en volume) alors que les exportations en vêtements de bonneterie ont connu une croissance considérable : +11,6% en valeur et +4,2% en volume. Au niveau des marchés à l'exportation, la France demeure le premier client de la Tunisie en vêtements (1 489 MDT) mais c'est l'Italie, classée en seconde position, qui affiche la plus forte progression de ses importations: +8,2% en valeur et +5,5% en volume.

Comparé à l'année 2005, l'évolution des exportations par produit, en 2006, s'est présentée comme suit : Pour les pantalons en jeans, les exportations sont en déclin (-15,5% en valeur et -14,4% en volume) sur tous les marchés traditionnels. L'évolution globale de la valeur des exportations de vêtements de travail est à la baisse (-6%). Cette régression est due notamment au recul continu des exportations sur le marché allemand (-29,2%). Alors que pour la France et la Belgique, les exportations tunisiennes se sont accrues de 6% et 7%. Les produits de lingerie ont enregistré une diminution de 5,9% en valeur et de 12,9% en volume. Cette régression est importante sur le marché français (-7%) et anglais (-20,4%).

Tableau 5 : Evolution des exportations totales des principaux produits tunisien d'habillement

		2004	2005	2006	Δ05/04	Δ06/05
Pantalons Jeans	Valeur	799,42	843,39	712,31	5,5%	-15,5%
	Volume	46,61	42,50	36,38	-8,8%	-14,4%
Vêtements de travail	Valeur	482,43	450,48	423,39	-6,6%	-6,0%
	Volume	33,37	29,33	29,08	-12,1%	-0,9%
Lingerie	Valeur	465,49	440,08	414,27	-5,5%	-5,9%
	Volume	116,49	95,72	83,33	-17,8%	-12,9%
Pantalons de ville	Valeur	405,21	417,65	478,91	3,1%	14,7%
	Volume	26,44	23,18	23,82	-12,3%	2,8%
Tee-shirts & maillots de corps	Valeur	314,88	304,36	375,49	-3,3%	23,4%
	Volume	53,67	45,80	55,07	-14,7%	20,2%
Pull-overs, sous-pulls & gilets	Valeur	225,01	228,73	256,44	1,7%	12,1%
	Volume	24,00	22,46	22,11	-6,4%	-1,5%
Chemises & chemisettes	Valeur	195,88	191,63	181,40	-2,2%	-5,3%
	Volume	14,70	12,97	11,62	-11,8%	-10,4%
Autres	Valeur	1170,15	1135,92	1106,16	-2,9%	-2,6%
	Volume	151,07	124,12	123,99	-17,8%	-0,1%
Total général	Valeur	4058,47	4012,25	3948,37	-1,1%	-1,6%
	Volume	466,35	396,07	385,40	-15,1%	-2,7%

Source : *Elaboré à partir des données du CETTEX 2007, Valeur : MDT/Volume : Million de pièces.*

Pour les pantalons de ville, la valeur des exportations tunisiennes est à la hausse (+14,7%). La progression des exportations de ce produit a touché l'ensemble des marchés extérieurs particulièrement le marché allemand (+65,2%) et le marché belge (116,2%). Seule la France a diminué ses importations de la Tunisie (-13,8%). Pour les produits en maille, la progression de la valeur des exportations sur l'année 2006 a été remarquable aussi bien pour la maille fine (+23,4%) que pour la grosse maille (+12,1%). La croissance des exportations des produits en maille fine a été enregistrée sur tous les marchés traditionnels, la France (+34%), l'Italie (+26%), la Belgique (+36,4%) et l'Allemagne (+6,3%). De même pour le pull-over : +16,9% sur la France, +19,1% sur l'Italie et +7,9% sur l'Allemagne.

### 3. L'AVANTAGE COMPARATIF REVELE

#### 3.1. L'Avantage Comparatif Révélé (ACR) : définition et mode de calcul

L'avantage comparatif d'un pays donné est considéré par beaucoup d'économistes comme le déterminant clé de son échange international. Ce concept repose, à la base, sur l'existence d'une différence entre les coûts comparés dans un ensemble de pays, chacun de ces pays trouvant l'avantage à se spécialiser et à exporter les biens pour lesquels il dispose du plus fort avantage comparé et à importer les autres biens de ses partenaires (Lassurdie-Duchêne et Ünal-Kezenci, 2002). Il est toutefois difficile de mesurer directement l'avantage comparatif. C'est pourquoi un grand nombre d'études empiriques, se réfère l'indicateur d' « avantage comparatif révélé » pour mesurer la spécialisation internationale des pays.

La notion d'avantage comparatif révélé (ACR) a été introduite par Balassa en 1965, qui stipule que les échanges internationaux des biens reflètent les différences de coûts entre les pays et révèlent par conséquent les avantages comparatifs de ces pays. Les observations sur les performances commerciales permettent par conséquent de mesurer les avantages comparatifs révélés. Plus la performance relative d'un pays est importante dans le commerce d'un bien donné, plus son avantage comparatif dans la production de ce bien est important (Balassa, 1977).

Il existe différentes formules pour mesurer les indices d'avantage comparatif révélé. La formule la plus utilisées (équation 1) dans les travaux empiriques consiste à comparer la structure d'exportation de chaque pays à celle d'une zone de référence, en l'occurrence le monde :

$$ACR_k(i,w) = \frac{\frac{X_k(i)}{TX(i)}}{\frac{X_k(w)}{TX(w)}} \quad (1)$$

Où  $ACR_k(i,w)$  : représente l'avantage comparatif révélé, du pays  $i$  par rapport au reste du monde, pour le produit  $k$ .

$X_k(i)$  : valeur des exportations du bien  $k$  par le pays  $i$  au monde  $w$ .

$X_k(w)$  : valeur des exportations du bien  $k$  par le monde.

$TX(i)$  : valeur totale des exportations du pays  $i$  au monde.

$TX(w)$  : valeur totale des exportations mondiales.

Un ACR, calculé pour un pays et pour une commodité donnés, et qui est supérieur à 1, indiquerait un avantage comparatif de ce pays sur le commerce du produit en question. Ceci indique que la part des exportations de ce produit dans les exportations totales du pays considéré est supérieure à la moyenne mondiale.

### 3.2. Résultats du calcul de l'ACR

L'analyse de la tendance des exportations des différents pays ont permis de comparer la structure de production de la Tunisie par rapport à celle de la Chine, (premier fournisseur du marché mondial et principal concurrent de la Tunisie sur le marché européen) et de la Turquie. L'analyse de tendance (faite dans les sections précédentes) en elle seule ne peut être suffisante pour tirer des conclusions par rapport à la performance exportatrice d'un pays. Ainsi, en se basant sur les données de l'OCDE concernant les volumes et les flux d'échanges des différentes catégories et produits de l'habillement, on a pu estimer l'équation 1 relative au calcul de l'ACR. Des valeurs de l'ACR pour les pays, X, Y, , et pour les années X, Y, Z, ont été calculé et comparés. La figure suivante montre une tendance à la baisse des ACR des différent pays concurrent au cours de la période d'estimation.

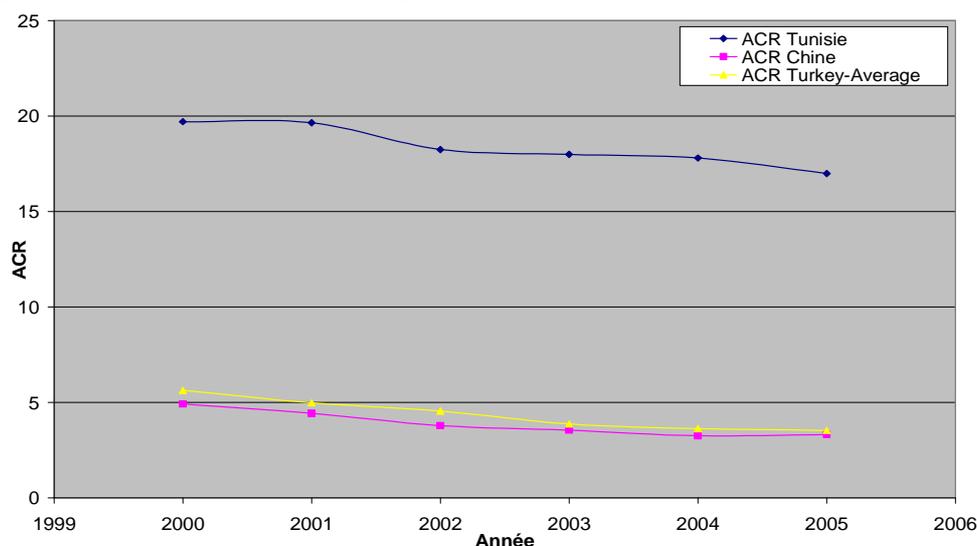


Figure 2 : Evolution générale à la baisse des ACR des différents pays étudiés pour le produit agrégé '62'<sup>4</sup> (2000-2005)

Trois remarques importantes s'imposent à valeurs estimées de l'ACR:

- (i) La tendance à la baisse des ACR de tous le pays et surtout pour la Tunisie dont l'ACR de la catégorie 62 connaît deux baisses majeures, la première entre 2001 et 2002 et la deuxième entre 2004 et 2005. Ces dates coïncident en effet avec deux évènements marquant dans le commerce mondial des produits textiles habillements à savoir le démantèlement partiel (2001) et total (2005) des AMF.
- (ii) Un grand décalage entre les courbes représentatives de l'ACR annuel par pays est apparent. Ce décalage, est en effet, en faveur de la Tunisie malgré la décroissance continue depuis 2001.
- (iii) Les courbes représentatives de l'ACR annuel turque et chinois sont presque confondues, indiquant presque un même avantage comparatif révélé et une même tendance à la baisse.

La figure2, représentée précédemment, représente une comparaison entre l'ACR tunisien, Turque et chinois dans l'exportation de la catégorie 62 (Annexe). Il ressort de ce graphique un net avantage de la Tunisie par rapport à la Chine. Cependant, malgré cet avantage la Tunisie ne cesse de perdre son avantage comparatif. L'analyse de la tendance des exportations des produits étudiés et ainsi que leurs poids dans les exportations totales, peut expliquer cette tendance à la baisse.

<sup>4</sup> Le produit 62 est une indication de l'OCDE qui regroupe les principaux produits et catégories du textile et d'habillement

En effet, pour la Tunisie, la baisse des exportations tunisiennes dans la majorité des catégories ainsi que la croissance des exportations totales, explique cette baisse. Pour la Chine, l'interprétation basée sur ces résultats peut s'avérer trompeuse. Cette baisse de l'avantage comparatif ne peut en aucun cas traduire une faiblesse de ce secteur ou une détérioration de son attractivité. La baisse des ACR est accompagnée d'une croissance des exportations chinoises en volume et en valeur de tous les produits étudiés. Cependant la croissance des exportations totales chinoises et par conséquent une baisse de la part des exportations des produits de l'habillement dans les exportations totales explique la baisse de l'ACR chinois.

En conclusion, il est à signaler que l'analyse de la compétitivité des exportations basée sur l'indice de Balassa ne peut être fiable à l'écart d'une analyse de la tendance des exportations. Les résultats obtenus prouvent que la Tunisie, et malgré l'avantage comparatif très élevé qu'elle détient dans la production et la commercialisation des produits de l'habillement par rapport à la concurrence, commence à perdre sa compétitivité par rapport à ses concurrents et notamment la Chine premier producteur mondial.

## **4. LA QUALITE COMME DETERMINANT DE LA COMPETITIVITE**

### **4.1. A propos de la compétitivité qualité**

Deux démarches d'évaluation de la compétitivité qualité ont été utilisées dans la littérature : la première repose sur l'estimation économétrique d'une équation de parts de marché alors que la deuxième consiste à dresser une typologie des flux commerciaux à partir d'une analyse croisée des indicateurs de parts de marché relatives et des prix relatifs. L'étude du rôle de la compétitivité qualité à travers la classification des échanges internationaux de biens a été proposée par Aiginger (1995, 1997). L'approche développée par Aiginger utilise les valeurs unitaires et les soldes commerciaux en termes de quantités pour étudier la position compétitive des pays en fonction de leur avantage prix et avantage qualité. Malgré sa simplicité, cette méthode ne tient pas compte des prix et des performances des pays concurrents. Erkel-Rousse et Le Gallo (2002) ont adopté une méthodologie similaire pour dresser une typologie des flux commerciaux. Ils ont étudié un échantillon de douze pays de l'OCDE selon leurs performances en termes de compétitivité qualité et de compétitivité prix. L'objectif était de comparer les valeurs unitaires et les parts de marché de chaque pays à la moyenne de ses principaux concurrents. La principale insuffisance de cette approche réside dans le fait qu'elle omet les inégalités dans les possibilités d'accès des différents pays au marché international. Par ailleurs, une analyse basée sur la comparaison des soldes commerciaux pourrait s'avérer plus pertinente qu'une simple comparaison des parts de marché à l'exportation. C'est pour cette raison que nous optons pour cette méthode dans notre travail en cours.

### **4.2. La qualité des exportations habillement tunisiennes**

Huit pays ont été considérés pour le calcul de notre matrice compétitivité qualité. Les données concernant 17 sous-catégories d'habillement pour la Tunisie, le Maroc, la Turquie, la Roumanie, l'Inde, la Jordanie, la Bulgarie et la Chine ont été collectées et analysées. Ces données ont été collectées à partir de la base de données 'COMTRADE database'. Les analyses nous ont permis d'établir la matrice de compétitivité qualité pour les différents pays considérés. Dans cette sous-section nous avons développé une méthodologie similaire à celle proposée par Erkel-Rousse et Le Gallo (2002) pour opérer une classification des exportations en textile habillement de la Tunisie et de certains pays concurrents en termes de leurs

avantages prix et qualité. Afin de prendre en considération l'effet de la différence des coûts d'accès aux marchés internationaux induit par les différentes barrières tarifaires en plus des coûts de transport, nous allons augmenter les prix à l'exportation par un tarif moyen. Ce tarif considère les différentes taxes douanières imposées aux exportations d'un pays donné ainsi que les coûts de transport qui peuvent induire une ségrégation énorme entre les pays en terme de compétitivité dans un marché donné.

L'analyse de la segmentation des performances commerciales en terme de compétitivité prix et compétitivité qualité repose sur le principe suivant : Considérons un produit k et un pays i, deux configurations favorables sont envisageables pour le pays i. Ce pays est un exportateur net du produit k soit grâce à sa capacité de vendre ce produit à des prix suffisamment compétitifs, ou d'offrir des variétés de ce produit qui soient de meilleure qualité que ceux de ses concurrents ce qui lui permet d'écouler ses exportations à des prix plus élevés tant que leur rapport qualité/prix reste attractif.

L'établissement de la matrice de compétitivité des exportations de la Tunisie et ses principaux concurrents nous fournit les résultats représentés par le tableau suivant.

Tableau 6: matrice de compétitivité des exportations habillement

	Bulgarie	Chine	Inde	Jordanie	Maroc	Romanie	Tunisie	Turquie
6201	P	P	P	P	P	P	P	P
6202	P	P	P	P	P	P	P	P
6203	P	P	P	P	P	P	P	P
6204	P	Q	P	P	P	P	P	P
6205	Q	Q	P	P	Q	Q	Q	Q
6206	P	Q	P	P	Q	Q	Q	Q
6207	P	P	P	P	Q	P	Q	P
6208	P	P	P	S	Q	P	Q	P
6209	Q	P	P	S	Q	Q	P	P
6210	P	P	P	P	Q	P	P	S
6211	P	P	P	S	P	P	P	P
6212	P	P	P	S	P	P	P	P
6213	S	Q	P	M	Q	M	M	S
6214	P	Q	P	S	Q	Q	Q	P
6215	S	P	P	S	P	P	P	S
6216	M	P	P	S	S	P	P	S
6217	S	P	P	S	S	S	S	S

Source : Nos calculs

Il est à signaler que P signifie bonne compétitivité prix, Q signifie une bonne compétitivité qualité, M signifie une faible compétitivité prix et S signifie un problème structurel.

## 5. SYNTHÈSE

Le calcul des ACR montre une baisse des ACR de tous les pays et surtout pour la Tunisie dont l'ACR de la catégorie 62 a connu deux baisses majeures, la première entre 2001 et 2002 et la deuxième entre 2004 et 2005. Le grand écart entre l'ACR du secteur habillement tunisien et celui de la Chine et la Turquie montre une très forte compétitivité du secteur habillement tunisien. Cependant, cet écart, isolé du reste du raisonnement et des analyses effectués dans ce travail, ne peut pas expliquer une forte compétitivité tunisienne par rapport à ses concurrents. L'explication la plus acceptable c'est le poids considérable que représente ce secteur dans les

exportations tunisiennes. Cette perte de l'avantage comparatif du côté de la Tunisie pourrait être néfaste sur le secteur. En effet, selon la théorie néoclassique, les secteurs ou les activités perdant leurs avantages comparatifs voient se déplacer leurs ressources vers ceux qui en jouissent (Chesnais, 1986). Ceci est déjà observé dans la réalité par le phénomène de délocalisation et le changement de la destination des IDE (notamment européen).

L'élaboration de la matrice de compétitivité des exportations habillement fait ressortir des résultats très significatifs. En effet, pour les 17 produits étudiés la Chine tatonne entre une bonne compétitivité prix et une bonne compétitivité qualité. Les résultats font ressortir la Chine comme étant le pays le plus favorisé entre tous les pays objet de l'étude. La Tunisie détient une bonne position concurrentielle avec une bonne compétitivité prix et qualité pour la majorité des produits. L'Inde représente cependant un cas particulier avec seulement une bonne compétitivité prix pour tous les produits objet de l'étude. Ces résultats montrent que la Tunisie garde une bonne compétitivité et demeure un pays mineur dans ce secteur. Cependant des actions stratégiques d'ordres structurels doivent être mises en œuvre afin de stopper la perte de l'avantage comparatif que connaît la Tunisie.

La Tunisie ne cesse de perdre son avantage comparatif, malgré qu'elle devance deux de ses principaux concurrents, notamment la Chine et la Turquie (respectivement premier et deuxième fournisseur de l'Europe). Ces résultats, associés aux résultats de la vérification de l'influence de la disponibilité de la main d'œuvre sur l'avantage comparatif révélé détenu par la Tunisie, contredisent la théorie de l'avantage comparatif et celle d'H.O.S. relative à la théorie du « *Factor abundance theory* ».

En effet, on s'appuyant sur la théorie du « *Factor abundance theory* », la Tunisie, étant un pays riche en main d'œuvre qualifiée nécessaire d'une façon abondante à son industrie de l'Habillement, doit connaître une croissance de son avantage comparatif et de ses exportations en Habillement. Cependant, notre analyse fait ressortir une situation paradoxale, par rapport à la théorie d'HOS. La Tunisie est un pays qui détient un avantage comparatif net dans la production de produits d'habillement pour lesquels il est bien doté en facteur production nécessaire d'une façon abondante. Contrairement à ce que nous enseigne la théorie d'HOS, la Tunisie perd son avantage comparatif suite à l'ouverture au libre échange (matérialisée par le démantèlement des accords multifibres).

## 6. CONCLUSION

Dans ce travail nous avons analysé l'ACR et la matrice de qualité de la Tunisie ainsi que de ses principaux concurrents dans le but d'étudier la performance du secteur habillement tunisien. Cette démarche avait pour objectif d'étudier la compétitivité prix et qualité des exportations tunisiennes en produits de l'habillement.

Les résultats justifient que la Tunisie a représenté et représente la destination des investissements étrangers délocalisés pour son avantage comparatif détenus dans la production de ces produits. Cependant, le calcul des indices d'ACR pour les produits étudiés et l'observation de son évolution, prouvent que la Tunisie ne cesse de perdre son avantage comparatif, malgré qu'elle devance deux de ses principaux concurrents, notamment la Chine et la Turquie (respectivement premier et deuxième fournisseur de l'Europe). Ces résultats, qui ont prouvés que la Tunisie est dotée d'une bonne compétitivité prix, nous incitent à chercher la réponse à cette situation paradoxale de la Tunisie dans la compétitivité structurelle.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Aiginger K. The Use of Unit Values to Evaluate Competitiveness of Nations, Conceptual issues and Application for Germany. Austrian Institute of Economic Research and University of Linz, Australie, 1995, 23p.
- Aiginger K. The Use of Unit Values to Discriminate Between Price and Quality Competition, Cambridge Journal of Economics, UK, 1997, vol 21, p.571-592.
- Balassa B. Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. The Manchester School, UK, 1965, vol 33, p. 99-133.
- Balassa B. Revealed Comparative Advantage Revisited : Relative Export Shares of Industrialized Countries. The Manchester School, UK, 1977, vol 45, p.327-344.
- Balassa B. The Changing Pattern of Comparative Advantage in Manufactured Goods. The Review of Economics and Statistics, USA, 1979, vol.61, p.259-266.
- Balassa B. and Bauwens L. Changing Trade Pattern of Manufactured Goods: An Econometric Investigation, Amsterdam, North Holland, 1988.
- Crozet M. et Erkel-Rousse H. Trade Performances and the Estimation of Price Elasticities : Quality Matters. Cahiers de la MSE, Série Blanche N° 2000.61, TEAM- Université Paris 1, France, 2000, 34p.
- Dobrinsky R. Economic Transformation and the Changing Pattern of European East-West Trade. In Transforming Economies and European Integration ed. R. Dobrinsky, M. Landesmann, E. Elgar, Aldershot., 1995.
- Drescher K. and Maurer O. Competitiveness in the European Dairy Industrie, Agribusiness, 1999, n° 15, p.163-177.
- Erkel-Rousse H. et Le Gallo F. Product Quality, National Trade Performances, and the Estimation of Trade Price Elasticity. Economie et Prévision, France, 2002, n° 153, 31p.
- Finger J.M. and Kreinin M.E. A Measure of 'Export Similarity' and its Possible Use. Economic Journal, n° 89, 1979, p.905-912.
- Hakimian H. Water Scarcity and Food Imports : An Empirical Investigation of the 'Virtual Water' Hypothesis in the MENA Region. Working paper Cass Business School, London, 2005, 19p.
- Hallak J.C. The Effect of Cross-Country Differences in Product Quality on the Direction of International Trade. RSIE Working paper 493, University of Michigan, USA, 2003, 54p.
- Hallak J.C. Product Quality and the Direction of Trade. Forthcoming in Journal of International Economics, USA, 2005, 40p.
- Hallak J.C. and Scott P.K. Estimating Cross-Country Differences in Product Quality. Yale University, mimeo, USA, 2005, 47p.
- Khandelwal A. Product Quality and Competition in International Trade. Yale University, mimeo, USA, 40p.
- Kim C. Evolution of Comparative Advantage: the Factor Proportions Theory in a Dynamic Perspective. Tübingen : Mohr, 1983.
- Lachaal, L., Chebil, A., Dhehibi, B. et Frija, A. 2005. National Agricultural Policy Report for Tunisia. Rapport élaboré dans la cadre du projet Européen "MEDFROL": Market and Trade Policies for Mediterranean Agriculture: The case of fruit/vegetables and olive oil. Research conducted under the "Sixth Framework Program Priority, 8.1 Policy-oriented research Integrating and Strengthening the European Research Area / Call identifier: FP6-2002-SSP-1. Proposal/Contract no.: 502459)
- Lassurdie-Duchêne et Ünal-Kesenci D. L'avantage Comparatif, Notion Fondamentale et Controversée. l'économie mondiale, CEPIL, éditions la découverte, collection repères, France, 2002, p.90-104.
- Leishman D., Menkhaus D.J. and Wipple G.D. Revealed Comparative Advantage and the Measurement of International Competitiveness for Agricultural Commodities: An Empirical

Analysis of Wool Exporters. Paper presented at Western Agricultural Economics Association Annual Meeting, Fargo, ND, July 11-13 2003, 16p.

Lyford M. and Welch M. Measuring Competition for Textiles: Does US Make the Grade? Selected Paper Presented at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting in Tulsa, Oklahoma, February 18, 2004.

Porter M.E. Competition in Global Industries. Harvard Business School Press, Boston, 1986.

Sayan S. H-O for H2O: Can the Heckscher-Ohlin Framework Explain the Role of Free Trade in Distributing Scarce Water Resources Around the Middle East. Review of Middle East Economics and Finance vol.1 n°3, Décembre 2003, p. 215-230.

Tefertiller K. and Ward R. Revealed Comparative Advantage, Production Advantage: Implications for Competitiveness in Florida's Vegetable Industry. Agribusiness 2, 1995, p.105-115.

Utkulu U. and Seymen D. Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15. European Study Group 6th Annual Conference, Nottingham, 2004, 26p.

Valceschini E. et Nicolas F. Agro-Alimentaire : une Economie de la Qualité. ed. Nicolas F. et Valceschini E., INRA, Economica , Paris, France, 1995, 433 p.

Yilmaz B. Turkey's Competitiveness in the European Union : A Comparison with Five Candidate Countries-Bulgaria, the Czech Republic, Hungary, Poland, Romania- and the EU15. Ezoneplus Working paper n°12, Berlin, Germany, September 2003, 20p.

Warr P.G. Comparative and Competitive Advantage. Asia-pacific Economic Literature 8(2), 1994, p. 1-14.

Wziatek-Kubiak A. Critical Synthesis, Review of the Main Findings, Methodologies and Current Thought on Competitiveness of Accession Countries. Mapping and Competence. Central for Social and Economic Research, Warsaw, Poland, 2005, 33p.

## ANNEXE

### *Articles étudiés selon la comtrade database*

Code	Description
<u>62</u>	<b>Nom:</b> articles d'habillement, d'accessoires, avec ou sans bonneterie. <b>Description:</b> L'art de l'habillement avec ou sans bonneterie
<u>6201</u>	<b>Nom:</b> Hommes, les Manteaux des garçons, capes, jaquettes tissés, etc. <b>Description:</b> pour hommes ou garçonnets, Manteaux, manteaux de voiture, capes, anoraks (y compris des vestes de ski), les blousons contre le vent et articles similaires, autres que ceux du no 62.03.
<u>6202</u>	<b>Nom:</b> Femmes, Manteaux de filles, capes, jaquettes tissés, etc. <b>Description:</b> Manteaux pour femmes ou fillettes, manteaux de voiture, capes, manteaux, anoraks (y compris des vestes de ski), le vent blousons et articles similaires, autres que ceux du n o 62.04.
<u>6203</u>	<b>Nom:</b> Combinaisons pour hommes ou garçons, vestes, pantalons pas soudée, etc. <b>Description:</b> costumes pour hommes ou garçonnets, ensembles, vestes, vestons, pantalons, Salopettes à bretelles, culottes et shorts (autres que pour le bain).
<u>6204</u>	<b>Nom:</b> combinaisons pour femmes et filles, veste, robe, jupe en tissu, etc. <b>Description:</b> costumes pour femmes ou fillettes, ensembles, vestes, vestons, robes, jupes, jupes divisé, pantalons, Salopettes à bretelles, culottes et shorts (autres que pour le bain).
<u>6205</u>	<b>Nom:</b> t-shirts pour hommes ou garçonnets. <b>Description:</b> t-shirts pour hommes ou garçonnets. .
<u>6206</u>	<b>Nom:</b> blouses pour femmes ou filles, les chemises et chemisiers, t-shirt. <b>Description:</b> blouses pour femmes ou fillettes, les chemises et chemisiers, t-shirt.

<u>6207</u>	<b>Nom:</b> Sous-vêtements pour hommes et garçons, Sous-vêtements de nuit, pas de boutonnerie. <b>Description:</b> pour hommes ou garçonnets : caleçon, pyjamas de nuit, peignoirs de bain, robes de chambre et articles similaires.
<u>6208</u>	<b>Nom:</b> Femmes, filles sous-vêtements de nuit, pas de boutonnerie. <b>Description:</b> Les femmes ou fillettes des jupons, des mémoires, culottes, pyjamas de nuit, peignoirs de bain, robes de chambre et articles similaires.
<u>6209</u>	<b>Nom:</b> Vêtements et accessoires des bébés. <b>Description:</b> Vêtements et accessoires des bébés.
<u>6210</u>	<b>Nom:</b> Vêtements composé de feutre ou de tissu enduit. <b>Description:</b> Vêtements composé de tissus de la position rubrique no 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 ou 59.07.
<u>6211</u>	<b>Nom:</b> survêtements, vêtements de ski et maillots de bain, autres vêtements. <b>Description:</b> survêtements, vêtements de ski et maillots de bain, autres vêtements.
<u>6212</u>	<b>Nom:</b> Soutien-gorge, gaines, corsets, bretelles, jarretelles, etc. <b>Description:</b> Soutien-gorge, gaines, corsets, bretelles, jarretelles, jarretières et articles similaires et leurs accessoires, même en bonneterie.
<u>6213</u>	<b>Nom:</b> Mouchoirs. <b>Description :</b> Mouchoirs.
<u>6214</u>	<b>Nom:</b> Châles, écharpes, foulards, mantilles, voiles, etc. <b>Description:</b> Châles, écharpes, foulards, mantilles, voiles et autres.
<u>6215</u>	<b>Nom:</b> Cravates, nœuds papillons et foulards cravates <b>Description:</b> Cravates, nœuds papillons et foulards cravates.
<u>6216</u>	<b>Nom:</b> Gants, mitaines et moufles. <b>Description:</b> Gants, mitaines et moufles.
<u>6217</u>	<b>Nom:</b> Vêtements ou accessoires qui ne sont pas en tricot ou crochet <b>Description:</b> Autres accessoires de vêtements, de pièces de vêtements ou d'accessoires du vêtement, autres que ceux du no 62.12.