

Les entreprises espagnoles maintiennent la pression en Afrique subsaharienne

En 2015, les exportations espagnoles de produits alimentaires de boissons et de tabacs en direction de l'Afrique subsaharienne ont atteint €782 millions (-4,5%), selon les statistiques douanières espagnoles.

Après avoir fortement augmenté entre 2010 (€495 millions) et 2012 (€874 millions), les flux ont eu tendance à baisser au cours des trois dernières années.

Les ventes en direction de l'Afrique de l'ouest et centrale (23 pays) affichent un comportement sensiblement différent.

Les statistiques montrent que celles-ci sont restées stables l'année dernière à €450 millions (voir tableau ci-dessous), après avoir augmenté de 50% entre 2010 (€291 millions) et 2014 (€457 millions).

Les produits à valeur ajoutée en hausse

Les chiffres globaux masquent toutefois des évolutions très différenciées selon les produits. Les exportations de boissons, le principal poste, sont restées stables à €159 millions, de même que celles des préparations alimentaires, le 2^e poste (€69 millions) et des fruits et légumes (€33 millions).

Cependant, d'autres postes à valeur ajoutée ont affiché des progressions intéressantes. Les exportations de produits carnés (3^e poste) ont augmenté de 10% à €65 millions, ainsi que celles de produits laitiers et d'œufs (+23%, €16 millions).

Les céréales confirment leur percée. Les exportations augmentent régulièrement d'année en année depuis 2010 : la hausse a été de 17% en 2015 à €21 millions. Depuis 2010 (€5 millions), le flux a plus que quadruplé.

Autre exemple intéressant : les fruits et légumes. Les chiffres sont modestes mais la progression est permanente depuis 2010. En 2015, la hausse a été de 6% pour un montant de €33 millions, soit deux fois le chiffre de 2010 (€16 millions).

D'autres postes ont reculé. C'est le cas pour les produits de la pêche (-25%, €52 millions) et les graisses et huiles (-16%, €25 millions). L'Espagne vend peu de sucre, de café et de cacao (€5 millions) et de tabac (€2 millions).

**Exportations espagnoles d'aliments, boissons et tabac vers l'Afrique de l'ouest et centrale
(1)**

(En millions d'€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Produits carnés	42	50	58	56	59	65
Produits laitiers et œufs	7	9	7	11	13	16
Produits de la pêche	43	55	52	57	70	52
Céréales	5	8	9	15	18	21
Fruits et légumes	16	23	27	29	31	33
Sucre, café et cacao	2	3	3	4	5	5
Préparations alimentaires	51	53	50	62	68	69
Boissons	112	137	170	167	158	159
Tabac	1	1	1	1	1	2
Graisses et huiles	11	15	47	34	31	26
Total	291	355	429	440	457	450

Sources : Statistiques douanières espagnoles. (1) Mauritanie, Mali, Burkina Faso, Niger, Tchad, Cap Vert, Sénégal, Gambie, Guinée Bissau, Guinée, Sierra Leone, Liberia, Côte d'Ivoire, Ghana, Togo, Bénin, Nigéria, Cameroun, République centrafricaine, Guinée Equatoriale, Sao Tomé et Príncipe, Gabon et Congo.

Destination des exportations : sans grand changement

Concernant la destination géographique, le principal client a été l'ancienne colonie de la Guinée Equatoriale, ce qui n'est pas une surprise. En 2015, les exportations d'aliments, de boissons et de tabac vers ce pays pétrolier se sont bien tenues à €96 millions (-2%). Les boissons ont représenté le 1^{er} poste avec €66 millions, un poste épargné par la crise (+3% et +65% depuis 2010 !).

La **Côte d'Ivoire** s'est maintenue au 2^e rang malgré une diminution des exportations de 14% (€50 millions), liée principalement au net recul du produit phare : les produits de la pêche (-25%, €18 millions). En revanche, les exportations de boissons ont continué à augmenter (+14%, €16 millions ; et +60% depuis 2010).

Les exportateurs espagnols ont subi le contrecoup de la baisse des recettes pétrolières au **Nigéria**, 3^e marché. Les ventes vers ce pays ont reculé de 14% à €44 millions. Le principal poste, les boissons, a enregistré une baisse de 14% à €24 millions, pour la 2^e année consécutive, de même que les produits de la pêche (-17%, €5 millions).

Le Nigeria est le premier marché en Afrique subsaharienne pour le vin mousseux (« cava ») avec 133 000 bouteilles en 2015 (-1,9%), selon les chiffres du Conseil régulateur du Cava. A titre de comparaison, la Colombie et le Chili, deux marchés d'Amérique du sud, ont absorbé 120 000 et 112 000 bouteilles respectivement en 2015.

Au **Bénin**, la poussée espagnole, continue pendant la période 2010-2014, a été stoppée en 2015 avec une baisse de 7% à €42 millions. Les produits carnés demeurent le principal poste et sont stables (€32 millions).

Sénégal et Mauritanie, deux pays qui intéressent

Le **Sénégal** est un marché qui suscite l'intérêt des entreprises espagnoles. Celui-ci est perçu comme étant « plus abordable » que d'autres pays de la région, en raison de la proximité géographique des îles Canaries et d'une bonne image en Espagne. Pourtant, les résultats ont été décevants en 2015. Les exportations sont retombées à €32 millions en 2015 (-11%). Les ventes de fruits et légumes ont cependant doublé à partir d'un niveau, il est vrai, modeste (€4 millions contre €2 millions). On notera également la progression des exportations de céréales (€5 millions contre €4 millions).

Le flux vers le **Ghana** a représenté €31 millions en 2015, en légère progression par rapport à 2014 (+3%). Le phénomène est imputable aux boissons (+23%, €16 millions) et aux produits carnés (+100%, €2 millions).

La Mauritanie est un autre exemple de pays qui intéresse les entreprises espagnoles. Les chiffres de 2015 font état d'une hausse des exportations de 35% à €23 millions. Plusieurs postes ont enregistré des évolutions positives à partir, ici encore, de niveaux faibles : produits laitiers et œufs : +25% (€4 millions) ; céréales : +50% (€6 millions) ; et fruits et légumes : +33%, (€3 millions).

Les Espagnols persistent dans un contexte difficile

La crise de l'économie espagnole a poussé les entreprises espagnoles, y compris les PME, à intensifier les efforts à l'exportation. L'agroalimentaire, 1^{er} secteur à l'export, est une carte maitresse compte tenu de la diversité de l'offre, de l'existence d'un tissu d'exportateurs aguerris et d'un système d'appui des organisations professionnelles et du secteur public.

L'Europe est le principal débouché à l'export mais les Espagnols sont soucieux de se diversifier. Ils ciblent les Amériques (nord et sud) et l'Asie (Chine, Japon, sud-est asiatique, etc.). Cependant, les Espagnols ne négligent aucun marché. Les marchés d'Amérique latine demeurent difficiles malgré la langue commune. Percer en Asie reste une gageure pour une offre espagnole peu connue dans un contexte hyperconcurrentiel. C'est la raison pour laquelle les exportateurs de la péninsule continueront à s'intéresser à l'Afrique.

Source : <http://www.commodafrica.com/30-03-2016-les-entreprises-espagnoles-maintiennent-la-pression-en-afrique>