

Analyse de la compétitivité des exportations des produits de la mer marocains par la méthode : Constant Market Share Analysis

The competitiveness of moroccan seafood exports : A Constant Market Share Analysis

#1 Kaboul EL YAMANI, #2 Ahlam QAFAS, #3 Mounir JERRY et #4 Fatima CHAREF.

#1 Doctorante, #2#3#4 Enseignants chercheurs.

#1#2#3#4 Laboratoire Economie, Management et Développement des Organisations
Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales de Kénitra
Université Ibn Tofail-Maroc.

#1kaboul.elyamani@gmail.com

#2aflam.qafas@gmail.com

#3jemounir@yahoo.fr

#4facharef@gmail.com

Date de soumission : 20/02/2019

Date d'acceptation : 24/03/2019

Pour citer cet article :

EL YAMANI K. & all. (2019) « Analyse de la compétitivité des exportations des produits de la mer marocains par la méthode : Constant Market Share Analysis », Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit
« Numéro 8 : Mars 2019 / Volume 3 : numéro 4 » p : 840- 863

Résumé :

Le présent article a pour objectif, d'analyser l'évolution des exportations des produits de la mer marocains, à destination des sept principaux clients importateurs, qui occupent plus que 60% de la valeur total de ces exportations. L'étude est établie sur deux périodes, à savoir : 2002-2009 et 2010-2017. Cette décomposition est choisie pour séparer la période pré et post Halieutis.

Pour mener ce travail, nous avons d'une part, opté pour une analyse descriptive de l'évolution des valeurs des exportations des produits de la mer. Et d'autre part, nous avons procédé par une décomposition des parts de marchés à l'exportation, à travers la méthode : Constant Market Share Analysis.

Mots clés :

Exportations, produits de la mer, part de marché, compétitivité, Constant Market Share Analysis.

Abstract :

The aim of this paper is to analyze the evolution of moroccan seafood exports towards the first seven customers. Which account for more than 60% of the total value of seafood exports. The current study is based on two periods, namely: 2002-2009 and 2010-2017. This decomposition is chosen to separate the pre and post Halieutis period. To this purpose, we first opted for a descriptive analysis of the evolution of the values of seafood exports. Secondly, we proceeded by a decomposition of export market shares through the Constant Market Share Analysis method.

Keywords:

Exports, Seafood, Market Share, Competitiveness, Constant Market Share Analysis.

Introduction :

En raison de la facilitation des échanges résultant des processus de libéralisation commerciale dans le monde, la concurrence entre les pays est devenue de plus en plus intense et en perpétuelles mutations. Et vu que le commerce a souvent été un vecteur important de création de richesse, la requête des clés de compétitivité pour un pays donné, devient indéniable. Ainsi, dans ce contexte, où les échanges commerciaux dans les différents secteurs se sont multipliés, l'établissement d'une stratégie pointue et d'une feuille de route adaptée s'impose, afin de suivre le rythme de l'évolution.

Pour le Maroc, le secteur des produits de la mer figure parmi ceux à fort potentiel à l'export. En effet, les exportations des produits halieutiques contribuent en moyenne pour près de 60% aux exportations agroalimentaires, de 12% aux exportations totales du Maroc et contribue d'environ 3% au PIB national. Cependant, il reste toutefois concurrencé par plusieurs pays. De ce fait, la recherche de la compétitivité de ce secteur est importante. D'où les efforts consentis pour l'implantation du plan Halieutis, en septembre 2009 (DPM, 2009). Ce plan, se focalise sur trois axes fondamentaux à savoir : la durabilité ; la performance et la compétitivité. L'objectif de ce troisième axe est de proposer des produits bien valorisés et compétitifs, en facilitant l'accès des industriels aux matières premières et en misant sur les marchés les plus porteurs.

D'où la question centrale de notre recherche : Quel niveau de compétitivité est-il, pour les exportations des produits de la mer marocains ? De cette problématique, découle les questions secondaires suivantes : Le plan Halieutis a-t-il eu un impact positif sur la compétitivité des exportations des produits halieutiques marocains ? Et quels sont les produits de la mer marocains qui ont enregistré les meilleures et moindres performances ?

Dans ce cadre, le présent article se propose pour répondre à cette problématique, en se focalisant sur les exportations des produits de la mer marocains à destination des sept principaux clients du secteur. À savoir, l'Espagne, l'Italie, le Japon, la France, les Pays-Bas, l'Allemagne, les Etats-Unis. Nous allons traiter le sujet sur deux périodes : 2002-2009 et 2010-2017. Cette décomposition fait paraître les périodes en amont et en aval de l'adoption du plan Halieutis.

Ainsi, quatorze catégories de produits de la mer marocains ont été sélectionnées, pour être analysé dans ce papier. À savoir : les Poissons vivants, les Poissons frais ou réfrigérés, les Poissons congelés, les Filets de poissons, les Poissons séchés et salés, les Crustacés, les

Mollusques, le Corail, les Algues, l'Agar-agar, les Huiles de poissons, les Conserve de poissons, les Conserve de crustacés et mollusques et les Farines.

Dans un premier temps, nous allons procéder par une analyse descriptive de l'évolution des exportations des produits de la mer marocains, des parts des principaux clients importateurs et du classement des catégories de produits de la mer. Dans un second temps, nous allons opter pour analyser la compétitivité des exportations des produits de la mer marocains, à l'aide de l'étude de l'évolution des parts de marché à l'exportation. Ces derniers, sont souvent utilisés comme indicateur de la compétitivité commerciale d'un pays. À cette fin, nous utilisons la méthode « Constant Market Share Analysis », proposée par le Centre du Commerce International (ITC). Nommée aussi, par ce centre de: « Relative Change of World Market Share ». Cette méthode vise à décomposer la variation des parts de marché à l'export en quatre effets. À savoir : L'effet compétitivité, l'effet de spécialisation géographique initiale, l'effet de spécialisation sectorielle/de produit initiale et l'effet d'adaptation à la demande mondiale. La méthode « Constant Market Share Analysis », a l'avantage de montrer les origines derrière les pertes et les gains de parts de marché à l'exportation d'un pays.

1. Analyse descriptive :

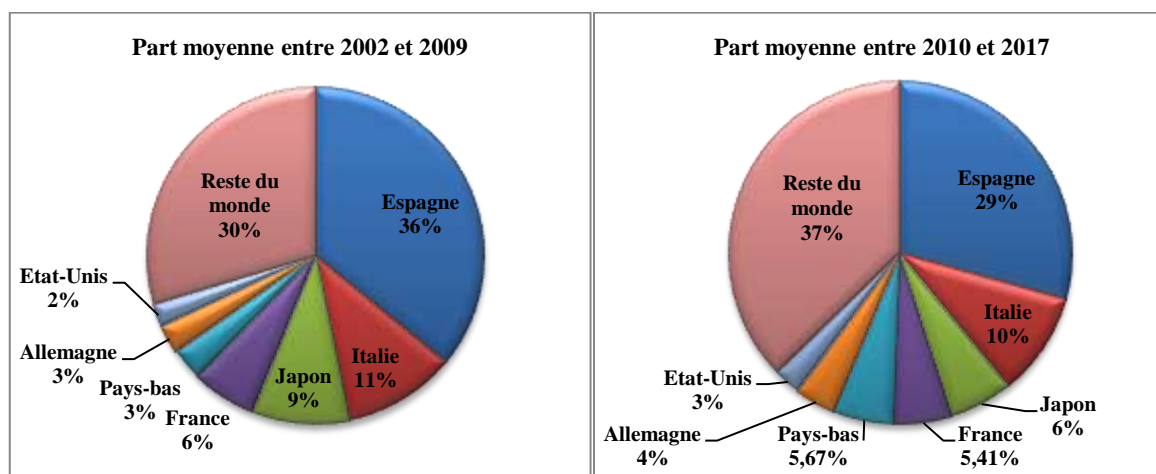
Dans la présente partie nous allons présenter le secteur des produits de la mer, en mettant l'éclairage sur les principaux clients importateurs du Maroc, les valeurs des exportations halieutiques, les catégories de produits de la mer à analyser et la part des exportations du secteur rapproché au niveau mondiale.

1.1. Destinations des exportations marocaines des produits de la mer :

Durant la période 2002-2017, le Maroc a compté 167 destinations aux exportations des produits de la mer. D'une manière générale, les flux des exportations des produits halieutiques vers certains pays, n'ont pas connus une cadence régulière. Où, nombre de pays/régions clients(es) ont importés uniquement durant une/des années, courant la période de l'étude. Ces dernières, n'étaient pas forcément respectives.

Par ailleurs, les parts moyennes des valeurs des exportations vers les pays clients, fait ressortir que L'Espagne, l'Italie, le Japon, la France, les Pays-Bas, l'Allemagne, les Etats-Unis sont les principaux clients importateurs, des produits de la mer depuis le Maroc.

Figure 1 : Parts des valeurs des exportations des produits de la mer marocains vers les sept principaux clients importateurs et vers le reste du monde



Source : Calculs et présentation des auteurs sur la base des données de Trade map- ITC

Parmi les sept principaux clients importateurs, l'Espagne accapare la part du lion au niveau des exportations marocaines des produits de la mer¹. Cette part, constitue une moyenne de 36% entre 2002 et 2009 et de 29% entre 2010 et 2017. L'Italie et le Japon occupent le deuxième et troisième rang. Ils représentent respectivement : 11% et 9% des exportations entre 2002 et 2009 et 10% et 6% entre 2010 et 2017.

Les exportations des produits halieutiques, vers le reste des sept premières destinations, a constitué des parts qui varient entre 2% et avoisines le 6%. Quant aux exportations vers le reste du monde, ces derniers ont constitué une part importante des produits de la mer exportés par le Maroc, soit : 30% du total exporté entre 2002 et 2009. Par ailleurs, ces exportations, ont augmenté à 37% entre 2010 et 2017.

1.2. Valeurs et quantités des exportations des produits de la mer marocains :

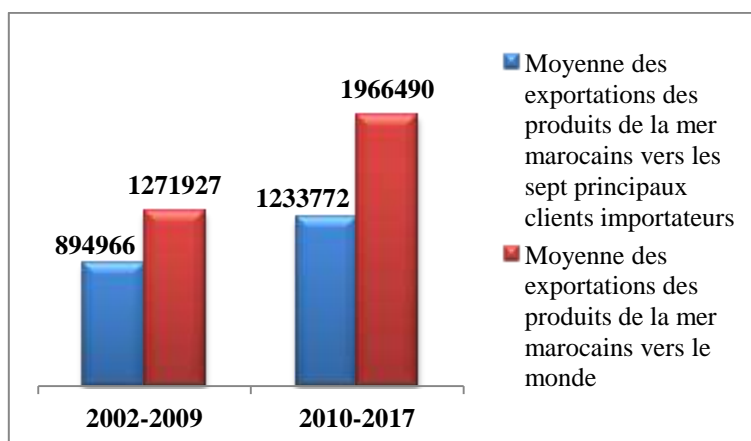
1.2.1. Valeurs des exportations des produits de la mer marocains :

Entre 2002 et 2009, la valeur moyenne des exportations des produits halieutiques marocains vers le monde, était de 1271927 K\$. Dont 70.36% de ces exportations, ont été à destination des sept principaux clients importateurs. Cette moyenne a connu une évolution de 54.61% entre les deux périodes, atteignant 1966490 K\$ entre 2010 et 2017. OÙ, la valeur des exportations vers les sept pays n'a représenté, cette fois-ci, que 62.74% du total des produits de la mer à destination du monde. En effet, la croissance de ces exportations n'a cru que de 37.86%.

¹ Part mesurée sur la base des valeurs des exportations.

Figure 2 : Evolutions des valeurs moyennes des exportations des produits de la mer marocains vers les sept principaux clients et vers le monde: entre 2002-2009 et 2010-

2017 (en K\$)



Source : Calculs et présentation des auteurs sur la base des données de Trade Map-ITC

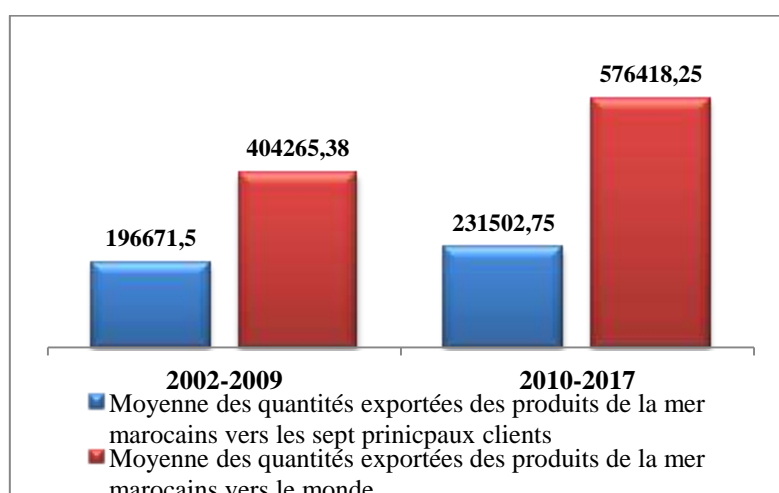
1.2.2. Quantités des exportations des produits de la mer marocains :

Quant aux quantités exportées, elles ont enregistré une augmentation de 17,71% pour les exportations des produits halieutiques à destination des sept premiers clients, entre les deux périodes, passant d'une moyenne de 196671.5 à 231502.75 tonnes.

Par ailleurs, les quantités de produits de la mer marocaines exportées vers le monde est augmenté de 42,58% passant de 404265.38 à 576418.25 tonnes en moyenne.

Figure 3 : Evolutions des quantités moyennes des exportations des produits de la mer marocains vers les sept principaux clients et vers le monde: entre 2002-2009 et 2010-

2017 (en Tonnes)

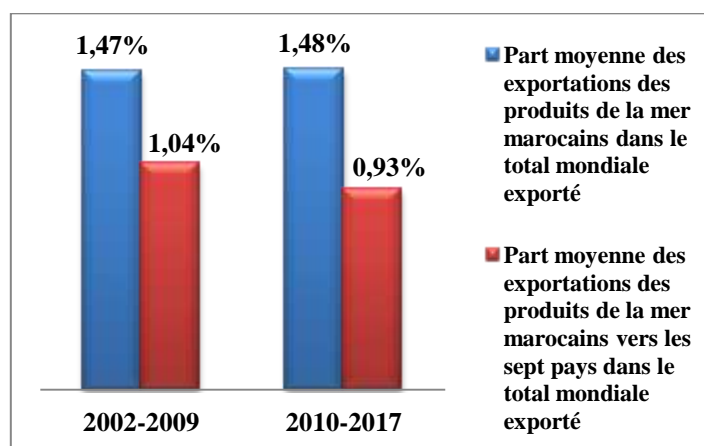


Source : Calculs et présentation des auteurs sur la base des données de Trade Map-ITC

1.3.Part des exportations des produits de la mer marocains dans le total des exportations mondiales :

En revanche, la part des exportations marocaines des produits de la mer, dans le total mondial des mêmes catégories de produits, a occupé uniquement 1,47% et 1,48% en moyenne pour les deux périodes consécutives. Ce qui a traduit une augmentation minimale de 0,01 points en moyenne. À contrario, la part des exportations marocaines des produits halieutique vers les sept principaux clients dans le total mondial, a diminué de -0,11 points en moyenne durant la période 2010-2017, en rapport avec la période pré-halieutis.

Figure 3 : Evolution de la part des exportations des produits de la mer marocains dans le total des exportations mondiales des mêmes produits



Source : Calculs et présentation des auteurs sur la base des données de Trade Map-ITC

1.4.Structure des exportations des produits de la mer :

Pour mener notre analyse, nous avons choisie de décomposer les produits de la mer exportés, selon la nomenclature du système harmonisé (SH). Nous avons utilisé les comptes à quatre et six positions selon les catégories des produits² (Cf. Annexe 1).

Quatorze catégories de produits ont été retenues, à savoir : les Poissons vivants, les Poissons frais ou réfrigérés, les Poissons congelés, les Filets de poissons, les Poissons séchés et salés, les Crustacés, les Mollusques, le Corail, les Algues, l'Agar-agar, les Huiles de poissons, les Conserves de poissons, les Conserve de crustacés et mollusques et les Farines³.

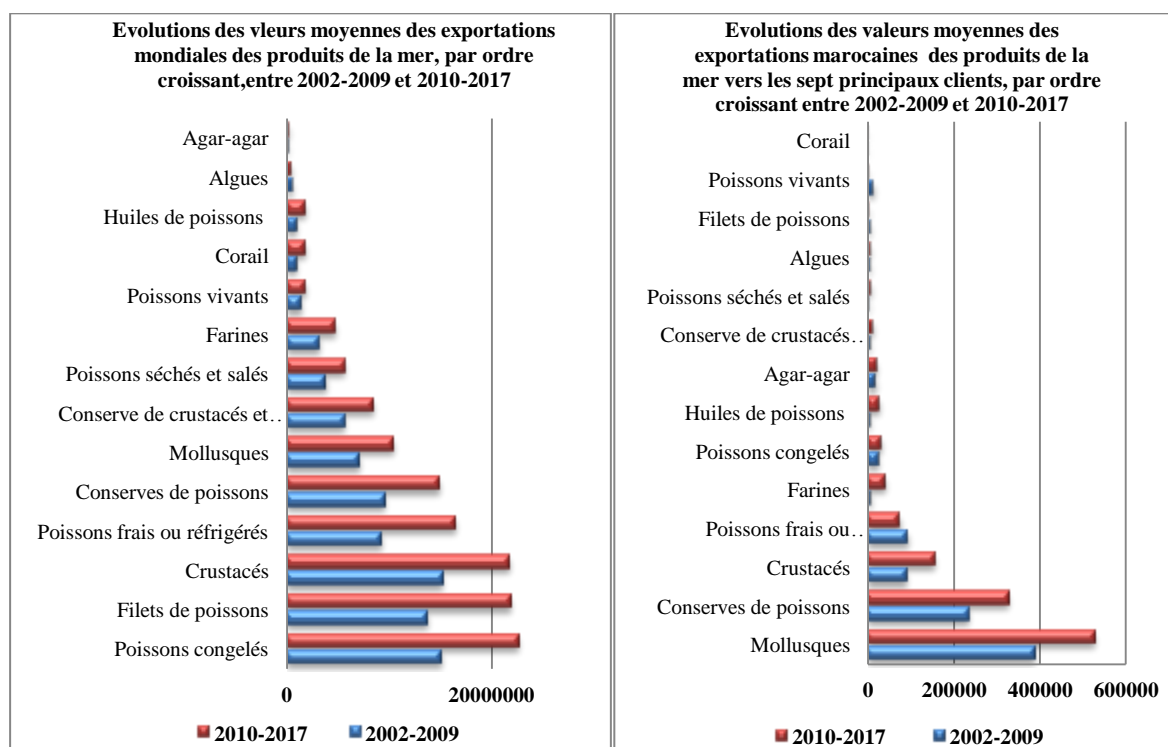
² Il existe des comptes dans la nomenclature SH en quatre positions, qui englobent dans leur totalité uniquement des produits de la mer. Alors que d'autres comptes de la même catégorie, inclus en plus de ces derniers, d'autres produits qui n'ont aucune relation avec le secteur en question. D'où, nous avons opté à utiliser la nomenclature SH à six positions pour certains produits.

Nous avons choisi d'utiliser les comptes à quatre positions afin de faciliter la collecte de données et de réduire la structure des produits de la mer à analyser.

³ La nomenclature des catégories de produits a été réduite afin d'alléger le texte. Pour plus de détail (Cf. Annexe 1)

Tel qu'il est affiché au niveau des graphiques ci-dessous, le classement des valeurs des exportations des produits halieutiques par ordre croissant, diffère en grande partie, entre le Maroc et celui du monde. OÙ, Les Mollusques et Conserve de poissons occupent les deux premiers rangs des valeurs des exportations marocaines. Ces deux produits valent environ 69% en moyenne, des exportations halieutiques à destinations des sept principales destinations. Les Mollusques à eux seuls représentent 42%. De l'autre côté, les Poissons congelés, les Crustacés et les Filets de poissons sont les produits les plus exportés mondialement. Dont chaque catégorie avoisine les 16% du total mondial.

Figure 4 : Evolutions des valeurs moyennes des produits de la mer par catégorie de produit



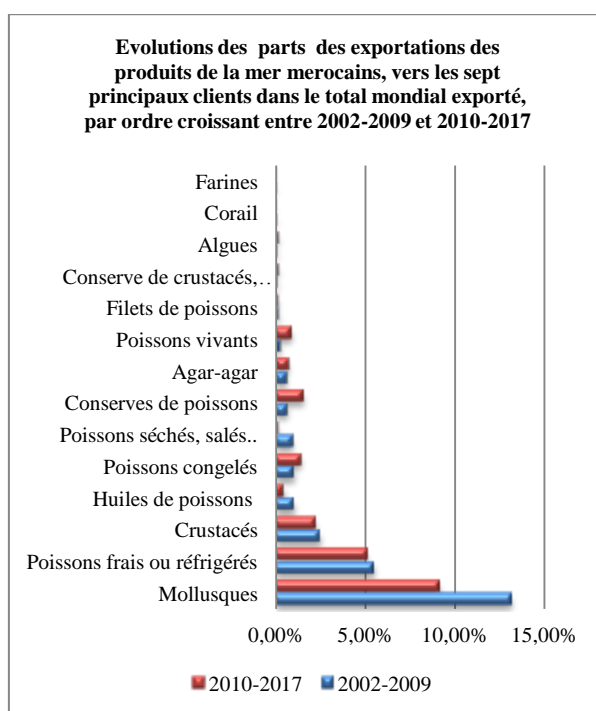
Source : Calculs et présentation des auteurs sur la base des données de Trade Map-ITC

Il est aussi remarquable que l'évolution des valeurs des exportations marocaines des Filets de poissons, Poissons frais ou réfrigérés, Poissons vivants, Corail ont pris une direction opposée à celles du niveau mondial. En effet, lorsque les valeurs des produits cités ci-dessus ont progressé pendant la deuxième période, au niveau mondial, celles associées au Maroc ont reculé. Nonobstant, les valeurs du reste des produits de la mer marocains, ont progressé en moyenne durant 2010-2017 comparativement à la période 2002-2009.

Malgré la progression des valeurs moyennes de la majorité des produits halieutiques exportés vers les sept principaux clients, entre les deux périodes 2002-2009 et 2010-2017, les parts de

ces valeurs rapportées au niveau mondial, pour la moitié des produits exportés ont connus un ralentissement pendant la deuxième période, alors que la valeur moyenne des produits de la mer au niveau mondiale a progressée. Ceci, concerne les Mollusques, les Crustacés, les Farines, les Huiles de poissons, les Poissons séchés et salés, les Filets de poissons et le Corail. La valeur moyenne des exportations des Poissons frais ou réfrigérés quant à elle, a ralenti durant la période post-halieutis, à la fois au niveau mondial que pour la part des exportations marocaines dans le total mondial. Par ailleurs, au moment où les parts des exportations marocaines des Poissons vivants et des Algues ont augmenté en 2010-2017, comparativement à la première période, la valeur des même produits au niveau mondiale a régressé. Entre 2010 et 2017, la valeur des exportations marocaines des Mollusques a constitué 13% en moyenne, des exportations des Mollusques au niveau mondial, entre 2010 et 2017. Ainsi, d'environ 5% et 2%, respectivement des Poissons frais ou réfrigérés et des Crustacés.

Figure 5 : Evolutions des parts des exportations des produits de la mer marocains, vers les sept principaux clients dans le total mondial exporté



Source : Calculs et présentation des auteurs sur la base des données de Trade Map-ITC

Après avoir donné une image générale sur le secteur des produits de la mer marocains, via une approche descriptive, nous allons analyser en ce qui suit la compétitivité du secteur à travers la méthode « Constant Market Share Analysis ».

2. Analyse par la méthode « Constant Market Share Analysis » :

2.1. Méthodologie :

Pour souci d'analyser la performance des exportations des produits de la mer marocains, nous allons étudier l'évolution des parts de marché à l'exportation de ces produits, sur la base d'une méthode qui porte généralement le nom de "Constant Market Share Analysis". Cette méthode a été initiée par Tyszynski (1951), puis développée par plusieurs auteurs au fil du temps, dont Milana (1988) et Michel (2005). Elle sert à décomposer ex post la variation de la part de marché d'un pays, en catégories de produits et en marchés de destination pendant une période donnée. Cette méthode de décomposition peut se faire selon différentes approches, certaines économétriques et d'autres algébriques. L'approche utilisée dans le présent travail est une méthode algébrique proposée par le Centre de Commerce International (ITC), ainsi intitulée : « Relative Change of World Market Share » (ITC).

En ce qui suit, nous allons présenter l'effet global de méthode Constant Market Share Analysis, ses composantes, les formules de calculs associées et l'interprétation de leurs résultats.

2.1.1. Constant Market Share Analysis: L'effet global :

L'effet global dégagé par la méthode Constant Market Share Analysis, montre la variation en pourcentage des exportations d'un pays sur le marché mondial pour le secteur sélectionné entre l'instant 0 et t. C'est un indicateur de l'évolution de la performance globale du secteur considéré. S'il est positif, le pays i a augmenté sa part du marché mondial. La formule mathématique se présente comme suit :

$$\left(\frac{X_{ds}^t}{X_{ws}^t} \right) - \left(\frac{X_{ds}^{t_0}}{X_{ws}^{t_0}} \right) = \sum_j \left[\underbrace{\left(\frac{X_{ds}^t}{X_{js}^t} \right)}_1 \times \underbrace{\left(\frac{X_{js}^t}{X_{ws}^t} \right)}_2 - \underbrace{\left(\frac{X_{ds}^{t_0}}{X_{js}^{t_0}} \right)}_3 \times \underbrace{\left(\frac{X_{js}^{t_0}}{X_{ws}^{t_0}} \right)}_4 \right]$$

Où, t est l'année en cours, t₀ est la première année considérée, d est le pays étudié, s est le secteur sélectionné, j est l'ensemble des marchés d'importation et X sont les exportations (X_{ds} : Exportations du pays d pour le secteur s. X_{js} : Exportations mondiales vers le pays j pour le secteur s. X_{ws} : Exportations mondiales du secteur s).

- 1 : La part de marché du pays sur les marchés d'importation du secteur s, pendant l'année t;
- 2 : La part des marchés d'importation dans les importations mondiales du secteur s, pendant l'année t ;
- 3 : La part de marché initiale du pays sur les marchés d'importation du secteur s.

4 : la part initiale des marchés d'importation dans les importations mondiales du secteur s.

L'évolution de la part du marché mondial d'un pays peut être décomposée et exprimée comme la somme des quatre effets suivants: effet de compétitivité (2.1.2), effet de spécialisation géographique initiale (2.1.3) effet de spécialisation de produit/sectorielle initiale (2.1.4); et effet d'adaptation à la demande mondiale (2.1.5).

2.1.2. Effet de compétitivité :

L'effet compétitivité montre le pourcentage de variation de la compétitivité des exportations d'un pays sur le marché mondial pour le secteur sélectionné au cours de la période considérée. Il correspond aux gains ou pertes de la part de marché d'un pays qui se produiraient si les changements étaient uniquement dus aux variations de la part de marché du pays sur les marchés d'importation, quelle que soit la structure des exportations du pays.

La formule mathématique correspond à l'évolution de la part du pays exportateur dans les importations des marchés de destination pour le secteur s, multipliée par la part initiale des importations des pays partenaires dans le commerce mondial pour le secteur s (moyenne pondérée de la variation de la position du pays sur les marchés de destination).

$$\sum_j \left(\underbrace{\frac{X_{djs}^t}{X_{js}^t} - \frac{X_{djs}^{t_0}}{X_{js}^{t_0}}}_1 \right) \times \underbrace{\frac{X_{js}^{t_0}}{X_{MS}^{t_0}}}_2$$

X_{djs} : Exportations du pays d vers le pays j, pour le secteur s.

1 : La variation de la part de marché du pays sur les marchés d'importation, pour le secteur s;

2 : La part initiale des marchés partenaires dans les importations mondiales, pour le secteur s.

L'effet compétitivité, prend des valeurs comprises entre $-\infty$ et $+\infty$ (%), les valeurs positives indiquent un gain de marché dû à la compétitivité accrue d'un secteur d'un pays sélectionné sur le marché mondial.

2.1.3. Effet de spécialisation géographique initial :

L'effet de spécialisation géographique initial, montre les avantages liés à la spécialisation initiale des exportateurs sur des marchés dynamiques. Il correspond aux gains ou pertes sur la part de marché d'un pays, qui se produiraient si les changements étaient uniquement dus au dynamisme des pays partenaires, quelles que soient les variations des parts de marché du pays sur ces marchés.

La représentation mathématique de l'effet de spécialisation géographique initiale, correspond à la part de marché initiale du pays exportateur dans les pays partenaires pour le secteur s, multipliée par le changement de la part des pays partenaires dans le commerce mondial du

secteur s (moyenne pondérée des variations de l'importance relative des marchés d'exportation).

$$\sum_j \underbrace{\frac{X_{djs}^{t_0}}{X_{js}^{t_0}}}_1 \times \underbrace{\left(\frac{X_{js}^t}{X_w^t} - \frac{X_{js}^{t_0}}{X_w^{t_0}} \right)}_2$$

1 : La part initiale du pays dans les importations du pays partenaire, pour le secteur s;

2 : La variation de la part des importations du pays partenaire dans les importations mondiales du secteur s.

L'effet de spécialisation géographique, prend des valeurs comprises entre $-\infty$ et $+\infty$. L'effet global (la moyenne pondérée de la variation de la part des pays partenaires dans les importations mondiales) est positif si le pays est bien positionné sur des marchés de destination dynamiques au début de la période.

2.1.4. Effet de spécialisation sectorielle initial:

Cet indice montre les gains ou les pertes associés à la spécialisation sectorielle initiale sur des produits caractérisés par une demande dynamique.

Cette effet correspond à l'évolution de la part des marchés de destination dans le commerce mondial multipliée par la différence entre la part initiale du pays exportateur sur les marchés de destination du secteur s et la part de marché initiale du pays exportateur sur les importations totales des marchés de destination (moyenne pondérée initiale des variations de la part du marché de destination dans les importations mondiales).

$$\sum_j \underbrace{\left(\frac{X_{djs}^{t_0}}{X_{js}^{t_0}} - \frac{X_{dj}^{t_0}}{X_j^{t_0}} \right)}_1 \times \underbrace{\left(\frac{X_{js}^t}{X_w^t} - \frac{X_{js}^{t_0}}{X_w^{t_0}} \right)}_2$$

X_{dj} :Exportations totales du pays d vers le pays j ;

X_j : Exportations mondiales totales vers le pays j ;

X_w : Exportations mondiales totales.

1 : La différence entre la part de marché initiale du pays sur les marchés d'importation du secteur s et la part de marché initiale du pays dans les importations totales du pays partenaire.

2 : La variation de la part des marchés d'importation pour le secteur s, dans les importations mondiales totales.

L'effet de spécialisation initiale de produit, prend des valeurs comprises entre $-\infty$ et $+\infty$. L'effet est positif si les deux facteurs vont dans le même sens, c'est-à-dire si la part d'un

marché d'importation dans les importations mondiales augmente (baisse) et si le secteur est sur (sous) - représenté dans les exportations du pays vers son partenaire et inversement. L'effet global est positif si le pays est bien positionné sur les produits dynamiques au début de la période.

2.1.5. Effet d'adaptation à la demande mondiale :

Cet indice montre la capacité d'ajuster l'offre à l'exportation aux changements de la demande mondiale du secteur d'un pays spécifique.

La formule mathématique de l'effet d'adaptation à la demande mondiale, se présente comme suit :

$$\sum_j \left(\underbrace{\frac{X_{djs}^t}{X_{js}^t} - \frac{X_{djs}^{t_0}}{X_{js}^{t_0}}}_{1^4} \right) \times \left(\underbrace{\frac{X_{js}^t}{X_w^t} - \frac{X_{js}^{t_0}}{X_w^{t_0}}}_{2^5} \right)$$

1 : La variation de la part de marché du pays sur les marchés d'importation du secteur s;
 2 : La variation de la part du marché d'importation du secteur s, dans les importations mondiales.

Cette indice, prend des valeurs comprises entre $-\infty$ et $+\infty$. L'effet est positif si la part de marché du pays augmente sur un marché d'importation en croissance (+, +) ou diminue sur un marché en déclin (-, -). L'effet est négatif si la part de marché du pays augmente sur un marché d'importation en déclin (+, -) ou diminue sur un marché en croissance (-, +).

Pour conclure cette section, il est judicieux de signaler que la méthode Constant Market Share Analysis, présente aussi des inconvénients. Dont, le défaut de ne pas prendre en considération le changement des structures d'exportation des pays au fil du temps, car elle se focalise sur deux périodes (Raphaël Chiappini, 2011) et le choix d'une année de base appropriée (Ahmadi-Esfahani, 2006).

2.2. Résultats :

Nous avons appliqué la méthode CMSA, dans un premier temps, pour les exportations des produits de la mer dans leur globalité. Et dans un deuxième temps, pour chaque catégorie de produits à part. Deux périodes d'analyse ont été choisies. La première, entre 2002 et 2009, c'est-à-dire avant l'adoption du plan Halieutis. La deuxième quant à elle est après la mise en œuvre dudit plan, soit la période entre 2010 et 2017. Nous avons ainsi limiter le panel des

⁴ La partie 1 de la formule est identique à la partie 1 de l'effet compétitivité.

⁵ La partie 2 de la formule est identique à la partie 2 de l'effet de spécialisation sectorielle initial.

clients importateurs, en se focalisant sur les sept principaux clients du secteur à savoir : L'Espagne, l'Italie, le Japon, la France, les Pays-Bas, l'Allemagne, les Etats-Unis. Ces derniers, tel qu'il a été présenté au niveau de la partie descriptive ci-dessus, présentent entre 60% à 70% environ des valeurs des produits halieutiques marocains exportés.

Notre étude porte sur des données issues de la base de données Trade map du Centre de Commerce International (ITC), exprimées en milliers de dollars. Ces données, concernent les quatorze catégories de produits, traités dans la partie descriptive. À savoir : les Poissons vivants, les Poissons frais ou réfrigérés, les Poissons congelés, les Filets de poissons, les Poissons séchés et salés, les Crustacés, les Mollusques, le Corail, les Algues, l'Agar-agar, les Huiles de poissons, les Conserves de poissons, les Conserve de crustacés et mollusques et les Farines.

En ce qui suit, les résultats de la Constant Market Share Analysis menée.

2.2.1. Analyse des résultats pour le total des produits de la mer :

Tableau 1: Résultats de CMSA associée au total des produits de la mer marocains

	2002-2009	2010-2017
Effet compétitivité	-0.0145%	0.0270%
Effet de spécialisation géographique	-0.0208%	-0.0088%
Effet de spécialisation sectorielle	-0.0004%	0.00004%
Effet d'adaptation à la demande mondiale	0.0001%	-0.000006%
Effet global	-0.0356%	0.0182%

Source : Calculs des auteurs sur la base des données de Trade map-ITC.

▪ Résultats de la CMSA pour les exportations des produits de la mer marocains dans leur globalité, entre 2002-2009 :

Les résultats de l'analyse de l'évolution de la part de marché des produits de la mer marocains, vers ses sept principaux clients importateurs, montrent que pour la période 2002-2009, le pays a enregistré des pertes de part de marché de -0.0356%.

En détaillant l'analyse par effet, nous constatons que l'effet compétitivité et celui de la spécialisation géographique, ont grandement joué à l'encontre de la performance globale du secteur. Conjugués à une spécialisation sectorielle faiblement négative, chacun de ces trois effets, a contribué à réduire la performance globale des exportations des produits de la mer de -0.0145%, -0.0208%, et de -0.0004%.

En effet, le manque de compétitivité du secteur est dû à la diminution de la part de marché du pays, en particulier sur le marché Japonais de -0.225% (Cf. Annexe 2). Quant à la mauvaise

orientation géographique initiale, elle est essentiellement issue du positionnement du pays sur des marchés moins dynamiques au début de la période. Ceci, concerne : l'Espagne, le Japon et les États-Unis. Pour lesquels le pays a enregistré des pertes de parts de marché, respectivement de -0.036%, -0.148% et -0.007%.

Par ailleurs, la spécialisation sectorielle initiale, faiblement négative, est associée aux dégradations des parts de marché par rapport à six destinations. Ces dernières, ont contribué à former un effet négatif. Elles se présentent comme suit: L'Espagne, L'Italie, le Japon, la France, L'Allemagne et les Etats-Unis. Ceci est en raison que la part de ces marchés d'importation dans les importations mondiales a diminué. Alors que le secteur, à l'instant initial, est sur-représenté, dans les exportations du pays vers lesdits partenaires. Seuls les Pays-Bas, dont l'effet était positif (malgré son faible niveau : +0.00006%). Où, la part de ce marché d'importation dans les importations mondiales a augmenté. Allant dans la même direction positive que celle du Maroc, à l'instant initial. De ce fait, nous concluons que le pays n'était pas bien positionné sur des produits dynamiques au début de la période. Et ce, pour la majorité des sept premiers clients.

Concernant le dernier effet, le pays a été caractérisé par une très faible adaptation à la demande mondiale, soit +0.0001%, pendant la période 2002-2009. Où, cinq pays ont affiché des effets négatifs, à savoir : L'Espagne, l'Italie, la France, l'Allemagne et les Etats-Unis. Les pertes associées, résident dans le fait de l'augmentation de la part de marché du pays sur ces marchés d'importation en déclin. Le Japon et les Pays-Bas, quant à eux ont enregistré des effets positifs. Le premier, trouve sa source dans la diminution de la part de marché du pays sur un marché en déclin. Cependant, pour le deuxième, la part de marché du Maroc a augmenté sur un marché d'importation en croissance.

▪ **Résultats de la CMSA pour les exportations des produits de la mer marocains dans leur globalité, entre 2010-2017:**

À l'instar de la mise en œuvre du plan Halieutis, le secteur des produits de la mer marocains a augmenté sa part de marché de +0.0182%, entre 2010 et 2017. Et ce, vis-à-vis des sept principaux clients importateurs. Ce gain de part de marché résulte pour l'essentiel d'une bonne compétitivité, soit +0.0270%. Cette performance, provient du gain de compétitivité réalisé par rapport à trois destinations, à savoir : L'Espagne, L'Italie et le Japon. Comparativement à la première période, le pays a rehaussé sa compétitivité envers lesdits pays, atteignant respectivement un effet de +0.1581%, +0.0491% et +0.0492%. Cependant, il a aussi enregistré des pertes de parts de marché envers les Pays-Bas, l'Allemagne et les Etats-

Unis, respectivement de -0.0447%, -0.0273% et -0.0023%. Hormis ces effets négatifs, ce sont les effets positifs qui l'emportent sur ceux négatifs.

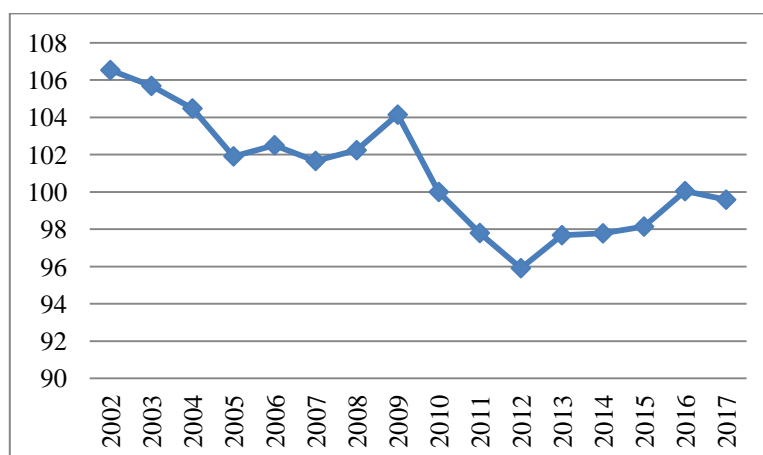
De l'autre côté, en comparaison à la période pré-Halieutis (2002-2009). L'effet de spécialisation géographique, affiche un résultat significativement redressé. Cependant, il demeure négatif, réduisant la croissance de la part de marché du secteur de -0.0088%. Les effets associés à la majorité des clients qui rentrent dans l'étude, ont contribué à former cette perte. Excepté, les Pays-Bas et les Etats-Unis. Auxquels le Maroc a gagné des parts de marché, respectivement de +0.0013% et de +0.0048%.

L'effet de spécialisation sectorielle quant à lui, est faiblement positif, étant de 0.00004%. L'ensemble des effets associés aux sept pays ont été faibles. Sauf que, ceux associés au Japon et à la France ont été faiblement négatifs, en vue que la part de ces deux marchés d'importation dans les importations mondiales a diminué, alors que le secteur marocain, à l'instant initial, a été sur-représenté.

Par ailleurs, l'adaptation à la demande mondiale du secteur, reste toutefois insuffisante, voir faiblement négative. Et ce, du fait que la part du secteur des produits de la mer marocains a augmenté sur des marchés en déclin. En l'occurrence, le Japon et la France, alors qu'il a diminué sur des marchés en croissance, à savoir : les Pays-Bas, l'Allemagne et les Etats-Unis. Pour conclure, le secteur des produits de la mer marocains a gagné en performance des parts de marché dans la période post-Halieutis, comparativement à celle de 2002-2009. Cette amélioration, trouve ses racines dans le redressement de la majorité des effets. Excepté, l'adaptation à la demande mondiale, qu'elle a relativement baissé. En effet, la bonne compétitivité du secteur a joué en faveur du gain de parts de marché pour la période 2010-2017. Cependant, la mauvaise orientation géographique pénalise encore la performance commerciale des produits de la mer. Conjuguée à une spécialisation sectorielle très faible et une adaptation à la demande quasi-nulle.

Plusieurs raisons peuvent être à l'origine de l'amélioration de la compétitivité des exportations des produits de la mer. Entre autres, la variable prix constitue une condition importante dans l'attractivité des produits destinés à l'export et l'un des principaux déterminants de l'évolution des échanges extérieurs d'un pays (DEPF, 2016). Où, le taux de change y joue un rôle primordiale. Comme il est affiché dans le graphique ci-dessous, nous constatons que le taux de change effectif réel du dirham marocain a baissé à partir de l'année 2010, comparativement à la période 2002-2009.

Figure 6: Evolution du taux de change effectif réel entre 2002 et 2017



Source : Présentation des auteurs sur la base des données de IFS-IMF

2.2.2. Analyse des résultats par catégories de produits de la mer :

Tableau 2 : Résultats de la CMSA par catégories de produits de la mer pour les deux périodes 2002-2009 et 2010-2017 :

Produits de la mer	Poissons vivants	Poissons frais ou réfrigérés	Poissons congelés	Filets de poissons	Poissons séchés et salés	Crustacés	Mollusques	Corail	Huiles de poissons	Conserves de poissons	Conserves de crustacés et mollusques	Algues	Agar-agar	Farines
Code des produits	0301	0302	0303	0304	0305	0306	0307	0508	1504	1604	1605	121220 et 121229	130231	230120
Période 1	2002-2009													
Effet compétitivité	-0.0013%	0.0044%	0.0022%	-0.0024%	0.0002%	0.0050%	-0.0304%	-0.0002%	0.0014%	0.0048%	0.0019%	0.0004%	-0.0013%	0.0014%
Effet de spécialisation géographique	-0.0017%	-0.0013%	-0.0006%	0.0010%	-0.000006%	-0.0018%	-0.0294%	-0.0001%	0.00003%	0.0098%	0.000002%	-0.0001%	0.0015%	-0.0002%
Effet de spécialisation sectorielle	-	-	-0.000003%	0.000003%	0.000001%	0.000021%	0.000391%	-0.000001%	0.0000002%	0.000024%	0.000001%	0.000002%	0.000006%	0.000002%
Effet d'adaptation à la demande mondiale	0.000009%	0.000025%	-0.000007%	-0.000004%	-0.000001%	0.000009%	0.000163%	0.000001%	-0.000002%	0.000006%	0.000012%	0.000001%	0.000008%	0.000003%
Effet total	-0.0030%	0.0031%	0.0015%	-0.0014%	0.0002%	0.0031%	-0.0601%	-0.0003%	0.0014%	0.0146%	0.0019%	0.0003%	0.0002%	0.0012%
Période 2	2010-2017													
Effet compétitivité	-0.0005%	0.0004%	0.0010%	0.0002%	0.0014%	-0.0068%	0.0269%	-0.0001%	-0.0004%	-0.0038%	-0.0010%	0.0014%	-0.0003%	0.0064%
Effet de spécialisation géographique	0.0003%	-0.0016%	-0.0005%	-0.00002%	-0.00001%	0.0015%	0.0035%	-0.00002%	0.0006%	0.0005%	-0.0007%	-0.0003%	0.0002%	-0.0042%
Effet de spécialisation sectorielle	0.000003%	0.000004%	-0.000001%	-0.000001%	0.0000004%	0.00003%	0.000063%	0.00000007%	0.000007%	0.000037%	-0.000003%	0.000002%	0.000004%	0.000028%
Effet d'adaptation à la demande mondiale	0.000003%	0.000011%	0.0000002%	0.00000004%	-0.000001%	0.000024%	0.000045%	0.00000009%	-0.000002%	0.000013%	0.000001%	0.000008%	0.000001%	0.000041%
Effet total	-0.0002%	-0.0012%	0.0005%	0.0002%	0.0014%	-0.0053%	0.0305%	-0.0001%	0.0002%	-0.0032%	-0.0017%	0.0011%	-0.0001%	0.0022%

Source : Calculs des auteurs sur la base des données de Trade map-ITC.

▪ **Les pics :**

L'analyse menée par catégorie de produits, met en exergue la remarquable évolution de la part de marché des Mollusques, pour les deux périodes de l'étude. Où, les Mollusques ont enregistré le niveau le plus bas entre 2002 et 2009. À l'opposé, ils ont marqué le niveau le plus élevé entre 2010 et 2017, respectivement de -0.060% et +0.030%.

Les Conserves de poissons de leur part, ont affiché le pourcentage le plus élevé pour la période 2002-2009 atteignant +0.0146%. Ainsi, ils ont occupé le deuxième rang des valeurs négatives de part de marché entre 2010 et 2017, précédés par les Crustacés. Ces derniers, occupent le niveau le plus bas, enregistré dans la période post-Halieutis, étant de -0.0053%.

▪ **Les produits à effets négatifs :**

En somme, parmi les quatorze produits de mer étudiés, quatre produits ont enregistré des pertes de part de marché entre 2002 et 2009. À savoir : les Filets de poissons, les Poissons vivants, les Mollusques et le Corail, respectivement de -0.0014%, -0.0030%, -0.060% et de -0.0003%. Le négatif effet de compétitivité a été à l'origine de perte de part de marché pour l'ensemble de ses produits. Ces pertes, ont été plus accentuées vis-à-vis de l'Espagne pour les deux premiers produits, et l'ont été de même prononcés pour les deux seconds, en ce qui concerne les parts associées au Japon.

Par ailleurs, pour les Poissons vivants, les Mollusques et le Corail, en plus du niveau de compétitivité décrit ci-dessus, l'effet de spécialisation géographique a aussi contribué dans la dégradation des parts de marché associées auxdits produits. En effet, le pays a cumulé un manque de performance vis-à-vis de la majorité des sept clients, corrélé à des effets nuls. Ces derniers, représentent le résultat de l'absence d'exportations⁶ d'un produit vers un pays du panel, lors d'une/des année/s de la période étudiée.

Comparativement à la période 2010-2017, sept produits ont été de même négatifs, soit: les Poissons vivants, les Crustacés, les Conserves de poissons, l'Agar-agar, le Corail les Conserves de crustacés et mollusques et les Poissons frais ou réfrigérés, respectivement de -0.0002%, -0.0053%, -0.0032%, -0.0001%, -0.0017% et de -0.0012%. Bien que, la somme des pertes de part de marché de la première période excèdent celles de la deuxième période.

⁶ Les flux des exportations des produits de la mer, non pas été enregistrés pour l'ensemble des sept principaux clients durant les quatre années de l'étude. Cependant, cette absence était plus prononcée pour deux produits, à savoir : les Poissons vivants et le Corail.

En effet, le Maroc a exporté des poissons vivants uniquement vers l'Espagne en 2010 et que pour les Etats-Unis en 2017. Il n'a toutefois pas exporté ce produit, pour L'Allemagne et les Etats-Unis en 2002 et 2009. Ainsi que pour l'Italie et la France en 2009 et le Japon en 2002.

Le Corail quant à lui, n'a été exporté que vers l'Italie et l'Espagne durant les deux périodes. Excepté l'an 2010 pour l'Espagne. Où, aucune exportation n'a été établie.

Encore une fois, le négatif effet de compétitivité a été la source de perte de parts de marché pour les six premiers produits. Où, les effets négatifs enregistrés pour certains pays l'emportent sur les effets positifs du reste. En appui, l'effet de spécialisation géographique a été de même négatif pour les Poissons frais ou réfrigérés, les Conserves de crustacés et mollusques et le Corail.

Pour l'ensemble des produits de la mer, l'effet de spécialisation sectorielle et celui de l'adaptation à la demande mondiale ont été quasiment nuls. De ce fait, ils n'ont pas significativement impacté l'évolution des parts de marché des produits de la mer analysés, durant les deux périodes.

▪ **Les produits à effets positifs :**

✓ **Produits à effets positifs et faibles évolutions :**

Parmi les produits de mer qui ont enregistré des valeurs positives, trois ont été caractérisés par une faible évolution entre 2002 et 2009, étant : l'Agar-agar, les Poissons séchés et salés et les Algues. La part des deux premiers a crû de +0.0002% et de +0.0003% pour le dernier. L'évolution de la part des Poissons séchés et salés et celle des Algues, est essentiellement due à un faible niveau de compétitivité et une spécialisation géographique quasiment nulle. Pour ce qui est de l'Agar-agar, celui-ci a combiné une compétitivité négative à une bonne orientation géographique pour la majorité des importateurs en question. Excepté, vers le Japon et l'Allemagne.

Quant à la période 2010-2017, aussi trois produits ont enregistré de faibles évolutions. À savoir, les Poissons congelés de +0.0005%, les Filets de poissons et les Huiles de poissons de +0.0002% pour chacun. Les deux premiers ont réunis : effet de compétitivité positif à une spécialisation géographique négative voir quasi-nulle pour les deuxièmes. Contrairement aux Huiles de poissons qui ont allié un effet de compétitivité négatif à une spécialisation géographique positive.

✓ **Reste des produits à effets positifs :**

Le reste des produits, ont enregistré des gains de parts de marché. En effet, entre 2002 et 2009, les Poissons frais ou réfrigérés, les Poissons congelés, les Crustacés, les Farines ont combiné un effet de compétitivité positif à un effet de spécialisation géographique négatif à faiblement négatif. En revanche, les gains associés à la bonne compétitivité de ces produits, ont absorbé les pertes dues à la spécialisation géographique précitée. D'où, les quatre produits de la mer ont enregistré une évolution de part de marché, respectivement de : +0.0031%, +0.0015%, +0.0031% et +0.0012%.

Quant aux Huiles de poissons et Conserves de crustacés et mollusques, leurs évolutions positives de +0.0014%, +0.0019% est essentiellement issue d'une bonne compétitivité. Les Conserves de poissons de leur part, sont le seule produit dans la période 2002-2009, qui a enregistré les bonnes performances, à la fois en matière de compétitivité et d'orientation géographique. Ce qui leur a permis d'occuper le premier rang dans cette période, avec une évolution de +0.0031%.

De l'autre côté, entre 2010 et 2017, les gains de part de marché des Poissons séchés et salés de +0.0014% sont issus d'une compétitivité positive et d'un effet de spécialisation géographique quasi-nul. Cependant, les Algues et les Farines ont combiné un effet de compétitivité positif et un effet de spécialisation géographique négatif. Leurs parts étaient de +0.0011% et de +0.0022%. Le seul produit, dans la période 2010-2017, qui a associé un effet de compétitivité positif à un effet de spécialisation géographique aussi positif, c'est bien les Mollusques. Raison pour laquelle, ce produit a enregistré la meilleure performance pendant cette période, d'une valeur de +0.0305%.

Conclusion :

Dans le cadre de l'évaluation de la compétitivité des exportations des produits de la mer marocains, nous concluons à travers l'analyse descriptive établie, que les valeurs de ces exportations ont augmenté dans la période post-HalieuTis, soit 54.61% pour le total de ces exportations et de 37.86% pour les produits de la mer à destination des sept premiers clients, dont l'Espagne accapart la part prépondérante. Les Mollusques et Conserves de poissons occupent les deux premiers rangs des valeurs des exportations marocaines. Ces deux produits valent environ 69% en moyenne, des exportations halieutiques à destinations des sept principales destinations. Les Mollusques à eux seuls représentent un peu près de 42%.

La part des exportations marocaines à destinations des sept premiers clients, rapportée au niveau mondiale, a cependant baissé. Où, ils ont présenté 0,93% des exportations des produits halieutiques mondiales entre 2010 et 2017. Comparativement à la première période, pendant laquelle ils ont présenté 1,04%. Ceci, concerne en particulier la moitié des produits de mer exportés, à savoir: les Mollusques, les Crustacés, les Farines, les Huiles de poissons, les Poissons séchés et salés, les Filets de poissons et le Corail.

Par ailleurs, la valeur des exorations marocaines des Mollusques a constitué 13% en moyenne, des exportations des Mollusques au niveau mondial, entre 2010 et 2017 Ainsi, d'environ 5% et 2%, respectivement des Poissons frais ou réfrigérés et des Crustacés.

De l'autre part, les résultats de l'analyse effectuée par la méthode « Constant Market Share Analysis » montrent que le Maroc a gagné en performance des parts de marché à l'exportation vers les principaux clients importateurs, pendant la période post-halieuvis, soit +0.0182% entre 2010-et 2017. Comparativement à la période 2002-2009, le secteur a enregistré des pertes de parts de marché de -0.0356%. Cette amélioration, trouve ses racines dans le redressement de la majorité des effets. Excepté, l'adaptation à la demande mondiale, qu'elle a relativement baissé. En effet, la bonne compétitivité du secteur a joué en faveur du gain de parts de marché pour la période 2010-2017, passant de -0.0145% à +0.0270%. Cependant, la mauvaise orientation géographique pénalise encore la performance commerciale des produits de la mer. Conjuguée à une spécialisation sectorielle très faible et une adaptation à la demande quasi-nulle.

L'analyse effectuée par catégorie de produits, fait apparaître que les Mollusques ont enregistré le niveau le plus bas entre 2002 et 2009. À l'opposé, ils ont marqué le niveau le plus élevé entre 2010 et 2017, respectivement de -0.060% et +0.030%. Et ce, en raison que ce produit a été le seul durant la période 2010-2017, qui a associé un effet de compétitivité positif à un effet de spécialisation géographique aussi positif.

Les Conserves de poissons de leur part, ont affiché le pourcentage le plus élevé pour la période 2002-2009 atteignant +0.0146%. Ainsi, ils ont occupé le deuxième rang des valeurs négatives de part de marché entre 2010 et 2017, précédés par les Crustacés. Ces derniers, ont occupé le niveau le plus bas, enregistré dans la période post-Halieuvis, étant de -0.0053%. Ce niveau a été dû principalement au manque de compétitivité de ce produit sur les marchés de destination.

Pour finir, malgré que les valeurs des exportations des produits de la mer marocains, ont augmenté et que les performances de ces produits ont été légèrement redressé après la mise en œuvre du plan Halieuvis-vision 2020. Le secteur nécessite, toutefois, de retracer des stratégies plus appropriées, notamment en matière du choix des marchés de destinations les plus dynamiques pour les produits halieuvis exportés. Et de s'adapter au mieux à l'évolution de la demande mondiale de ce secteur.

Bibliographie :

- Ahmadi-Esfahani, FZ. (2006). Constant market shares analysis: uses, limitations and prospects. *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 50, 510–526.
- Département de la Pêche Maritime. (2009). *La Pêche Maritime au Maroc: Une nouvelle stratégie pour un secteur à fort potentiel de développement*.
- Direction des études et des prévisions financières (DEPF). (2016). *Décomposition de la compétitivité structurelle du Maroc : Marges intensives et extensives de nos exportations*. (pp. 13).
- International Trade Centre (ITC). *Trade Performance Index, Technical Notes*. (pp.35-44).
- Michel, B. (2005). *Trends in export market shares between 1991 and 2001*. Working Paper 7-05, Bureau fédéral du Plan, Bruxelles.
- Milana, C. (1988). Constant market share analysis and index number theory. *European Journal of Political Economy*, 4(4), 453-478.
- Raphaël Chiappini, R. (2011). *Dynamique des spécialisations et performances commerciales des pays d'Europe centrale et orientale*. *Revue d'études comparatives Est-Ouest*, 2011/2 (42), 165-193.
- Tyszynski, H. (1951), *World trade in manufactured commodities, 1899-195*. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 19(2). 272-304.

Annexes :

Annexe 1 : Comptes de produits de la mer utilisés (selon la nomenclature du système harmonisé (SH) : Intitulés réduits et complets des comptes de produits de la mer :

N° de compte	Intitulés réduits des comptes	Intitulés complets des comptes
0301	Poissons vivants	Poissons vivants
0302	Poissons frais ou réfrigérés	Poissons frais ou réfrigérés, à l'excl. des filets de poissons et autre chair de poissons du n° 03.04
0303	Poissons congelés	Poissons congelés, à l'excl. des filets de poissons et autre chair de poissons du n° 03.04
0304	Filets de poissons	Filets de poissons et autre chair de poissons (même hachée), frais, réfrigérés ou congelés
0305	Poissons séchés et salés	Poissons séchés, salés ou en saumure; poissons fumés, même cuits avant ou pendant le fumage; farines, poudres et agglomérés sous forme de pellets de poisson, propre à l'alimentation humaine
0306	Crustacés	Crustacés, même décortiqués vivants, frais, réfrigérés, congelés, séchés, salés ou en saumure; farines, poudres et agglomérés sous forme de pellets de crustacés, propre à l'alimentation humaine
0307	Mollusques	Mollusques, même séparés de leur coquille, invertébrés aquatiques autres que les crustacés et les mollusques, vivants, frais, réfrigérés, congelés, séchés, salés ou en saumure; farines, poudres et agglomérés sous forme de pellets d'invertébrés aquatiques, propre à l'alimentation humaine
0508	Corail	Corail et matières simil., bruts ou simpl. préparés, mais non autrement travaillés; coquilles ...
121220	Algues	Algues, fraîches, réfrigérées, congelées ou séchées, même pulvérisées
121229		Algues, fraîches, réfrigérées, congelées ou séchées, même pulvérisées, non destinées à l'alimentation ...
130231	Agar-agar	Agar-agar, même modifié
1504	Huiles de poissons	Graisses et huiles et leurs fractions, de poissons ou de mammifères marins, même raffinées, mais non chimiquement modifiées
1604	Conserves de poissons	Préparations et conserves de poissons; caviar et ses succédanés préparés à partir d'oeufs de poisson
1605	Conserves de crustacés et mollusques	Crustacés, mollusques et autres invertébrés aquatiques, préparés ou conservés
230120	Farines	Farines, poudres et agglomérés sous forme de pellets, de poissons ou de crustacés, de mollusques ...

Annexe 2: Résultats de la CMSA associée au total des exportations des produits de la mer, classés par clients importateurs

	Effet compétitivité		Effet de spécialisation géographique initiale		Effet de sectorielle sectorielle initiale		Effet d'adaptation à la demande mondiale	
	2002-2009	2010-2017	2002-2009	2010-2017	2002-2009	2010-2017	2002-2009	2010-2017
Espagne	0.0687%	0.1581%	-0.0361%	-0.0260%	-0.0010%	0.0001%	-0.0002%	0.00006%
Italie	0.0008%	0.0491%	0.0157%	-0.0081%	-0.0001%	0.00004%	-0.000001%	0.00002%
JAPON	-0.2252%	0.0492%	-0.1478%	-0.0186%	-0.0017%	-0.0001%	0.0010%	-0.00006%
France	0.0163%	0.0073%	0.0075%	-0.0109%	-0.00003%	-0.00001%	-0.00001%	-0.000001%
PAYS-BAS	0.0209%	-0.0447%	0.0151%	0.0013%	0.0001%	0.0001%	0.00004%	-0.00005%
Allemagne	0.0056%	-0.0273%	0.0065%	-0.0043%	-0.00001%	0.00003%	-0.000002%	-0.00001%
ETATS-UNIS	0.0114%	-0.0023%	-0.0067%	0.0048%	-0.0001%	0.0001%	-0.00003%	-0.000004%
Total (Moyenne pondérée)	-0.0145%	0.0270%	-0.0208%	-0.0088%	-0.0004%	0.00004%	0.0001%	-0.000006%