

Branchenbericht | Tunesien | Maschinen- und Anlagenbau, übergreifend

Tunesiens Nahrungsmittelindustrie forciert die Exporte

Wettbewerbsvorteile sollen stärker genutzt werden / Von Peter Schmitz

Tunis (GTAI) - Tunesiens Regierung will die Exporte der nahrungsmittelverarbeitenden Industrie steigern. Bessere Vermarktung und der schwache Dinar sollen das unterstützen.

08.01.2019

Die nahrungsmittelverarbeitende Industrie gilt als eine der Schlüsselbranchen für Tunesiens Zukunft. Der lokale Markt ist mit knapp 12 Millionen Einwohnern zwar überschaubar, aber bereits heute wird viel für den Export produziert. Zudem setzt sich der Wandel der Konsumgewohnheiten fort. Dadurch steigt auch die lokale Nachfrage nach verarbeiteten und verpackten Nahrungsmitteln. Ohnehin sind beispielsweise schnell und einfach zuzubereitende Lebensmittel wie Weißbrot, Pasta, Couscous, Eier oder Tomatenkonserven wichtige Grundnahrungsmittel, die auch in Tunesien produziert werden.

Bereits heute hat die Branche einen Exportanteil von etwa 20 Prozent, die Nahrungsmittelindustrie bestreitet auch knapp 20 Prozent des Bruttoinlandsproduktes der verarbeitenden Industrie. Während in den 1990er Jahren stark auf die Produktion von Milch, Zucker und Getreide gesetzt wurde, gelten nun Olivenöl, Datteln und Zitrusfrüchte als aktuelle und noch stärker zukünftige Exportschlager. Hier verfügt das Land über deutliche Wettbewerbsvorteile und setzt verstärkt auf Bioproduktion. Im 1. Halbjahr 2018 legten die ausländischen Direktinvestitionen in der nahrungsmittelverarbeitenden Industrie um etwa 20 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum zu, machten mit rund 7,5 Millionen Euro aber nur einen relativ geringen Anteil des Gesamtvolumens aus (etwa 168 Millionen Euro).

Freihandelsabkommen mit EU erzeugt gemischte Gefühle

Mittelfristig dürfte das vertiefte und umfassende Freihandelsabkommen, das zwischen der Europäischen Union (EU) und Tunesien verhandelt wird (DCFTA/ALECA), sich auf den Außenhandel mit Nahrungsmitteln und landwirtschaftlichen Produkten auswirken. DCFTA soll Teil des bereits bestehenden Europa-Mittelmeer-Assoziationsabkommens zwischen der EU und Tunesien sein. Inhaltlich geht es um Bereiche, die im bestehenden Abkommen noch nicht abgedeckt sind. Skeptiker gehen davon aus, dass Getreide, Fleisch und Milch aus der EU tunesische Produzenten vor Herausforderungen stellen dürfte. Ob der Wettbewerbsdruck zu höheren Investitionen führt, bleibt abzuwarten.

Die tunesische Exportförderagentur CEPEX setzt auf eine Diversifizierung der Exportmärkte. In Zusammenarbeit mit der deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) unterstützt die CEPEX beispielsweise tunesische kleine und mittelständische Unternehmen dabei, Märkte in Ländern südlich der Sahara zu erschließen, in einer späteren Projektphase auch zusammen mit deutschen Partnerunternehmen. Die Nahrungsmittelindustrie wurde dabei als einer der Zielsektoren ausgewählt.

Tunesien setzt auf bessere Vermarktung

Ein wichtiger Baustein in der Strategie ist die bessere Vermarktung durch gekennzeichnete Herkunftsangaben. Bisher wird ein großer Teil beispielsweise der Olivenölexporte nach Italien dort beigemischt und kommt nicht als tunesisches "Endprodukt" auf den Markt. Mehrere Projekte nehmen sich dem an. Im Projet d'accès aux marchés des produits agro-alimentaires et de terroir (PAMPAT) unterstützt die UNIDO mit finanzieller Hilfe des Schweizer Staatssekretariats für Wirtschaft Produzenten von Feigen und Harissa bei der Qualitätssicherung und der Vermarktung auf nationalen und internationalen Märkten durch Herkunftsangaben und entsprechende Label (Appellation d'Origine Contrôlée, Food Quality Label Tunisia, Label Bio).

TUNESIENS NAHRUNGSMITTELINDUSTRIE FORCIERT DIE EXPORTE

Während ein großer Teil des täglichen Bedarfs noch durch kleinere Nachbarschaftsläden gedeckt wird, verbreitern moderne Supermärkte ihr Angebot. Monoprix und Géant gehören zur Gruppe Mabrouk. Die Marke Géant wird in Partnerschaft der französischen Gruppe Casino betrieben, Monoprix ist insgesamt am häufigsten vertreten. Zu Mabrouk gehören auch die kleinen Ketten Touta, Le Passage, Sahara Comfort und Mercure market.

Carrefour gehört zur Gruppe Chaibi und teilt sich auf in Hypermärkte mit großer Non-Food-Abteilung, sowie kleinere Supermärkte unter dem Namen Carrefour Market und Carrefour Express. Magasin Général (MG) ist im Besitz der Gruppen Bayahi und Poulina. Seit 2011 ist das französische Handelsunternehmen Auchan mit zehn Prozent an MG beteiligt.

Das Angebot wird von tunesischen Nahrungsmittelproduzenten dominiert, trotz steigendem Konkurrenzdruck. Die tunesische Nahrungsmittelindustrie bestreitet knapp 20 Prozent des Bruttoinlandsproduktes der verarbeitenden Industrie. Wenn sich, wie zu erwarten ist, die Abwertung des Dinar fortsetzt, dürften die Betreiber verstärkt auf lokal produzierte Waren setzen (da sich Importe zunehmend verteuern). Zumindest verfügt das Land über viele gut ausgebildete Fachkräfte in Agrarwissenschaften, Biologie und auch Pharmazie. Insgesamt zeichnet sich die Branche durch eine bereits hohe Professionalisierung aus.

Weiterführende Informationen zu Tunesien finden Sie unter <http://www.gtai.de/tunesien>

Mehr zu:

Tunesien

Maschinen- und Anlagenbau, übergreifend / Nahrungsmittel- , Verpackungsmaschinen

Branchen

Kontakt

Meike Eckelt

Wirtschaftsexpertin

 +49 228 24 993 278

 [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.