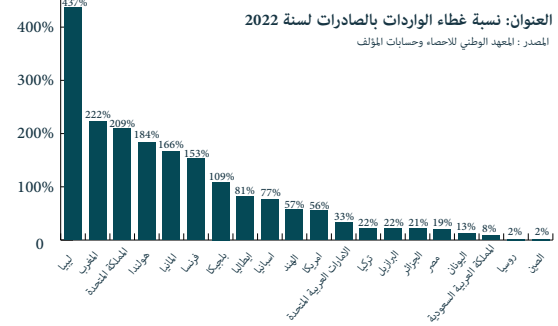
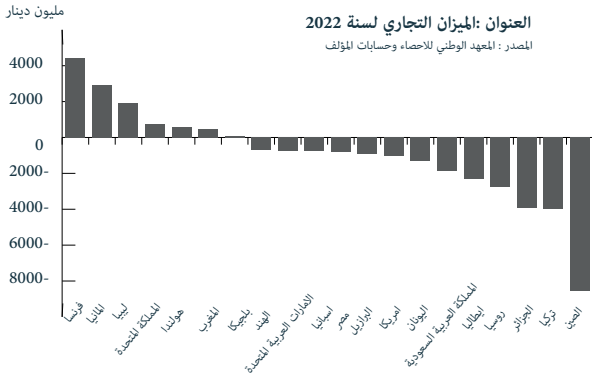
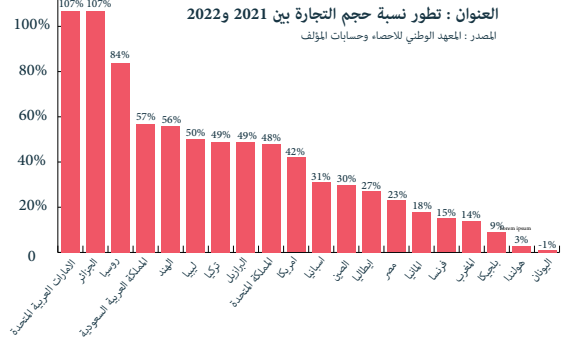
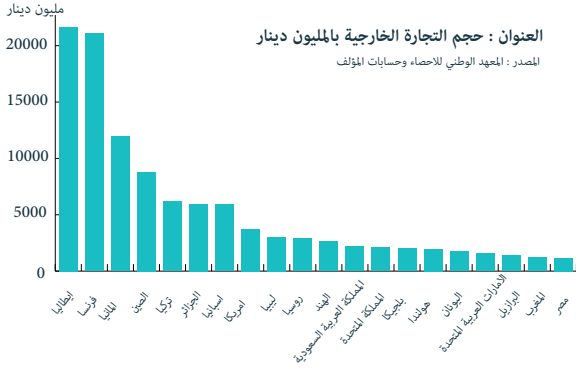


## العنوان : التجارة الخارجية في تونس : سنة 2022، إيطاليا والصين تتقدمان على فرنسا لأول مرة

### النقاط الرئيسية:

- تصبح إيطاليا شريك تجاري رئيسي لتونس على مستوى الصادرات والواردات
- تصبح الصين المورد الثاني لتونس بدلاً من فرنسا
- سنة 2022 هي السنة التي شهدت تنوع الشركاء التجاريين.



تعتبر سنة 2022 من بين السنوات الأكثر نشاطاً وديناميكية في مجال التغييرات التي أحدثت على التجارة الخارجية بتونس. بينما كانت إيطاليا المورد الأول لتونس بدلاً من فرنسا في عام 2017 (انظر DA17)، وبعد خمس سنوات وبالأحرى سنة 2022، تتجاوز إيطاليا فرنسا، وتصبح الشريك التجاري الأساسي لتونس على مستوى حجم الصادرات والواردات. وكذلك، ومثلما كانت إيطاليا سنة 2017، تتجاوز الصين هذه المرة سنة 2022 وتصبح المورد الثاني لتونس بعد إيطاليا. مع ذلك، يحافظ السوق الفرنسي على المرتبة الأولى من حيث الصادرات التونسية.

تخفي هذه التغييرات في المراكز الأولية للشركاء التجاريين لتونس تغييرات أعمق. حقيقة، كان مستوى حجم التبادلات مع الشركاء التجاريين المتقدمين في الترتيب مع تونس (إيطاليا، فرنسا، ألمانيا، الصين) قد زاد سنة 2022 لكن لم يتجاوز 30%. إذا قارنا سنة 2022 بسنة 2021 نلاحظ أن مستوى حجم التبادلات قد ارتفع أكثر من مرتين مع الجزائر (107%) ودول الإمارات العربية المتحدة (107%)، وزاد مستوى التبادلات حوالي 50% أو أكثر مع المملكة المتحدة (48%)، البرازيل (49%)، تركيا (49%)، ليبيا (50%)، الهند (56%)، السعودية (57%)، وروسيا (84%). نرى هنا تطوراً في تنوع الشركاء التجاريين إضافة إلى عودة الشركاء التاريخيين مثل ليبيا والمملكة المتحدة. نلاحظ ارتفاعاً ديناميكية الصادرات حيث ارتفع مستوى الصادرات نحو البرازيل إلى 141%، وبـ 97% نحو الهند وبـ 87% نحو المملكة المتحدة.

مع معدل غطاء الواردات بالصادرات قدر بـ 437% سنة 2022، تعتبر ليبيا الشريك الأكثر فائدة لتونس، يليه المغرب (222%) والمملكة المتحدة (209%). هولندا، ألمانيا، وفرنسا هي الدول الأخرى التي لها نسبة تفوق 100%. من الجانب الآخر، تصدّر تونس تقريباً لا شيء إلى الصين وروسيا، فبذلك تجد نفسها تحظى بنسب منخفضة جداً من مستوى غطاء الواردات بالصادرات بين هذين البلدين بنسبة 2%. بينما ارتفعت نسب الصادرات إلى الجزائر بـ 54% وإلى تركيا بـ 50%، وانخفضت بـ 36% بالنسبة للصين وبـ 10% في روسيا. فتطوير الصادرات إلى هذه الأسواق يصبح أمراً مطلوباً جداً وضرورياً.