

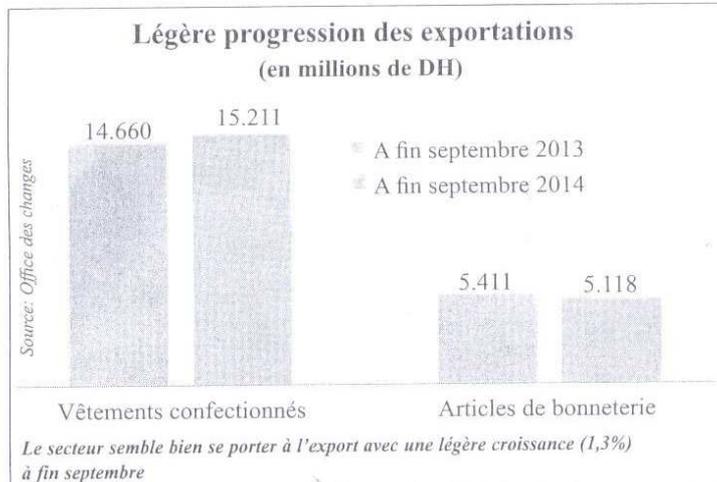
## Textile-habillement

# La filière prépare son écosystème

- 6 autres activités identifiées
- Plus d'une centaine d'entreprises au salon du textile
- Développement de modèles marocains de distribution

LE plus important événement du textile marocain a pris fin hier après deux jours d'exposition. Les deux salons Maroc in mode et Maroc Sourcing ont regroupé plus d'une centaine d'opérateurs du textile. Lancement des nouveautés, réunion d'affaires, prospections ont été au rendez-vous. Cette année, l'événement s'est caractérisé par la création d'un pavillon dédié au denim. «Nous voulons mettre en valeur cette activité que nous pensons prête pour la constitution d'un écosystème performant», explique Mohamed Tazi, DG de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (Amith), organisatrice du salon.

Le denim qui a longtemps été le produit phare de l'industrie textile marocain a connu quelques passages à vide à cause



tion au sein même de leur production. Avant d'avoir un écosystème denim performant, la création d'un opérateur à grande capacité de production dans l'amont est indispensable. Le denim n'est pas l'unique fer de lance du secteur. Six autres écosystèmes ont été identifiés par le ministère de l'Industrie et l'Amith: fast-fashion, maille, textile à usage technique, textile de maison, distribution marques nationales et donneurs d'ordre.

Le premier a déjà vu le jour avec l'implantation de l'usine de Textil Di-

jet permettra la création de près de 200 emplois. L'usine améliorera l'approvisionnement local en tissu.

Globalement, le secteur semble bien se porter à l'export avec une légère croissance (1,3%) à fin septembre. Les

articles de bonneterie qui représentent plus de 34% des exportations du secteur accusent un recul de 5,4%. Les échanges avec les exposants font ressortir moins d'optimisme. «L'activité est en net recul depuis juin à cause du Ramadan et de la succession d'autres événements», confie une responsable au sein de YKK, spécialiste nippon de la fermeture éclair avec une usine dédiée à Casablanca. «Il est difficile d'avoir une visibilité dans le secteur et c'est le cas depuis près de 7 ans», regrette un professionnel du tissu.

A l'opposée, les marques marocaines comme Marwa ou Diamantine affichent une bonne santé avec un développement de leur réseau de distribution même à l'international. C'est justement cette valeur ajoutée qui motive la création de marques propres qui fait la différence avec des entreprises concurrentes. □

IL. B.

## 100.000 emplois

LA mise en œuvre de la stratégie de développement du secteur a donné lieu à plusieurs réunions de travail entre la tutelle et les professionnels du textile-habillement. Plusieurs objectifs ont été fixés. A l'horizon 2020, il est prévu de créer 100.000 emplois directs et stables, d'augmenter le chiffre d'affaires à l'export du secteur de 5 milliards de DH. La stratégie table sur la réalisation de 30 projets d'investissement dans toutes les filières de l'amont textile, l'émergence de 25 projets d'agrégateurs (sous-traitants et produit fini). Justement, les discussions avancent bien avec l'agrégateur hongkongais Li-fung. L'entreprise veut créer 20.000 emplois au Maroc. Le secteur aspire à la création et/ou le développement de 10 marques nationales et l'attraction de 5 grands donneurs d'ordre internationaux pour l'ouverture de leurs bureaux de représentation au Maroc. □

de la concurrence et la rareté des intrants au niveau local. Plusieurs entreprises exposantes au salon semblent avoir trouvé la parade avec la production de sportswear pour contrebalancer la cyclicité du marché du denim. D'autres comme Setavex mettent l'accent sur l'intégra-

digital Print, une entreprise maroco-espagnole opérant dans l'amont textile (Voir L'Economiste du 10 octobre). Une convention signée avec la tutelle prévoit un investissement de 90 millions de DH pour le montage d'une unité de finissage et d'impression digitale sur tissu. Le pro-