

Économie

Industrie de la chaussure

La semelle, clé de voûte de la compétitivité

● L'industrie de la chaussure connaît une véritable dégringolade sur ses marchés historiques. Face à la montée en puissance des concurrents asiatiques, le Maroc devrait améliorer sa compétitivité et réduire sa dépendance, notamment sur la filière du liège utilisé pour la fabrication des talons et des semelles extérieures de chaussures.

Dur, dur de tenir tête aux producteurs asiatiques sur le marché de la chaussure. Durant ces deux dernières années, le Maroc a perdu en compétitivité sur les marchés européens face à ses concurrents turcs, chinois et vietnamiens. La faiblesse de la valeur ajoutée de la production domestique et la cherté du coût de revient de la chaussure marocaine en sont les principales causes. Dans son dernier focus sectoriel, le Conseil national du commerce extérieur (CNCE) livre un constat inquiétant de la situation du secteur. La dégringolade s'explique par le basculement du mode d'approvisionnement de ces marchandises par le marché européen. En effet, la baisse continue des prix a forcé les donneurs d'ordres européens à se décharger de la production, en passant leurs commandes de produits finis à l'étranger. Sur ce plan, les pays asiatiques ont définitivement gagné la manche. 60% des importations de chaussures de l'UE proviennent de la Chine et du Viêt Nam.

L'ALE ne sert à rien

Avec cette décision, l'état se resserre autour des producteurs marocains. Pas la peine de se rabattre sur les règles préférentielles de l'ALE avec l'Union européenne, qui n'ont aucun effet sur les exportations marocaines puisque les droits de douanes NPF (Nation la plus favorisée) appliqués par l'Union à la chaussure sont quasiment nuls. Par ailleurs, l'industrie marocaine est restée cantonnée au stade de la sous-traitance en se basant sur une main-d'œuvre bon marché, au lieu de passer à la fabrication du produit fini, ce qui

PRINCIPAUX CLIENTS ET FOURNISSEURS DE LA CHAUSSURE MAROCAINE EN 2015		
PAYS	EXPORTATIONS (EN MDH)	PART (EN %)
France	864,4	29,3
Espagne	829,3	28,1
Allemagne	586,3	19,9
Italie	168,7	5,7
Mali	101,9	3,5

PAYS	IMPORTATIONS (EN MDH)	PART (EN %)
Chine	685,2	43,0
Espagne	210,7	13,2
Slovaquie	169,7	10,6
Italie	152,5	9,6
Viêt Nam	109,8	6,9

SOURCE : OFFICE DES CHANGES

explique sa forte dépendance à l'égard des importations des intrants et divers accessoires. Cette dépendance vient donc sceller le sort des industriels contraints d'importer la quasi-totalité des intrants y compris le talon, la semelle et la tige. Pourtant, c'est bien sur la semelle qu'il faudra agir en priorité à en croire le CNCE. La baisse de compétitivité à ce niveau est inquiétante : En 2015, le Maroc a exporté l'équivalent de 6MDH de semelles et talons en caoutchouc contre 18MDH en 2011, soit une régres-

sion annuelle moyenne de 22,7%. En ce qui concerne les semelles et talons en plastique, le pays en a expédié 11MDH en 2015 contre 15MDH en 2011, ce qui représente également une régression moyenne de 5,9%.

La guerre des intrants

Cette baisse des ventes marocaines à l'étranger est due principalement au déplacement de la demande européenne vers les fournisseurs chinois et vietnamiens. Parallèlement, le Maroc a continué à importer massive-

ment ces intrants, qui nous coûtent énormément en termes de compétitivité. Et pour cause, des droits de douane allant jusqu'à 2,5% leur sont appliqués. «Une situation qui grève quelque peu la compétitivité du produit fini, sachant que ces intrants représentent à eux seuls plus de 60% du prix de revient de la chaussure», s'alarme le CNCE, qui appelle à une plus grande intégration de la filière. L'écosystème lancé dans le secteur du cuir et qui concerne, entre autres, la chaussure, est de bon augure. «Il serait opportun d'élargir cet écosystème ou d'en créer un autre autour du liège, qui est utilisé pour la fabrication des talons et des semelles extérieures des chaussures», recommande le CNCE. Cette approche ne sera toutefois pas payante aux yeux de Conseil que si elle est accompagnée d'une stratégie commerciale et marketing agressive permettant aux industriels de développer leurs propres marques et modèles. D'ailleurs, le Maroc est fortement tenu de reconquérir ses parts de marché sur le segment du luxe en Europe tout en tentant de se diversifier vers le marché africain avec des produits d'entrée de gamme en vue de faire face à la concurrence chinoise, qui s'accapare 74% des parts de marchés. Par ailleurs, le Maroc doit développer une offre haut de gamme en misant sur la qualité et nouer des partenariats avec les plus grandes marques. Le royaume gagnerait aussi à travailler la certification de la chaussure marocaine selon les normes internationales, surtout de la babouche dont le marquage d'origine pourrait faciliter leurs exportations vers les marchés européens et américains.

PAR **AYOUB NAÏM**
a.naim@leseco.ma

86% de l'export concentré sur 5 pays

Les échanges commerciaux de la chaussure au Maroc ont atteint une valeur de 4,5MMDH en 2015 soit une faible progression de 0,7% par rapport à l'année précédente. Quant au solde commercial, il est excédentaire, affichant une valeur d'1,3MMDH. Les exportations marocaines de la chaussure ont connu une légère hausse d'1,1% en 2015 pour atteindre une valeur de 2,9MMDH. Ces expéditions sont caractérisées par une forte concentration à hauteur de 86,6% au niveau de cinq pays : France, Espagne, Allemagne, Italie et Mali. Sur une production nationale de 80 millions de paires, le Maroc en exporte environ 22 millions dont 19,8 millions sont destinées aux marchés français, espagnol, italien et allemand. Quant aux importations marocaines, elles ont connu une stagnation par rapport à 2014 avec une valeur d'1,5MMDH en 2015. La Chine demeure le principal fournisseur du Maroc qui approvisionne environ 43% des besoins marocains en ces produits.

Le Maroc est fortement tenu de reconquérir ses parts de marché sur le segment du luxe en Europe tout en tentant de se diversifier vers le marché africain avec des produits d'entrée de gamme.