

La force retrouvée de l'industrie textile

- **Financement, accompagnement, protection...**
- **400 millions de DH pour assister les projets dans l'amont**
- **Règles d'origine, concurrence déloyale... les ombres au tableau**

Carton jaune pour la valeur ajoutée				
Rang	Produits	2016	2017	2017/2016
		Euros	Euros	%
7	Pantalons	490.827.000	528.899.000	7,76
5	Chemises	315.956.000	315.672.000	-0,09
5	Robes	290.685.978	303.367.559	4,36
2	Manteaux, vestes F	218.006.533	260.142.000	19,57
6	T-shirts	240.808.000	246.142.000	2,22
7	Jeans	149.131.000	154.958.000	3,91
9	Pulls	124.372.000	130.502.000	4,93
6	Parkas, anoraks	137.381.535	129.968.654	-5,40
4	Vêtements professionnels	96.251.987	104.109.790	8,16
4	Jupes	78.364.624	76.188.171	-2,78
9	Chemises	61.895.000	61.172.000	-1,17
7	Soutiens-gorge	61.221.111	58.686.415	-4,14
9	Slips, culottes	34.314.000	42.493.000	23,83
6	Vestes H	38.852.019	42.383.100	9,09
9	Maillots de bain	13.525.282	14.804.163	9,45
6	Manteaux H	14.529.833	14.760.536	1,59
6	Costumes H	12.163.122	13.218.728	8,69
18	Survêtements	742.404	341.067	-54,06

Source: *Evaluance*

Que de produits dans lesquels l'industrie textile pourrait s'illustrer. Toutefois, pour l'heure, les lieux à cartonner vraiment sont les manteaux et vestes Femmes. Le reste doit s'adapter ou mourir. Répondre à l'imperatif de mode avec une plus forte valeur ajoutée ou rester à la merci totale des concurrents

«L'E textile-habillement peut encore se conjuguer au futur». Pouvoirs publics, experts internationaux et industriels, tous réunis pour la grand-messe textile (Maroc In Mode et Maroc Sourcing, les 11 et 12 octobre derniers à Marrakech), sont unanimes sur cet avenir qui s'annonce prometteur. Les derniers scores enregistrés sont éloquentes à plus d'un titre. Depuis la mise en place des écosystèmes, le secteur récolte le fruit des efforts consentis. 37 milliards de DH à l'export en 2017, qui force le «respect» du ministère de l'Industrie: la tutelle dit être prête à apporter tout le soutien nécessaire pour son développement. «Le secteur a même été érigé en direction au sein du ministère, c'est dire l'importance qu'on lui accorde», relève Taha Ghazi, directeur des Industries du textile et du cuir au ministère de l'Industrie.

Et même si le premier semestre 2018 a enregistré, selon les données d'Eurostat, une légère inflexion, cela n'entame en rien la reprise amorcée depuis 6 ans. «C'est même l'un des rares pays qui dispose d'une vision portée par des industriels». Jean-François Limantour, fin connaisseur de l'industrie mondiale du textile et conseiller stratégique de l'Amith, essaie de faire parler les chiffres, vus du côté de l'Europe. L'Amith, de son côté, recadre. «Il s'agit là des données d'Eurostat qui ne

prennent aucunement en considération la conjoncture actuelle. Les chiffres officiels marocains (source Office des changes) donne un autre son de cloche», marèle Mohamed Tazi, DG de l'Amith. Ce qu'il faut lire dans le ralentissement du rythme de croissance de l'export tel que souligné par l'expert, n'est pas une perte de compétitivité, mais un aléa d'ordre purement conjoncturel. «Depuis janvier 2018, la devise marocaine a connu une réévaluation de 3% par rapport à l'euro au moment où les lieux turcs a fortement revalorisé leurs exportations. Prenant tout cela en considération, même si l'on parle de baisse, il faut nuancer», fait observer Tazi.

La dépréciation de la livre turque (-40% en un an) a causé de nombreux dommages collatéraux. En vendant moins cher à l'étranger, les industriels turcs exercent de facto une concurrence déloyale, soulignent unanimement les industriels. Alors que les exportations marocaines stagnaient début 2018, celles de la Turquie s'accroissent de 14,5%!

Grâce à un travail fourni, documenté et bien argumenté par les industriels du textile, les autorités marocaines ont pris des mesures pour atténuer la concurrence déloyale sur le marché local. «Depuis un mois nous avons relevé les droits à l'importation des produits turcs à 90% du droit commun», souligne Taha Ghazi, ce qui

permet à l'industrie de retrouver un cadre concurrentiel plus sain.

Le Maroc a gagné une bataille mais pas la guerre. Face à la Turquie, qui dispose d'une industrie amont solide et performante qui a su monter sur la chaîne de valeur, le Maroc a encore des marges d'amélioration. L'Amith est convaincue «qu'un amont textile est toujours possible au Maroc». Aujourd'hui sous utilisé (55 à 60%), il ne peut donc être compétitif alors que sous d'autres latitudes, le taux d'utilisation des capacités est de plus de 95%. Dans tous les pays ayant réussi la mise en place d'un amont, le rôle de l'Etat a été déterminant à travers le soutien de sa montée en charge et que l'aval ait pris le relais», explique Tazi, qui ajoute que la dynamique créée au sein des écosystèmes et des clusters textiles entre acteurs ont permis d'aboutir à des solutions concrètes. Aujourd'hui, il est question d'amont facile (accessible technologiquement) pour satisfaire les besoins primaires des exportateurs d'habillement (impression digitale, teinture, sérigraphie, ..). Le ministère de l'Industrie vient de réallouer de 400 millions de DH un fonds dans le cadre du PAI et dont profiteront désormais aussi les projets en amont (filature, tissage et délavage). La tutelle est prête à accompagner tous les porteurs de projet investisseurs et leur faciliter les procédures administratives. «Nous avons réalisé 37 milliards de DH à l'export et nous comptons garder le cap. Nous avons encore des emplois à créer», conclut le directeur des industries du textile et du cuir. □

Radia LAHLOU



L'ombre de la Turquie partout

ENCORE une autre injustice: la Turquie est liée à l'UE avec un accord douanier qui lui offre la latitude d'utiliser un tissu de n'importe quelle provenance et de le transformer pour le réexporter, au mépris des règles d'origine, si strictement appliquées au Maroc. «C'est scandaleux d'être obligé de s'acquitter de 12% des droits de douane même s'il y a une forte valeur ajoutée marocaine, alors que d'autres compétiteurs redoutables comme le Bangladesh, le Cambodge ou le Vietnam ou d'autres n'y sont pas soumis», s'insurge Jean-Marie Grau, délégué général de la Fédération française des industries de l'habillement et mode. Un travail de lobbying sur tous les fronts (Conseil de l'UE, Parlement européen...) est indispensable pour changer le cours des choses. La Fédération française dit avoir joint ses efforts aux industries textiles de Tunisie et du Maroc pour mener ensemble la bataille de l'assouplissement des règles d'origine. «Une coalition est en marche vers le Parlement européen, pour avoir un poids tel qu'il puisse faire infléchir l'instance. Si le Maroc gagne cette manche, sa position deviendra autrement plus forte», souhaite Grau. □

Il faut sortir de sa zone de confort

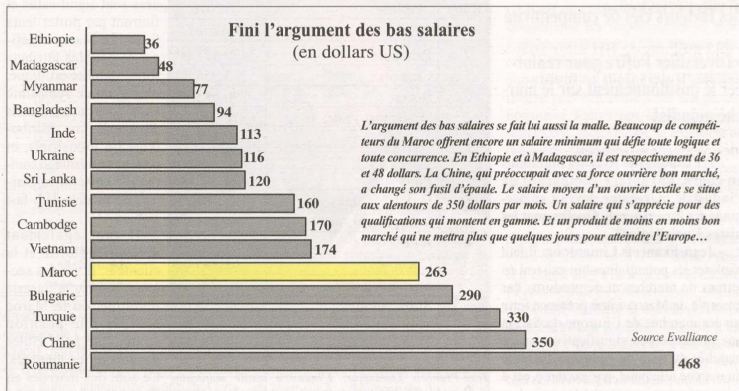
• La géométrie des échanges est en train de se transformer

• Le Maroc pourrait bientôt être battu sur la fast fashion asiatique

• 3 jours d'acheminement en avion du Vietnam, ou en TGV de Chine

DES chiffres au vert pour l'industrie, mais aussi des points de vigilance. Le diagnostic de Jean-François Limantour quant au comportement du textile marocain sur les marchés européens est à prendre avec beaucoup de sérieux. Cet expert décortique depuis des années les secteurs et tendances dans le monde. Et cette fois-ci, son alerte sonne plus vraie que jamais: Attention à certaines situations acquises, elles ne le sont jamais!

C'est vrai qu'à la vision de certaines performances, il y a de quoi se gausser, mais il ne faut pas baisser la



En matière d'importations européennes du Maroc, le pays est hyper dominant sur les marchés espagnol (60%) et français (21%), mais avec une part modeste sur les marchés allemand et britannique. «A titre d'exemple, le marché allemand est 4 fois plus grand que celui de la France.

commerciale sur les marchés, diversité de l'offre en y incrémentant plus d'innovation pour se positionner davantage dans les créneaux des grandes marques. Ce sont des clefs pour améliorer la performance de l'industrie textile marocaine. L'exemple cité par Limantour du jean tunisien vendu à plus de 17 euros

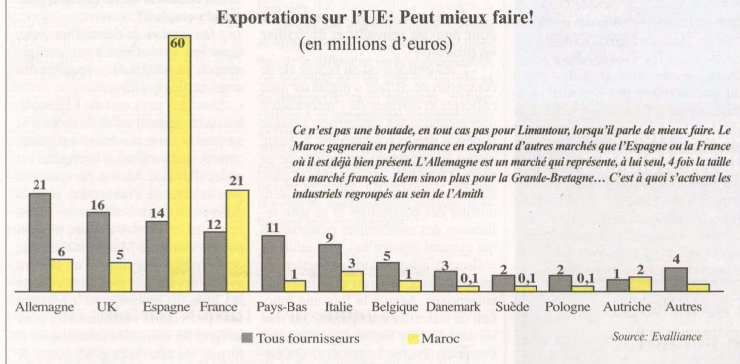
de santé ou encore des produits technologiques. En 1960, le budget moyen dévolu à l'habillement avoisinait les 12%, aujourd'hui, il n'est plus que de 2,4%...

Le textile marocain, qui tire sa force de la fast fashion, doit désormais rivaliser d'imagination pour répondre aux impératifs de mode. «Il ne faut pas dormir sur ses lauriers, la géométrie des échanges est en train de changer», avertit Limantour. Si le Maroc performe en matière de fast fashion grâce à sa proximité avec l'Europe, c'est un avantage compétitif qui risque de s'éroder très rapidement. L'expert qui travaille avec les marchés asiatiques pour insuffler une nouvelle dynamique à leurs importations parle de menaces. L'Asie fait des efforts considérables pour se positionner sur la fast fashion et pourrait arriver sur le marché encore plus rapidement.

A Hô Chi Minh, au Vietnam, des négociations sont en cours pour reconfigurer le fret aérien afin d'acheminer les grandes séries en 3 jours par avion au lieu d'un mois par bateau. «C'est d'ailleurs déjà le cas avec des pièces légères», indique l'expert. Idem du côté de la Chine qui construit des lignes ferroviaires à très grande vitesse (route de la soie), pour assurer des acheminements à une semaine.

La révolution de l'industrie 4.0 est déjà en œuvre. «Des investisseurs chinois viennent de lancer une usine aux Etats-Unis qui fabrique des t-shirts, sans aucun élément humain...», glisse Limantour. A méditer... □

Radia LAHLOU



garde. C'est effectivement une belle place à l'international que l'industrie marocaine a réussi à se tailler. Sur les 12 géants qui fournissent l'Union européenne, le Maroc figure en 8e position (en progression de 10% en 2016 et 4% en 2017 soit la 2e et la 3e meilleure performance sur le marché de l'UE) derrière la Chine, le Bangladesh, la Turquie, l'Inde ou encore le Pakistan. Belle percée également dans le bassin méditerranéen, où le pays occupe la 2e place après la Turquie.

Les opportunités y sont gigantesques», relève Limantour. L'avenir est dans la diversification des marchés et la quête de plus de valeur ajoutée.

L'analyse par produit fait d'ailleurs ressortir les efforts à déployer dans certains créneaux. Si le Maroc est le 2e exportateur de manteaux sur l'UE, il dispose d'un potentiel non négligeable sur d'autres produits comme les pulls (9e), la lingerie (9e) les vestes pour hommes (9e) ou les pantalons (7e). Plus d'agressivité

pour les marques italiennes au moment où le jean marocain l'est à 11,80 euros devrait donner à réfléchir. Néanmoins, nuance-t-il, le prix moyen était de moins de 10 euros en 2015. L'effort est bien là, mais il devrait être accentué.

Et l'heure n'est plus aux atterrissements. En Europe, la tendance à l'habillement est très fortement corrélée à la croissance. La part de l'habillement dans la consommation des ménages est en forte baisse sur les 10 dernières années au profit des loisirs, des dépenses