

La filière fait valoir ses acquis

- **Création, écologie et environnement... le challenge**
- **Le gros de la demande vient de l'Europe du Nord**

DDANS la filière denim et sportswear, l'ère de la sous-traitance est révolue. Les exportateurs, une cinquantaine en tout, ont la main sur leurs collections. «Nous ne sommes pas des opérateurs qui vendent de la minute», soutient Meryem Rachdi, general manager du Moroccan Denim Cluster. La plateforme compte aujourd'hui quatre ans d'activité. Spécialisés dans le denim et le sportswear, le groupement est le seul Cluster dédié à l'habillement parmi les trois plateformes créées dans le secteur du textile au Maroc. La filière exporte environ 30 millions de pièces/an pour une cinquantaine d'exportateurs. Le secteur du textile représente 7% du PIB marocain

et 25% des exportations. Le denim est l'un des sous-secteurs les plus importants générant plus de 500 millions d'euros de chiffre d'affaires par an. Bien positionné pour décrocher les contrats de co-traitance de grands donneurs d'ordre européens, il capitalise sur la

La progression des revenus à l'export dépendra de la transformation des entreprises de production locale. En effet, le gros de la demande vient de l'Europe du Nord. Un marché plus regardant sur l'écologie. Pour les dirigeants du cluster denim, l'offre

filière denim œuvre à renforcer le lien entre création, écologie et environnement. A cet effet, le groupement sensibilise les professionnels du secteur du textile et de l'habillement sur l'écoconception ou éco-design. En marge du salon Maroc in Mode et Maroc-Sourcing tenu en octobre dernier, le cluster a mis en valeur l'écoconception, une notion essentielle dans le développement de son écosystème d'innovation.

D'autant plus que de nouveaux paramètres animent le marché : la vente en ligne, le marketing virtuel et la mode. Au cours de la dernière décennie, l'on a assisté à la hausse du shopping en ligne, qui permet à toutes les entreprises de distribuer leurs produits directement au client. Quant à la mode, elle change aussi vite que le goût des consommateurs. L'un des atouts du made in Maroc est d'être un fournisseur de séries fast fashion connu et convoité par les grands donneurs d'ordre européens. □

M.Ko.

Voilet formation

Casa Moda Academy accompagne par le volet formation des designers. Créée en 2008 dans le cadre du Pacte national pour l'émersion industrielle, l'école supérieure de création et de mode de Casablanca (ESCM)/Casa Moda Academy fait partie d'une vision globale de l'Amih pour accompagner le développement du secteur du textile et de l'habillement. Sa mission est de contribuer à la mise à disposition du Maroc de nouvelles générations créatives à travers des formations aux métiers de la mode, tournées vers l'international. □

proxiimité avec l'Europe, le commerce hors taxe (accords de libre-échange), ses coûts de travail et de production inférieurs à ceux de la Turquie et la Pologne ainsi que l'augmentation des coûts de production en Asie.

L'éco-conception: Des gisements de croissance

- **Une offre porteuse de valeur ajoutée par rapport à la demande**
- **La filière exporte 30 millions de pièces/an**

- **L'Économiste: Quels sont les objectifs du Moroccan Denim Cluster?**

- **Meryem Rachdi:** Notre objectif porte sur la création de valeur ajoutée basée sur l'innovation. Notre mission consiste à créer un écosystème d'innovation dans le secteur textile qui soit porteur de croissance.

- **Avez-vous identifié des pistes pour faire redécouvrir la filière?**

- Lors de la mise en place de notre stratégie de développement, nous avons identifié l'éco-conception. C'est l'un des axes sur lesquels nous pouvons développer une offre particulière et très forte par rapport à nos concurrents. L'offre éco-concepte sera un plus par rapport à l'offre actuelle. Ce type de produit est porteur de valeur ajoutée par rapport à la demande des donneurs d'ordre. Cela passe par la production de collections et la proposition de produits ayant une valeur écologique importante. Ce développement est nécessaire pour nos entreprises sur

- **Quid des grandes lignes du cahier des charges d'une offre éco-concepte?**

- L'éco-conception intègre toutes les méthodes qui contribuent à la fabrication du produit de la manière la plus écologique possible et dans les règles du développement durable. Le cahier des charges d'une offre éco-concepte intègre plusieurs paramètres à la fois, notamment l'étude de la matière première utilisée, les composants et intrants, leur provenance. Il faut fournir des efforts afin de soucier la matière plus écologique possible, réduire au maximum l'empreinte carbone du produit. Cela passe par le diagnostic de tous les postes de pro-



Meryem Rachdi, General Manager du Moroccan Denim Cluster: «Les acteurs de la filière sont aujourd'hui à même de développer une autre catégorie de produits avec une valeur écologique notable»
(Ph. L'Économiste)

un marché très volatile et constamment demandeur d'innovations. Mais c'est également une invitation à innover dans nos process. Par rapport à l'habillement, nous réalisons des performances très honorables. Nous maîtrisons notre supply chain, nous sommes un fournisseur de séries fast fashion connu et convoité par les grands donneurs d'ordre européens, surtout français et espagnols.

duction afin d'identifier là où on pourrait gagner en émission carbone et la mise à niveau écologique en général.

- **Où en est la filière marocaine du denim? Que pèse-t-elle en termes de valeur ajoutée?**

- Bien évidemment, il y a de la sous-traitance dans le secteur de l'habillement. Mais particulièrement dans le denim et le sportswear, tous nos exportateurs ont la main sur leurs collections. Ils peuvent proposer une collection clés en main éco-concepte. Ce ne sont pas des opérateurs qui vendent de la minute. La filière marocaine exporte environ 30 millions de pièces/an pour une cinquantaine d'exportateurs. □

Propos recueillis par M.Ko