

Les dessous de la perte de vitesse à l'export

- ◆ La réforme du marché français a impacté les exportations du secteur en 2019.
- ◆ D'après les professionnels, la compétitivité de l'industrie n'est pas entamée.

Par M. Diao
m.diao@fnh.ma

Les derniers chiffres de l'Office des changes corroborent une tendance de fond. Celle du recul des exportations des produits du secteur du textile et cuir au cours de l'année 2019 (-793 MDH à fin novembre 2019).

Les chiffres officiels de l'entité publique indiquaient également, à fin septembre 2019, une baisse des exportations des vêtements confectionnés (-0,3%), des articles de bonneterie (-2,1%) et des chaussures (-7,4%).

A la question de savoir si ce repli des exportations du secteur textile est la conséquence d'une perte de compétitivité, Fatim Zahra Alaoui, Directrice générale de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (Amith), répond par la négative.

«Une des explications a trait aux perturbations qui ont eu

lieu sur le marché français (grèves, gilets jaunes, etc.). Les ventes des produits textiles se sont tassées en France, un client de référence pour notre pays», analyse la professionnelle.

Du côté de l'Amith, l'on affirme que des marques françaises comme Camaïeu et Promod ont diminué leurs commandes auprès de leurs fournisseurs marocains à cause de la chute de leurs ventes en magasins, corrélée à la conjoncture trouble que connaît l'Hexagone.

Une compétitivité intacte à l'export

«Le textile marocain reste compétitif. Nos atouts sont reconnus par les grands donneurs d'ordre. Les opérateurs ont certes la maîtrise de certains paramètres sur le marché international, mais malheureusement ceux-ci n'ont pas la main sur tous», explique Fatim Zahra Alaoui.

Rappelons tout de même que d'après les chiffres de l'Amith, entre 2012 et 2018, les expor-



tations du Maroc vers l'Union européenne ont progressé au taux annuel moyen de 5,1%.

Aujourd'hui, la branche du textile et l'habillement portées par les ventes à l'étranger s'est arrogée la stature du premier employeur du pays, avec plus de 190.000 salariés.

Les deux principaux débouchés du secteur demeurent la France et l'Espagne. D'où la

nécessité pour les professionnels de s'atteler à la diversification des marchés à l'export, même si le Maroc figure dans le top 10 des fournisseurs du marché européen en matière de produits textiles.

Pour rappel, en 2018 le secteur a pesé près d'un quart des exportations du pays. Ce qui représente autour de 38 Mds de DH.

L'Amith a mis en place une stratégie afin d'accompagner les industriels à diversifier leurs débouchés à l'export.

Les exportations des produits du secteur du textile et cuir ont reculé de 793 MDH à fin novembre 2019.

Diversification

«Il ne suffit pas de décréter de s'attaquer au marché allemand pour s'y imposer. La diversification des marchés est un travail de longue haleine. Depuis quelques années, l'Amith a mis en place une stratégie afin d'accompagner les industriels dans ce sens. Cette initiative a commencé à porter ses fruits», confie notre interlocutrice, qui révèle que les exportations des produits textiles nationaux sur le marché allemand, réputé pour être difficile d'accès, ont observé un trend haussier à la fin de l'année 2019. ◆

Un mécanisme de défense commerciale plébiscité

L'instauration des droits d'importation additionnels définitifs de 27%, depuis le 1^{er} janvier 2020, à laquelle s'ajoute la hausse des droits d'importation à 30% sur les tous produits, prévue par la Loi de Finances 2020, sont saluées par les professionnels. «Tout le monde sait que l'Etat turc subventionne très fortement son industrie et les produits à l'export. A titre illustratif, le programme Turquality (initiative publique) prend en charge une grande partie des charges d'exploitation liées au développement des marques turques à l'international», explique-t-on du côté de l'association professionnelle.

«50% du loyer de certaines grandes enseignes turques au Maroc sont prises en charge par l'Etat. La même logique de soutien est également observée pour les panneaux publicitaires», souligne notre Fatim Zahra Alaoui, qui précise, au regard de ce qui précède, que les règles de concurrence sont faussées. En clair, les opérateurs marocains du textile qui opèrent sur le marché domestique et leurs homologues turcs ne combattent pas à armes égales.