



Textile-Business News

La lettre mensuelle de Texaas consulting éditée par le CEDITH

Novembre 2005

Le textile-habillement méditerranéen résiste bien mais....

Souvenons-nous, l'impact du démantèlement de l'AMF devait être terrible ; on nous parlait de cataclysmes, de déferlante asiatique, de tsunami ou de rouleau compresseur chinois qui devaient tout ravager sur leur passage.

Certes, les annonces de dépôts de bilan, de règlements judiciaires, de fermetures d'entreprises et de plans de licenciements collectifs se succèdent dans l'industrie européenne du textile-habillement ; mais guère plus depuis le début de l'année que sous le régime des quotas, lors des années précédentes, émaillées d'importants reculs de la production et des emplois.

De leur côté, après un affaissement de leurs exportations pendant les premiers mois de 2005, la plupart des entreprises méditerranéennes ont des carnets de commandes bien remplis et tournent à nouveau à plein régime depuis plusieurs semaines.

Alors, les « météorologues textiles » se sont-ils lourdement trompés ? La réponse doit être nuancée : oui incontestablement pour ce qui concerne l'impact sur les volumes puisqu'en effet, au cours de 7 premiers mois de 2005, les importations européennes, toutes origines confondues, n'ont augmenté que de 1,7 % bien que la Chine ait progressé de 94,8 %. On est donc loin du raz-de-marée annoncé, au grand soulagement des industriels méditerranéens.

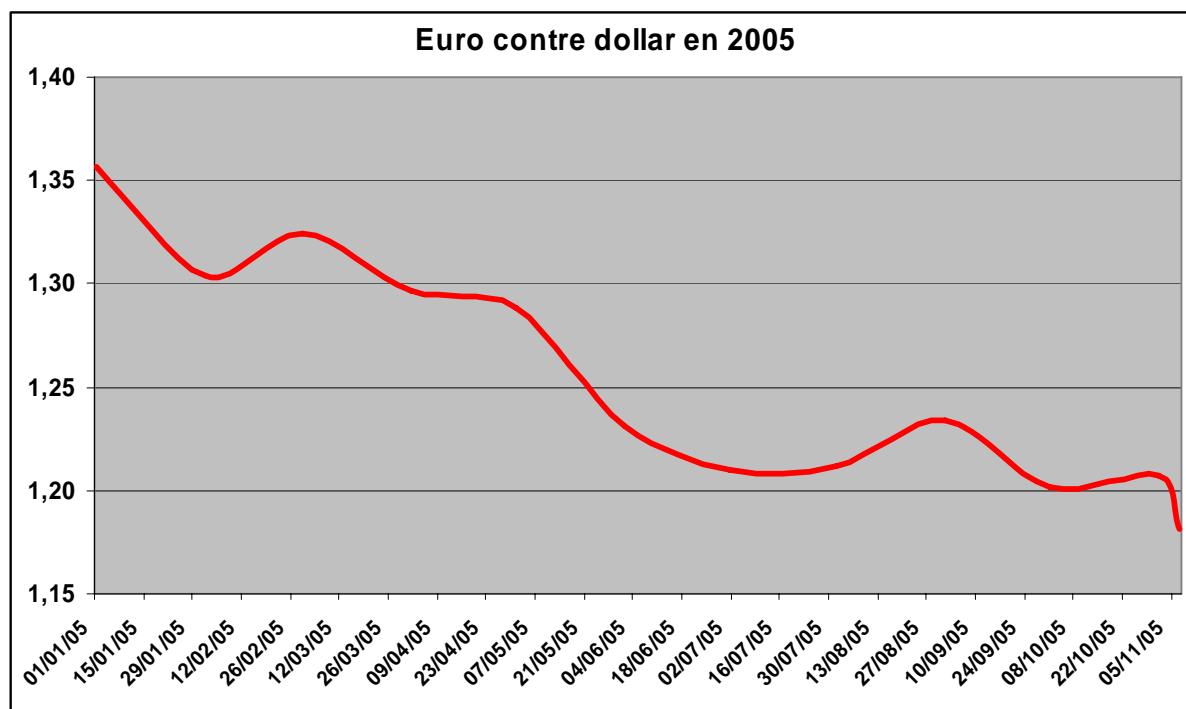
C'est du reste tout à fait logique, pour au moins trois bonnes raisons :

- ❶ Les importateurs européens n'achètent pas plus que ce que le marché peut absorber ; or, comme on le sait, ce marché est très peu dynamique, croissant au rythme annuel moyen de 2 % seulement.
- ❷ La Chine a bénéficié d'un jeu de vases communicants au détriment de la plupart des autres fournisseurs asiatiques si bien que, globalement, l'Asie ne progresse que faiblement.
- ❸ Le marché du circuit court qui représente, sous toutes ses formes, près de la moitié de la consommation européenne est « réservé » aux fournisseurs de proximité, c'est-à-dire euro-méditerranéens et « interdit » aux producteurs asiatiques, sans doute pour au moins encore quelques années, pour des raisons de logistique et working process.

Par contre, la prévision des experts concernant l'impact du démantèlement de l'AMF sur les prix

est en train d'être vérifié. Ainsi, les prix moyens des importations à fin juillet 2005 baissent de 14 % pour les T-shirts, de 10,5 % pour les pulls, de 13,5 % pour les pantalons, de 7 % pour les tissus de denim, de 9 % pour les fils de coton,....sous la pression chinoise, ce qui entraîne une dangereuse et préoccupante pression sur les prix de façon et les marges des producteurs euro-méditerranéens.

Notons cependant que la chute de l'euro face au dollar, si elle se poursuit, apportera une relative correction aux prix des importations d'Asie.

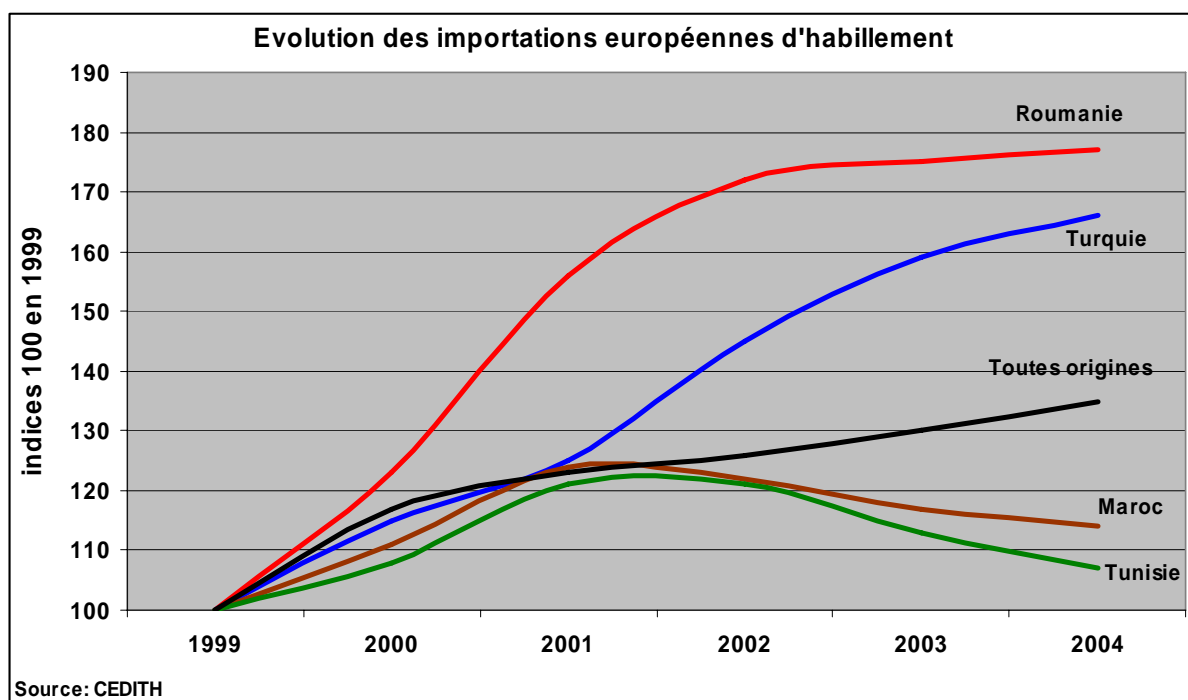


Texaas consulting

Face au dollar, l'euro a perdu 13 % de sa valeur depuis le 1^{er} janvier.

Pour les méditerranéens, tout n'est donc pas rose même s'ils poussent un ouf de soulagement en voyant revenir vers eux les grandes chaînes européennes ; car la rentabilité de leurs entreprises est mise à mal. Quoi qu'il en soit, ils auraient grand tort de relâcher leurs efforts d'adaptation car le marché va devenir de plus en plus concurrentiel et parce que, pour l'essentiel, ils vont devoir relever le défi euro-européen, ce qui est loin d'être gagné.

L'observation du passé récent montre que le principal danger pour les producteurs maghrébins vient beaucoup plus de compétiteurs comme la Turquie, la Bulgarie, l'Ukraine ou la Roumanie que de Chine ou d'Inde ; parce que ces pays jouent eux aussi la carte du circuit court, de la réactivité, du réassort et de l'actualisation et qu'ils bénéficient d'importants atouts : une industrie textile puissante et performante pour la Turquie ; des coûts de production très compétitifs, inférieurs de 25 % ceux du Maghreb pour la Roumanie, de 50 % pour l'Ukraine.



Facteur aggravant, la Roumanie et la Bulgarie seront probablement membres de l'Union européenne en janvier 2007, ce qui signifie qu'à cette date ils vont pouvoir utiliser sans réserves des tissus asiatiques pour fabriquer des vêtements et les mettre en libre pratique à droits nuls sur les marchés européens; à l'inverse, la Maroc et la Tunisie ne pourront utiliser, dans la meilleure des hypothèses, que des tissus euromed, par exemple turcs ou égyptiens, pour conserver le bénéfice du cumul préférentiel d'origine¹.

Pour prendre une pleine mesure de ce nouveau danger pour les pays maghrébins, prenons l'exemple suivant d'une chemise haut de gamme, vendue 100 € TTC pour un prix de vente en gros HT de 45 €. Sa fabrication nécessite 1,70 m de tissu double retors disponible à 8 € le mètre en Italie, à 7 € en Turquie et à 5,5 € en Inde (y compris les droits de douane) Le prix de vente/minute dans le Maghreb est de 11 centimes d'euros et de 8 centimes en Roumanie. Sachant qu'il faut 40 minutes de façon, la structure des coûts de cette chemise sera la suivante à compter de 2007 :

Source : CEDITH	Tissu turc Confection en Tunisie/Maroc	Tissu indien Confection en Roumanie
Tissu double retors : 1,70 m	11,90	9,35
Accessoires (doublure, boutons, fil, emballage)	2,40	2,40
Façon : 40 minutes	4,40	3,20
Transport	0,40	0,30
Total	19,10 €	15,25 €
Marge brute de gros	25,90 €	29,75 €
Prix de vente de gros HT	45,00 €	45,00 €
Coefficient de vente en gros HT	2,35	2,95

¹ Le principe du cumul pan-euroméditerranéen, adopté par la décision du Conseil européen du 11 octobre 2005 ne sera applicable, lorsqu'il aura fait l'objet d'un règlement par la Commission, que pour des tissus originaires des seuls pays euro-méditerranéens ayant conclu un accord bilatéral préférentiel avec le pays du confectionneur.

Le prix d'achat hors taxes de l'importateur sera de 19,10 euros s'il fait produire cette chemise dans le Maghreb et de 15,25 euros en Roumanie, soit un écart de 3,85 euros provenant à hauteur de 2,55 € de l'origine du tissu.

Finalement, quelles conclusions peut-on tirer, 300 jours après le démantèlement de l'AMF ?

1. L'apocalypse annoncée par certains ne s'est pas vérifiée. Néanmoins, toute cette agitation politico-médiatique autour de l'épouvantail chinois aura eu un double effet bénéfique: l'encadrement prolongé des importations chinoises et le déclenchement d'une réaction salutaire des producteurs méditerranéens pour accélérer leurs efforts de compétitivité ;

2. Sous la pression de la Chine et de l'Inde, les prix des produits importés et, corrélativement les prix de façon, vont continuer à baisser sans doute d'au moins 15 % au cours des deux ans à venir, en raison d'un déséquilibre croissant entre l'offre et la demande. Ce phénomène qui risque de laminer les marges des façonniers méditerranéens doit les inciter à s'affranchir au plus vite d'un rôle sans avenir de purs sous-traitants et à mener des stratégies de valorisation de leurs offres de produits et de services.

3. Pour les fournisseurs maghrébins, la question cardinale est celle de leur compétitivité vis-à-vis de la Turquie et de la bande des trois producteurs est-européens : Roumanie, Bulgarie et Ukraine. A cet égard, il est nécessaire de modifier la règle du cumul préférentiel pour passer au régime de la simple transformation permettant aux industriels marocains et tunisiens, comme ce sera bientôt le cas pour les Roumains et les Bulgares, de s'approvisionner en matières sur le marché mondial sans perdre le bénéfice du régime préférentiel européen. Faute de quoi, ils pâtiront sévèrement de la concurrence est-européenne, ce qui entrainera inmanquablement un impact négatif sur leurs partenaires traditionnels, notamment français, qui doivent demeurer leurs fournisseurs de tissus créatifs.

4. Depuis plusieurs années, on entend beaucoup de discours sans grandes suites sur le partenariat euro-méditerranéen. Après quarante années d'un protectionnisme stérile, il est plus que temps de se mobiliser pour une politique volontariste, avec un soutien fort de l'Union européenne, autour de projets porteurs d'avenir qui constitueront la seule réponse pertinente qui vaille au défi de la mondialisation des marchés : celle de la compétitivité fondée sur les principes d'excellence et de différenciation.

Jean-François Limantour
Président du Cercle Euro-Méditerranéen des Dirigeants Textile-Habillement