

**Etude des systèmes productifs des pays du Bassin
méditerranéen
dans le domaine du textile-habillement
et leurs liens avec le secteur français**

Etude réalisée par : Gildas MINVIELLE
Responsable de l'Observatoire Economique
de l'IFM

SOMMAIRE

SYNTHESE.....	4
INTRODUCTION	6
I - PANORAMA DE LA ZONE EUROMÉDITERRANÉENNE.....	10
A) FLUX COMMERCIAUX UNION EUROPEENNE-PAYS DU BASSIN MEDITERRANEEN	11
B) LA NOUVELLE GEOGRAPHIE DES ECHANGES MONDIAUX.....	24
II - SYNTHESES PAYS	32
A. TUNISIE	32
B. MAROC.....	34
C. TURQUIE	36
D. EGYPTÉ.....	38
E. ALGERIE	40
F. FICHES PRODUITS	41
III - ANALYSES PROSPECTIVES ET RECOMMANDATIONS	42
A. L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL DE DEMAIN	42
B. RECOMMANDATIONS.....	47
ANNEXE : STATISTIQUES DE COMMERCE EXTERIEUR.....	52
A. MAROC.....	55
B. TUNISIE	57
C. ALGÉRIE.....	59
D. TURQUIE	61
E. EGYPTÉ.....	63

SYNTHESE

Les pays du Bassin méditerranéen ont subi ces dernières années, et plus particulièrement depuis les années 2001-2002, une érosion de leur position concurrentielle. A l'origine de cette évolution on pourra notamment citer les éléments suivants :

- A la suite de la chute du mur de Berlin en novembre 1989, le dynamisme des pays de l'Est a exercé une pression concurrentielle sur l'offre des pays du Bassin méditerranéen.
- Le démantèlement des quotas en quatre phases successives entre 1995 et 2005 a bouleversé l'environnement concurrentiel mondial du secteur textile-habillement. Les pays du Bassin méditerranéen ont en conséquence subi une érosion de leur part de marché dans les approvisionnements de l'Union européenne.
- Les changements de pratique d'approvisionnement des donneurs d'ordres, qui ont de plus en plus tendance à privilégier les zones de *sourcing* qui proposent une offre globale textile et confection ont sensiblement pesé sur l'activité des pays du Maghreb.
- L'appréciation du cours de l'euro a contribué à renforcer les approvisionnements en zone dollar et notamment en Asie (depuis 2000 l'euro s'est apprécié d'environ 40 % face au dollar).

Les pays du Bassin méditerranéen présentent des profils économiques différents. Si la Turquie, dotée d'une filière textile-habillement complète, apparaît comme un acteur majeur de l'échiquier mondial (le pays est le deuxième fournisseur de l'Union européenne en habillement après la Chine), la Tunisie et le Maroc demeurent encore majoritairement des régions de sous-traitance. L'Egypte, grâce à sa production de coton, est présente sur l'amont de la filière mais son système productif est loin d'avoir achevé sa modernisation.

Les liens de la France ont toujours été forts avec les pays du Maghreb, région avec laquelle la France entretient une proximité tant géographique que culturelle. En revanche, à l'inverse de nos voisins allemands, les liens de la France et de la Turquie demeurent encore insuffisants. S'agissant de l'Egypte, ses relations commerciales semblent surtout tournées vers les pays anglo-saxons.

Ces dernières années, les relations commerciales qu'entretient la France avec les pays du Maghreb semblent se fragiliser. La France a ainsi perdu son rang de premier fournisseur de tissus du Maroc au profit de l'Espagne, tandis que c'est désormais l'Italie qui est le premier fournisseur de tissus de la Tunisie. Il n'en demeure pas moins que les pays du Maghreb restent des partenaires importants de l'Hexagone. La Tunisie et le Maroc figurent au troisième et quatrième rang des fournisseurs d'habillement de la France.

Les années à venir devraient s'inscrire dans la tendance observée ces dernières années. En effet, les donneurs d'ordres vont continuer à privilégier les zones de confection qui proposent des solutions globales (tissage et confection) au détriment du Maroc et de la Tunisie. S'agissant de la Turquie, la mutation de sa filière textile-habillement vers des productions à plus forte valeur ajoutée n'est pas encore totalement achevée, ce qui devrait conduire à la poursuite de la restructuration du secteur. La perspective du démantèlement des derniers quotas en 2008 devrait également contribuer à fragiliser les acteurs des régions méditerranéennes.

En dépit d'un environnement concurrentiel de moins en moins favorable, il demeure vital que les pays du Bassin méditerranéen poursuivent leurs efforts de mise à niveau, tant le textile représente un secteur crucial de l'économie de la région. En outre, les donneurs d'ordres continuent de solliciter les régions proches de l'Europe pour leurs approvisionnements de court terme, ce qui devrait inciter les pouvoirs publics des pays méditerranéens à faire figurer le développement du secteur textile parmi les priorités des prochaines années.

Il reste que l'Euromed a été sensiblement fragilisé sur la période récente en tant que relation basée sur une complémentarité quasi captive entre les tisseurs européens et les confectionneurs méditerranéens. Le *Fast fashion* devrait permettre à l'Euromed de retrouver son sens mais sans doute sous une forme différente de celle qui prévalait lorsqu'il a été conçu au départ. Il s'agira pour les fournisseurs du Bassin méditerranéen, qui ne peuvent plus se battre sur la compétitivité coût, d'apporter aux acteurs de la mode européenne la performance dont ils ont besoin en termes de mise au point de produit, de qualité, de fiabilité et de délais.

Ce nouveau partenariat entre l'Union européenne et les pays du Bassin méditerranéen reste à construire et devrait refléter une relation Nord-Sud plus équilibrée, dans laquelle l'autonomie des pays méditerranéens se trouvera renforcée. La complémentarité entre les tisseurs de l'Union européenne et les confectionneurs méditerranéens s'inscrira probablement dans un cadre dans lequel ces derniers jouiront d'une plus grande autonomie. En l'occurrence, ils chercheront pour leurs achats de tissus à bénéficier de sources d'approvisionnements plus diversifiées (y compris en dehors de l'Union européenne) de façon à améliorer la compétitivité de leur production d'habillement.

INTRODUCTION

Programmé sur une période de dix ans, en quatre phases successives, le démantèlement des quotas (restrictions quantitatives à l'exportation) a bien eu lieu au premier janvier 2005 pour tous les pays membres de l'OMC. Conséquence immédiate, il s'en est suivi une croissance spectaculaire des exportations chinoises notamment vers l'Union européenne. Fortement limitée à l'exportation les années précédentes, la Chine a ainsi atteint en 2005, de façon brutale, des parts de marché dans les approvisionnements des grandes zones de consommation (Etats-Unis et Union européenne) plus conformes à son poids économique dans l'échiquier mondial du secteur textile-habillement.

Quel a été l'impact de ces évolutions sur la position concurrentielle des pays du pourtour méditerranéen ?

Le démantèlement des quotas n'a pas conduit à un effondrement des parts de marché des pays méditerranéens dans les importations d'habillement de l'Union européenne. Il n'en demeure pas moins que les fournisseurs méditerranéens sont affectés, mais cette fragilisation remonte déjà à quelques années et trouve notamment son origine dans l'intensification de la concurrence (montée en puissance de l'Asie mais également des Pays de l'Est à partir des années 90) et dans les nouvelles pratiques d'achat des marques et des distributeurs européens. De surcroît, la forte appréciation de l'euro vis-à-vis du dollar (la devise européenne s'est appréciée de 40 % depuis 2000 vis-à-vis du billet vert) a contribué à favoriser le *sourcing* en Asie, dans la mesure où les cours des devises de la région sont rattachées au dollar.

Il reste que les donneurs d'ordres ont profité de l'aubaine qu'a représentée le démantèlement des quotas, qui a conduit à une attractivité renforcée des produits chinois. Les grandes enseignes de distribution et les marques ne se sont pas lancées pour autant dans une course à la baisse des prix et les reculs des prix à la consommation ont été sans commune mesure avec ceux des prix à l'importation observés en provenance de Chine : en effet, les prix à l'importation ne représentent qu'une partie des prix à la consommation (moins du quart par exemple pour le soutien-gorge) et les charges liées à la distribution, au marketing, à la création ou aux dépenses de publicité ont pu, dans le même temps, s'alourdir et limiter la baisse des prix finaux. De plus, les forts reculs de prix des arrivées chinoises ont été compensés par des replis de plus faible ampleur, voire des hausses, en provenance des autres régions du monde et tout particulièrement de la zone paneuromed (Union européenne, pays méditerranéens et pays de l'Est). Il reste que certains distributeurs, notamment ceux qui s'approvisionnent majoritairement en Chine, ont profité de cette opportunité pour majorer leurs marges.

L'année 2005 a été finalement caractérisée par une recomposition des approvisionnements au profit de la Chine et au détriment des autres pays d'Asie mais également des fournisseurs méditerranéens de l'Europe. La part de l'Asie dans les importations européennes d'habillement en valeur est ainsi passée de 53 % en 2003 à 59 % en 2005. Au sein de cette région, la Chine a véritablement écarté ses concurrents, à l'exception de l'Inde.

La part totale des pays du pourtour méditerranéen¹ dans les approvisionnements européens en valeur est passée de 28 % en 2003 à 25 % en 2005, tandis que celle des pays d'Europe centrale et orientale a perdu deux points au cours de la même période (de 13 à 11 %). Parmi l'ensemble des pays du pourtour méditerranéen, la Turquie est le pays qui joue les premiers rôles en étant à l'origine de 15 % des approvisionnements européens et en résistant relativement à la concurrence chinoise. Les exportations turques d'habillement ont ainsi progressé vers l'Union européenne, à un rythme toutefois insuffisant pour maintenir la part de marché du pays dans les approvisionnements de la Communauté. Malgré la confortation

¹ Algérie, Israël, Egypte, Jordanie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie, Turquie.

relative de leur position dans le commerce mondial, les fournisseurs turcs ont été confrontés pour certains à une dégradation de leur rentabilité du fait de la pression des prix chinois.

Il ne faut cependant pas se polariser sur les seules importations. Si l'on considère la consommation finale de l'Union européenne, on peut considérer que la majorité des produits consommés a été confectionnée en Europe (y compris les pays de l'Est) et dans les pays du pourtour méditerranéen, autrement dit dans l'ensemble des pays de la zone paneuroméd.

Alors que les pays d'Europe centrale et orientale (Bulgarie, Roumanie) bénéficient de la volonté d'élargissement de l'Union européenne, le processus de Barcelone demeure pour les pays méditerranéens le fondement du partenariat euro-méditerranéen. Le volet économique du processus de Barcelone (mise en place d'un partenariat économique et financier et instauration progressive d'une zone de libre-échange d'ici 2010) et le programme financier qui lui est dédié (MEDA) devront aider les pays méditerranéens à renforcer leur compétitivité face à la montée en puissance de la Chine et des pays asiatiques. Les programmes engagés sont notamment destinés à pallier les handicaps des fournisseurs du pourtour méditerranéen tant sur la plan de l'offre (accès à un *sourcing* tissus, co-traitance, orientation vers des produits qualitatifs au détriment du basique), de la technologie (productivité, équipement en technologies de l'information et de la communication), que des facteurs de compétitivité hors coûts comme le management, la sensibilité à la mode et à la création, la compréhension des marchés clients et de l'air du temps. L'enjeu pour la France sera de figurer au premier rang des partenaires de la région et de capitaliser sur les synergies que peuvent générer les programmes d'appui européens et les financements associés.

Dans ce contexte, et compte tenu des liens entre les pays méditerranéens et le secteur textile-habillement français, nous nous proposons d'étudier les systèmes productifs des pays du Bassin méditerranéen et leurs interactions avec l'industrie française. L'un des axes majeurs de l'étude concernera l'examen des interactions qui existent entre les pays du Bassin méditerranéen et la France. En complément, une analyse mettra en lumière des évolutions prospectives pour mieux cerner le poids économique du secteur textile-habillement des pays de la région méditerranéenne à moyen terme.

Les changements structurels qui s'opéreront ou non dans le secteur (passage de la sous-traitance à la co-traitance, développement du *collectionning*, etc.) devront être étudiés avec attention dans la mesure où ils ne manqueront pas d'avoir des incidences sur les acteurs du textile-habillement en France. Enfin, les stratégies de partenariat et la politique commerciale de la région (accords commerciaux Sud-Sud, accords commerciaux avec les Etats-Unis, etc.) pourront représenter, à terme, des opportunités pour les débouchés des entreprises françaises.

Dans une première partie, nous étudierons l'évolution des liens qu'entretiennent l'Europe et plus particulièrement la France, avec les pays du Bassin méditerranéen, grâce à l'analyse des flux commerciaux entre les deux rives de la Méditerranée. Ainsi, nous analyserons les exportations de tissus de l'Union européenne et de la France vers les pays du Bassin méditerranéen, de façon à mesurer l'importance que constitue la région en termes de débouchés pour les industriels de l'amont français et européen au cours de la période 2000-2005. Puis nous examinerons l'évolution de l'importance relative des principaux pays du Bassin méditerranéen dans les approvisionnements d'habillement de l'Union européenne et de la France, ce qui nous permettra de mesurer l'évolution de la position concurrentielle des principaux pays du Bassin méditerranéen ces dernières années.

Nous reviendrons également dans cette partie sur l'impact du démantèlement des quotas sur les pays méditerranéens.

Dans une deuxième partie, nous présenterons une analyse de la chaîne de valeur des systèmes productifs des cinq pays étudiés (Maroc, Tunisie, Turquie, Egypte, Algérie). On s'attachera à décrire la structuration industrielle de chaque pays, en examinant notamment le degré d'intégration des filières textiles locales, leur apport en termes de savoir-faire et leur contribution dans la valorisation finale du produit.

Enfin, des éléments sur la perception par les donneurs d'ordres des atouts et des faiblesses des différents pays seront présentés grâce aux interviews des grands donneurs d'ordres européens.

Dans une troisième et dernière partie, en s'appuyant sur les résultats d'un modèle économétrique, nous tenterons de déterminer la position concurrentielle future des pays du Bassin méditerranéen dans les approvisionnements européens à l'horizon 2010. Le modèle permettra de déterminer l'évolution des exportations et ses incidences sur l'emploi dans le secteur textile-habillement des pays de la région.

Enfin, l'analyse prospective des pays du Bassin méditerranéen nous permettra d'établir un certain nombre de recommandations.

I - PANORAMA DE LA ZONE EUROMÉDITERRANÉENNE

Le textile-habillement totalise une grande part des exportations de marchandises des pays du Bassin méditerranéen et apparaît vital pour l'économie de ces pays, le pouvoir d'achat de leurs habitants, et notamment le développement de l'emploi féminin.

Pour la France, la complémentarité entre les rives Nord et Sud de la Méditerranée est primordiale. Les tisseurs français sont notamment très impliqués. A titre d'exemple, le Maroc et la Tunisie sont leurs principaux clients (environ le quart des exportations françaises de tissus en valeur sont destinées à ces deux pays).

Il est d'autant plus important que la France maintienne ses liens avec les pays méditerranéens que ces derniers multiplient, entre eux, des accords régionaux de façon à élargir leurs sources d'approvisionnement en tissus (accords entre la Tunisie et la Turquie, entre le Maroc et la Turquie, ou accord d'Agadir entre l'Egypte, le Maroc, la Tunisie et la Jordanie).

Quelle est la réalité économique des liens entre l'Union européenne et les pays du Bassin méditerranéen ? Quelle place occupe la France dans ce contexte ? Dans la mesure où la complémentarité entre l'Union européenne et les pays du Bassin méditerranéen se caractérise principalement par une division inter-industrielle entre la partie amont de la filière présente en Europe et l'aval de la rive Sud de la Méditerranée, nous examinerons les exportations de textile de l'Union vers les pays méditerranéens et les importations d'habillement de l'Europe en provenance des pays méditerranéens. Nous ferons également le même exercice pour la France.

A) FLUX COMMERCIAUX UNION EUROPEENNE-PAYS DU BASSIN MEDITERRANEEN

Les exportations de textile de l'Union européenne sont principalement concentrées vers trois pays, le Maroc, la Tunisie et la Turquie et sont en majorité composées de tissus.

**Exportations européennes (en tonnes)
2005**

Pays clients	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie
Etoffes Maille	10 980	15 287	4 840	597	1 109
Fils	15 325	14 852	46 506	12 127	7 576
Tissus	75 078	74 196	61 935	4 185	2 556

S'agissant de l'habillement², le premier fournisseur est de loin la Turquie, suivie de la Tunisie et du Maroc.

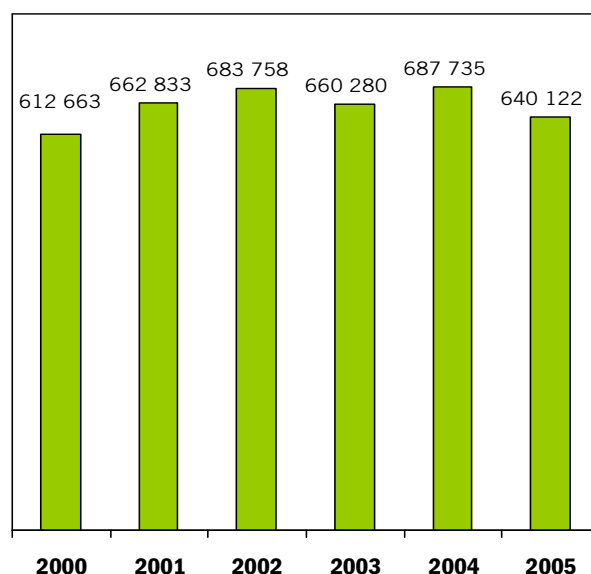
**Importations européennes en valeur (en milliers d'euros)
2005**

Pays fournisseurs	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie
Vêtements tissés	1 628 126	1 801 347	3 127 994	109 695	173
Vêtements maille	610 451	650 491	4 830 108	218 856	68

²Pour l'habillement, l'hétérogénéité des produits nous conduit à utiliser une mesure en valeur et non en tonnages.

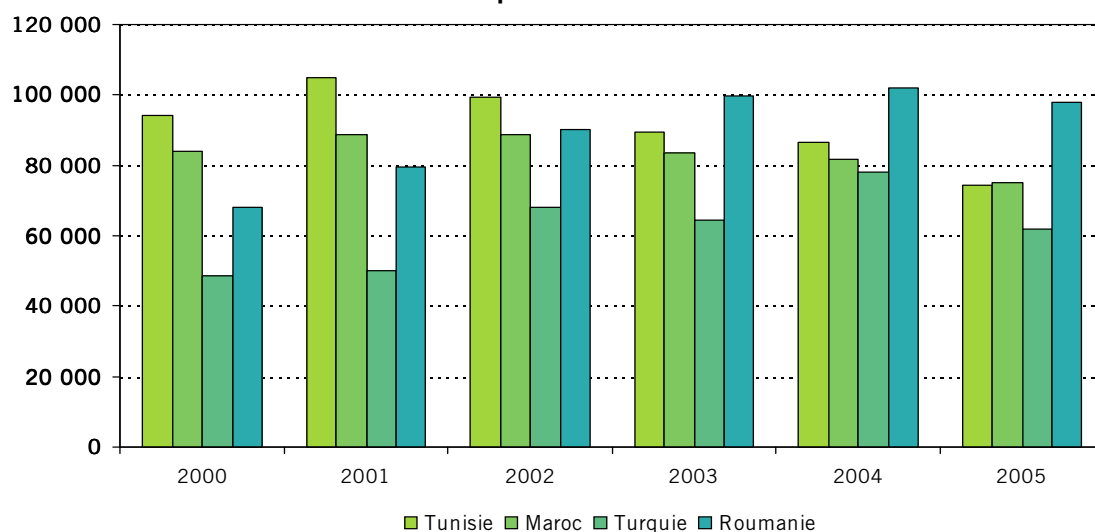
1) Exportations de tissus de l'Union européenne

Exportations totales de tissus de l'UE en tonnages



Les exportations totales de tissus de l'Union européenne ont eu tendance à se stabiliser ces dernières années sous la pression concurrentielle des autres exportateurs de tissus mais également, de façon mécanique, en liaison avec la diminution du nombre de tisseurs européens. A la lumière des statistiques d'exportations de tissus de l'Union européenne vers les pays du Bassin méditerranéen³ ainsi que vers la Roumanie, on observe que la demande effective de tissus européens émanant de la Roumanie et de la Turquie a suivi une tendance positive jusqu'en 2004 pour se replier ensuite en 2005. Vers le Maroc, les exportations de tissus de l'Union européenne ont diminué à partir de 2002, tandis qu'elles ont décliné à partir de 2001 vers la Tunisie. Ces évolutions illustrent l'attrait grandissant qu'a exercé la Roumanie sur les donneurs d'ordres européens, ce qui s'est traduit par une progression des exportations de tissus de l'Union vers ce pays. La croissance de l'activité des Pays d'Europe centrale et orientale à la suite de la chute du mur de Berlin à la fin de l'année 1989 a, sans conteste, pesé sur la position concurrentielle des pays du Bassin méditerranéen.

Exportations de tissus de l'UE en tonnages vers la Tunisie, le Maroc, la Turquie et la Roumanie



³ On se reportera aux Annexes à la fin de l'étude pour avoir les statistiques complètes de flux commerciaux concernant les cinq pays méditerranéens du champ de l'étude (Algérie, Maroc, Tunisie, Egypte et Turquie).

Part des pays dans les exportations de tissus de l'UE en volume

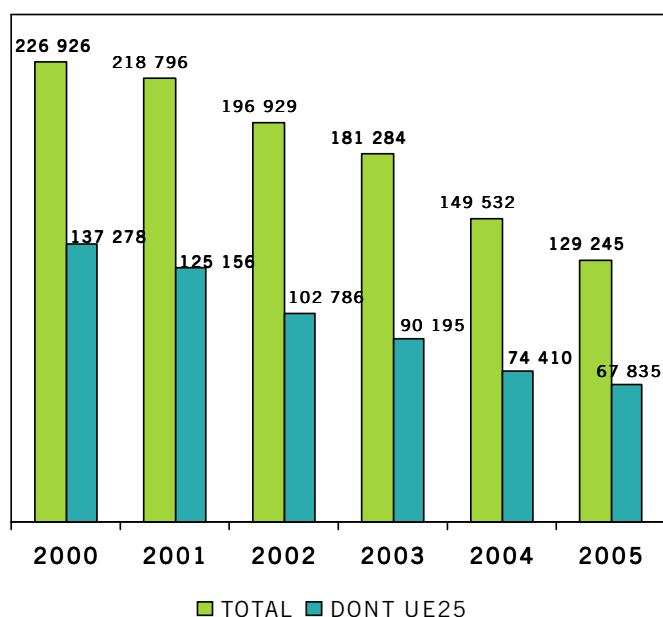
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Maroc	13.7%	13.4%	13.0%	12.7%	11.9%	11.7%
Tunisie	15.4%	15.8%	14.5%	13.5%	12.6%	11.6%
Turquie	7.9%	7.6%	9.9%	9.8%	11.3%	9.7%

L'analyse en termes de parts de marché confirme que parmi les trois pays méditerranéens étudiés, la Turquie est le seul pays client à voir sa part relative dans les exportations de tissus de l'Europe progresser au cours de la période 2000-2005 (en dépit d'un léger repli en 2005). Les deux pays du Maghreb ont subi un repli de leur part de marché dans les exportations de l'Union européenne, ce qui signifie que les exportations de tissus de la Communauté vers ces deux pays ont connu une tendance plus négative que l'ensemble des exportations de tissus de l'Union européenne. En 2005, la part de marché de la Tunisie et du Maroc sont comparables, alors que cinq ans plus tôt, la part de marché de la Tunisie était supérieure de près de deux points à celle du Maroc. On peut y voir les effets du renforcement des liens du Maroc avec l'Espagne ces dernières années. La part de la Turquie est relativement plus faible que celle des pays du Maghreb dans la mesure où ses besoins en tissus sont moins élevés en raison de l'importance et de la qualité de la production locale. Il reste que la Turquie est un débouché sous-utilisé par les tisseurs européens, seule l'Italie y exporte plus de 20 000 tonnes, contre environ 3 000 tonnes pour la France.

2) Exportations de tissus de la France

Les exportations totales de tissus de la France ont connu, en glissement, un repli de 43 % en tonnages sur la période 2000-2005. La position concurrentielle de l'amont du textile français s'est ainsi considérablement dégradée ces dernières années. Selon les destinations, les exportations vers les partenaires européens ont subi le recul le plus prononcé (- 51 % sur la période 2000-2005), tandis que les exportations vers les pays extérieurs à la Communauté ont diminué de 31 %. La délocalisation de la confection européenne a contribué à fortement contracter les débouchés des tisseurs français.

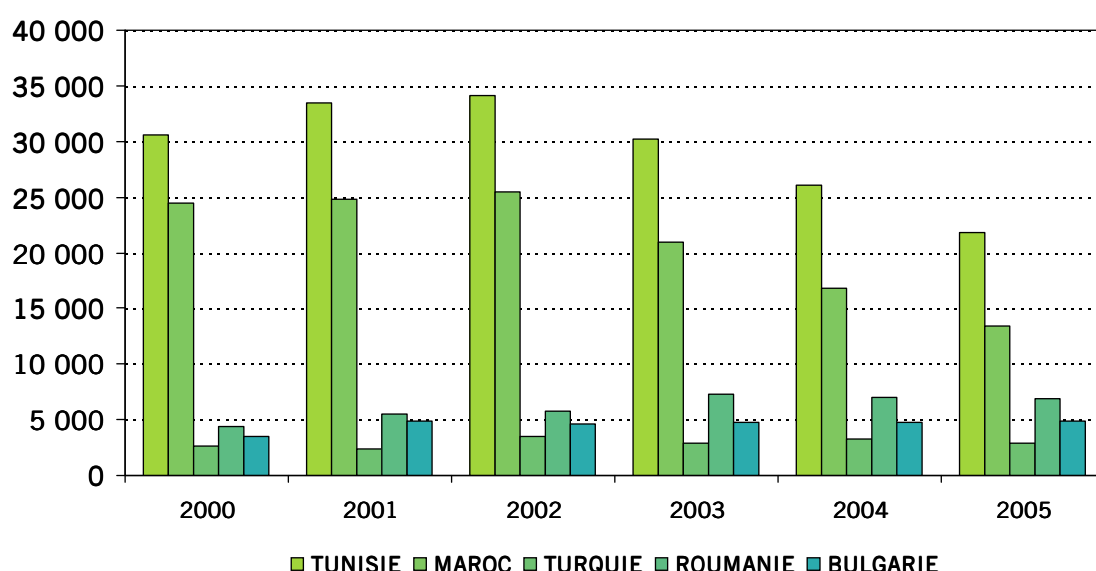
Exportations de tissus de la France en tonnages



Vers le Maroc, les exportations françaises de tissus ont fortement diminué : - 45 % sur la période 2000-2005, soit un recul légèrement supérieur à celui du total des exportations françaises de tissus (- 43 %). Ces évolutions révèlent que les donneurs d'ordres européens qui continuent de travailler avec les confectionneurs marocains utilisent de moins en moins de tissus français. Ces dernières années, le groupe Inditex (Zara, Massimo Dutti, etc.) s'est hissé au premier rang des clients des confectionneurs marocains. Le développement commercial des distributeurs espagnols a ainsi entraîné dans son sillage le regain d'activité des tisseurs de la Péninsule ibérique.

Les exportations de tissus français vers la Tunisie ont, à l'instar de celles vers le Maroc, sensiblement décliné à partir de l'année 2002. La Tunisie demeure néanmoins le premier client des tisseurs français. On observe par ailleurs que la Turquie, tout comme la Roumanie et la Bulgarie, sont des débouchés modestes pour les tisseurs de l'Hexagone.

Exportations de tissus de la France en tonnages vers la Tunisie, le Maroc, la Turquie, la Roumanie et la Bulgarie



Part des pays dans les exportations de tissus de la France en volume

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Maroc	10.8%	11.3%	12.9%	11.6%	11.2%	10.4%
Tunisie	13.5%	15.3%	17.3%	16.7%	17.5%	16.9%
Turquie	1.2%	1.1%	1.8%	1.6%	2.2%	2.2%

L'analyse en termes de parts de marché confirme que c'est à partir de l'année 2002 que les exportations françaises de tissus vers le Maroc et la Tunisie ne sont plus motrices de l'ensemble des exportations de tissu de l'Hexagone. Au contraire, à partir de cette date, les exportations françaises de tissus vers le Maghreb diminuent davantage que l'ensemble des exportations.

En revanche, la part de marché de la Turquie se maintient mais à un niveau extrêmement modeste.

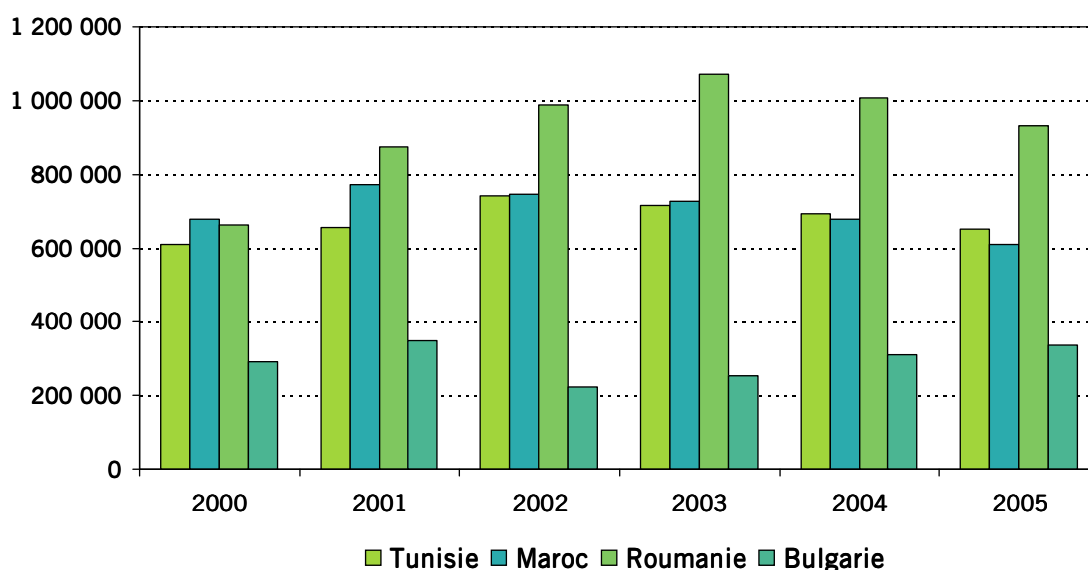
3) Importations de vêtements maille de l'Union européenne

La Turquie a perdu en 2005, à la suite du démantèlement des quotas son rang de premier fournisseur de l'Union européenne en vêtements maille⁴. C'est aujourd'hui la Chine qui est le premier fournisseur de l'Union européenne en vêtement maille (comme en vêtements chaîne et trame).

Parmi les pays méditerranéens, la Turquie demeure de loin le premier fournisseur de la région. Contrairement aux pays du Maghreb, la Turquie exporte davantage de vêtements maille vers l'Europe que de vêtements chaîne et trame. Ainsi, en 2005, l'Union européenne a importé pour l'équivalent de 4,8 milliards d'euros de vêtements maille en provenance de Turquie, contre moins de 700 millions pour la Tunisie et le Maroc.

Si la montée en puissance de la Chine a bien entendu été préjudiciable aux fournisseurs du Maghreb (en 2005, l'Union européenne a importé pour 6,6 milliards de vêtements maille en provenance de Chine), la progression des importations en provenance de Roumanie a également contribué à fragiliser les parts de marché du Maroc et de la Tunisie. L'examen des importations de l'Union européenne au cours de la période 2000-2005 nous révèle que les approvisionnements en provenance du Maghreb ont commencé à décliner à partir de 2001 pour le Maroc et de 2002 pour la Tunisie.

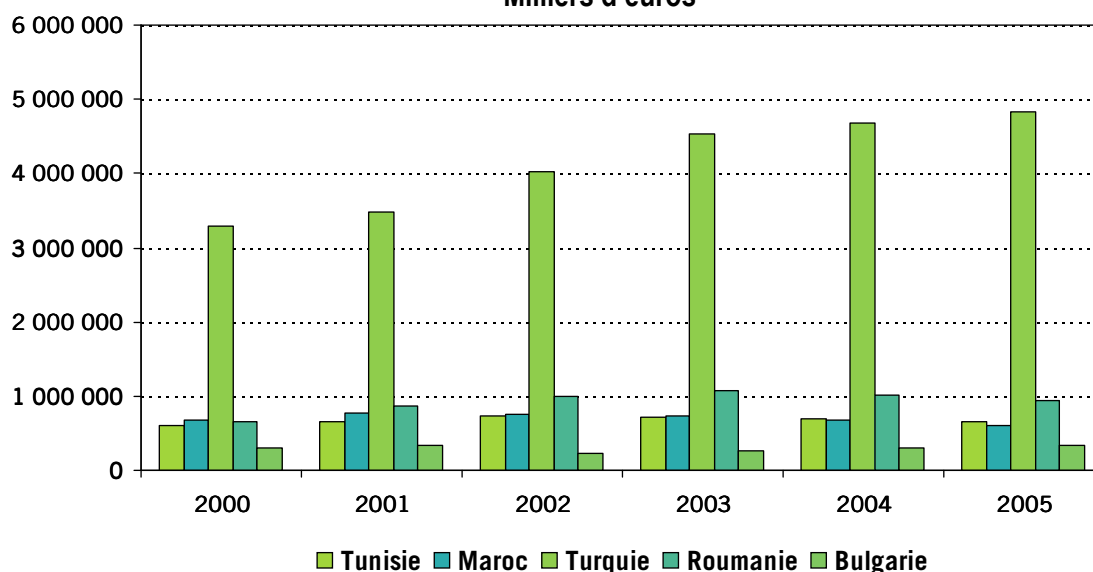
Importations de vêtements maille de l'UE en provenance de la Tunisie, du Maroc, de la Roumanie et de la Bulgarie
Milliers d'euros



⁴ Les vêtements maille sont confectionnés à partir d'étoffes tricotées (pull-overs, tee-shirts, sous-vêtements, chaussettes, etc.). Ils s'opposent aux vêtements chaîne et trame confectionnés à partir de tissus (pantalons, vestes, chemises, etc.).

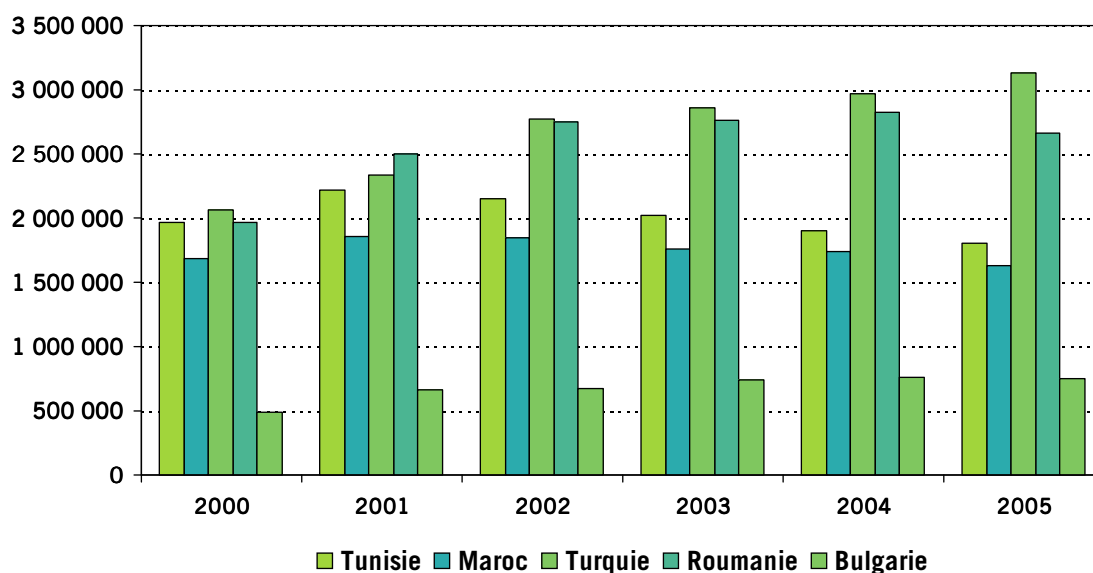
Le graphique ci-dessous illustre bien le déséquilibre entre la puissance de la Turquie comme fournisseur majeur de l'Union européenne en vêtements maille et le rôle plus modeste des autres pays.

Importations de vêtements maille de l'UE en provenance de la Tunisie, du Maroc, de la Turquie, de la Roumanie et de la Bulgarie
Milliers d'euros



4) Importations de vêtements chaîne et trame de l'Union européenne

Importations de vêtements chaîne et trame de l'UE en provenance de la Tunisie, du Maroc, de la Turquie, de la Roumanie et de la Bulgarie
Milliers d'euros



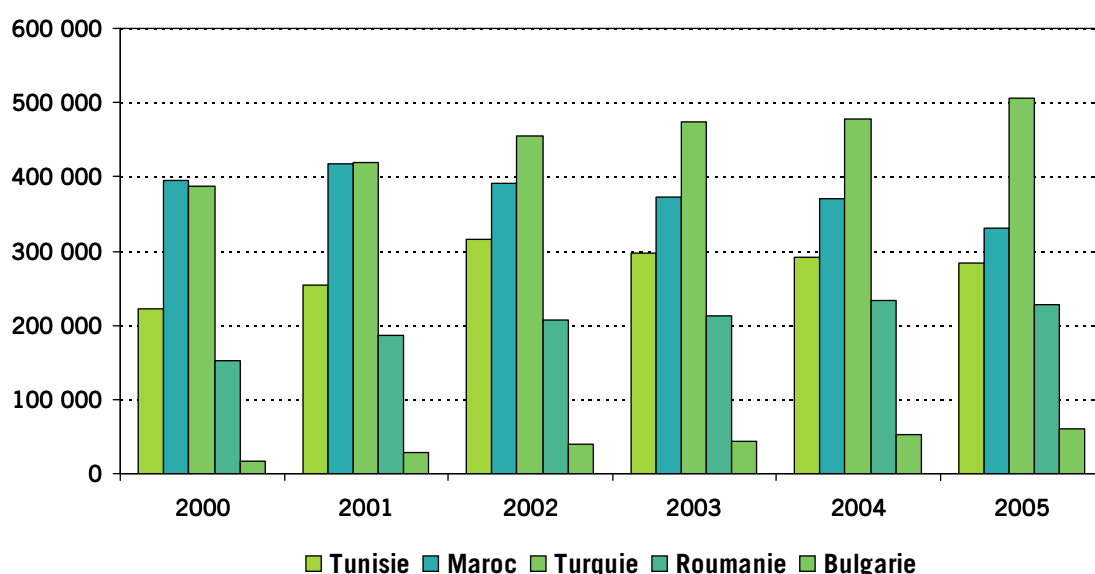
La Turquie est au sein des pays du Bassin méditerranéen le premier fournisseur de vêtements chaîne et trame de l'Union européenne. En 2005, l'Union européenne a importé l'équivalent de 3,1 milliards de vêtements chaîne et trame en provenance de Turquie, contre 1,8 milliards en provenance de Tunisie et 1,6

en provenance du Maroc. A titre de comparaison, les importations en provenance de Chine se sont élevées à 9,9 milliards.

La progression des importations en provenance de Turquie a été soutenue au cours de la période 2000-2005. *A contrario*, les approvisionnements en provenance du Maroc et de la Tunisie ont décliné à partir de 2002 (en 2000, les niveaux d'importations en provenance du Maroc, de la Tunisie et de la Turquie étaient comparables). Une fois encore, la Roumanie a exercé une pression concurrentielle sur le Maroc et la Tunisie au cours de la période 2000-2005.

5) Importations de vêtements maille de la France

Importations de vêtements maille de la France en provenance de la Tunisie, du Maroc, de la Turquie, de la Roumanie et de la Bulgarie
Milliers d'euros



En cinq ans, la Turquie a devancé le Maroc au rang de premier fournisseur de la France en vêtements maille (alors que les deux pays étaient au coude à coude en 2000). En 2005, la Turquie a été à l'origine de 505 millions d'euros d'importations, contre 332 millions pour le Maroc et 284 pour la Tunisie. A titre de comparaison, la France a importé en 2005 pour un montant de 1,1 milliard de vêtements maille en provenance de Chine.

Aujourd'hui, la France importe un montant quasiment équivalent en provenance du Maroc et de la Tunisie, alors qu'il y a quelques années le Maroc était le fournisseur maghrébin privilégié de la France en vêtements maille.

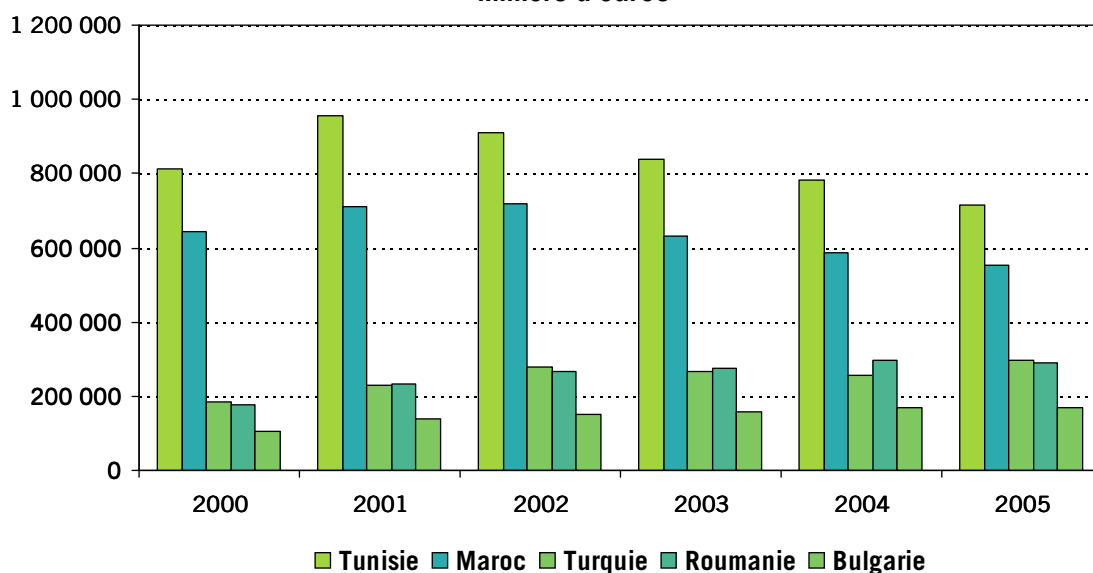
Part des pays dans les importations de vêtements maille de la France en valeur

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Maroc	7.6%	7.7%	7.1%	6.6%	6.4%	5.4%
Tunisie	4.3%	4.7%	5.7%	5.3%	5.0%	4.6%
Turquie	7.5%	7.7%	8.2%	8.4%	8.2%	8.2%

En termes de parts de marché, on observe le déclin d'année en année de l'importance relative du Maroc. S'agissant de la Tunisie, sa position ne progresse plus depuis 2002, tandis que la Turquie a bénéficié d'une certaine stabilité de son niveau de part de marché depuis quelques années.

6) Importations de vêtements chaîne et trame de la France

Importations de vêtements chaîne et trame de la France en provenance de la Tunisie, du Maroc, de la Turquie, de la Roumanie et de la Bulgarie
Milliers d'euros



Les approvisionnements de la France en vêtements chaîne et trame en provenance de Tunisie ont décliné à partir de l'année 2001. S'agissant du Maroc, le déclin est intervenu à partir de 2002. En 2005, la Tunisie reste toutefois le premier fournisseur méditerranéen de vêtements en tissus de l'Hexagone avec un montant de 715 millions d'euros, contre 551 pour le Maroc et 298 pour la Turquie. A titre de comparaison, les importations en provenance de Chine se sont élevées à 1,6 milliards en 2005. L'analyse en termes de parts de marché confirme, par ailleurs, que la part de la Turquie dans les approvisionnements de la France reste modeste au regard de celle des pays du Maghreb.

Part des pays dans les importations de vêtements chaîne et trame de la France en valeur

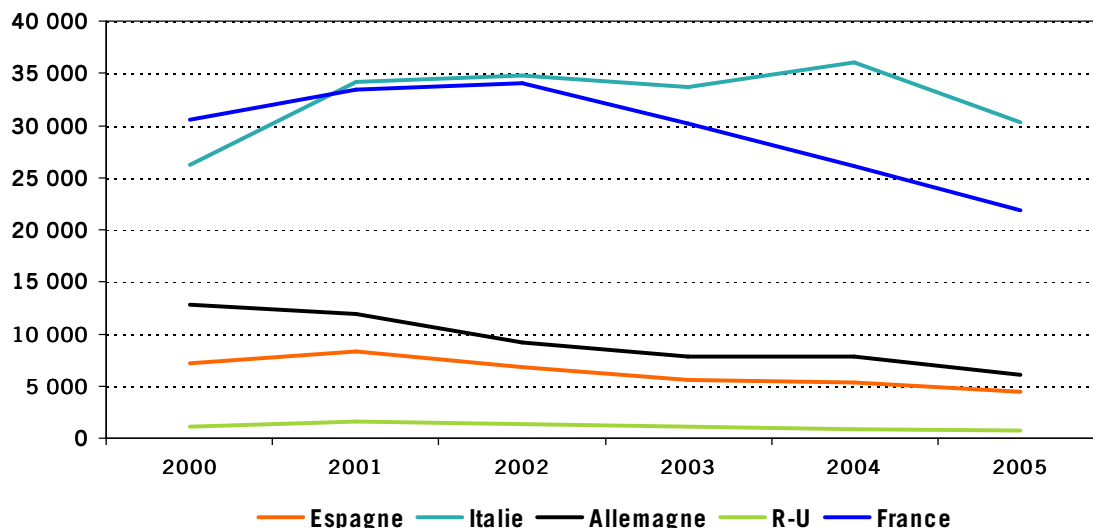
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Maroc	10.5%	10.7%	10.5%	9.3%	8.4%	7.6%
Tunisie	13.3%	14.3%	13.3%	12.4%	11.9%	9.9%
Turquie	3.0%	3.4%	4.1%	3.9%	3.7%	4.1%

Après nous être intéressés à l'étude de l'évolution des positions concurrentielles des pays du Bassin méditerranéen, nous nous proposons d'étudier la place qu'occupe la France (en comparaison avec ses concurrents européens) en tant que fournisseur de tissus de la région. Nous nous intéresserons également au rang qu'occupe la France dans la hiérarchie des clients des pays du Bassin méditerranéen.

7) Place de la France vis-à-vis de ses concurrents européens

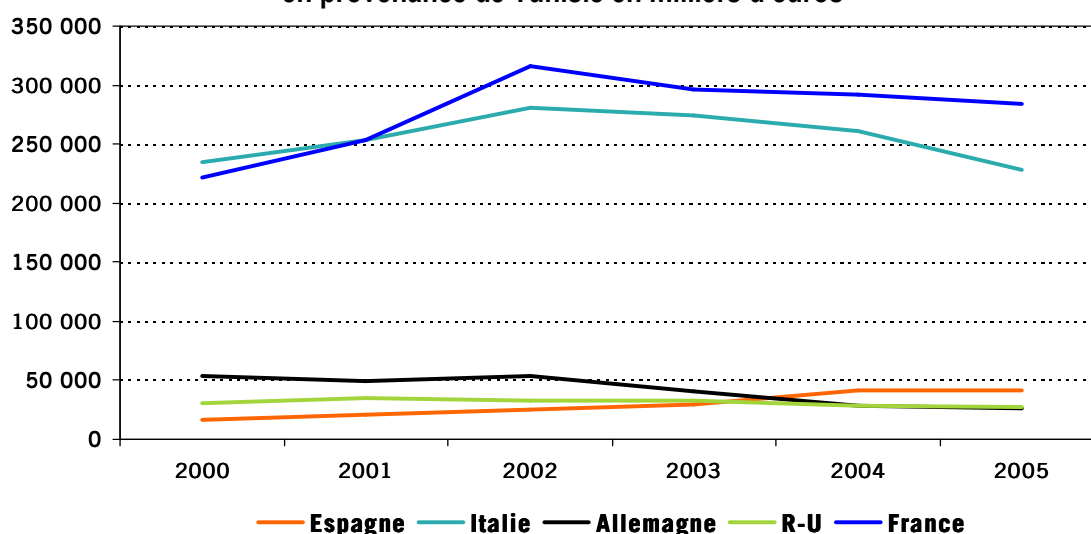
- TUNISIE

Exportations de tissus en tonnes des membres de l'UE vers la Tunisie

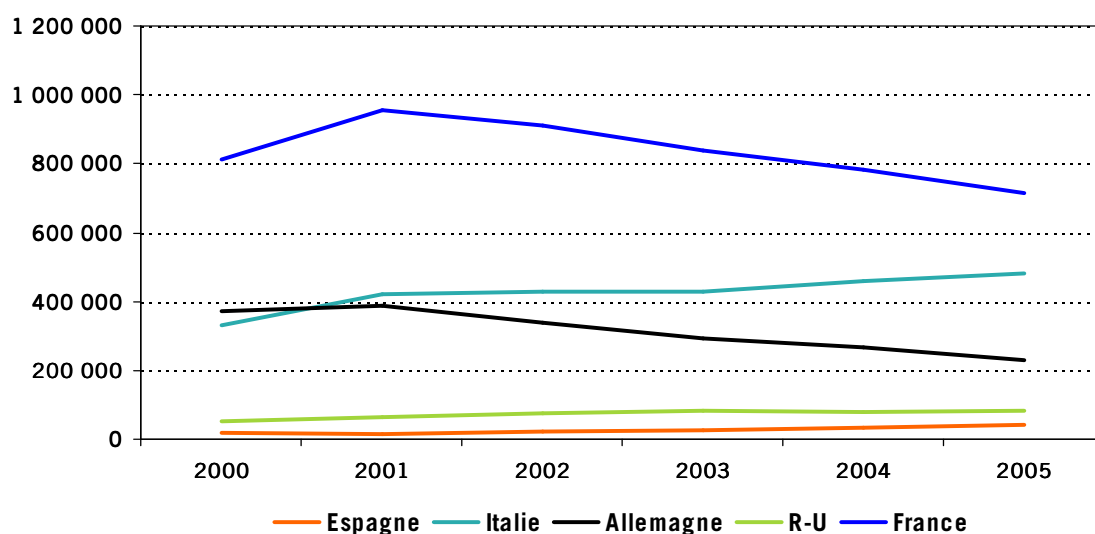


Le recul d'activité observé en Tunisie à partir de l'année 2002 (tassement de la production, perte de près de 14 % de l'emploi de la filière entre 2002 et 2003) a eu un impact sur les approvisionnements tunisiens en tissus européens. On constate que, parmi les fournisseurs européens de la Tunisie, ce sont les tisseurs français qui ont perdu le plus de parts de marché. Ce repli important nous conduit à nous interroger sur l'éventuelle perte de compétitivité des tisseurs français, tant en termes de créativité que de compétitivité prix. Il reste que la disparition d'un nombre important d'unités de production de tissus sur le sol français pèse mécaniquement sur le niveau des exportations. L'Italie, quant à elle, est le premier fournisseur de tissus de la Tunisie.

Importations de vêtements maille des membres de l'UE en provenance de Tunisie en milliers d'euros



Importations de vêtements chaîne et trame des membres de l'UE en provenance de Tunisie en milliers d'euros

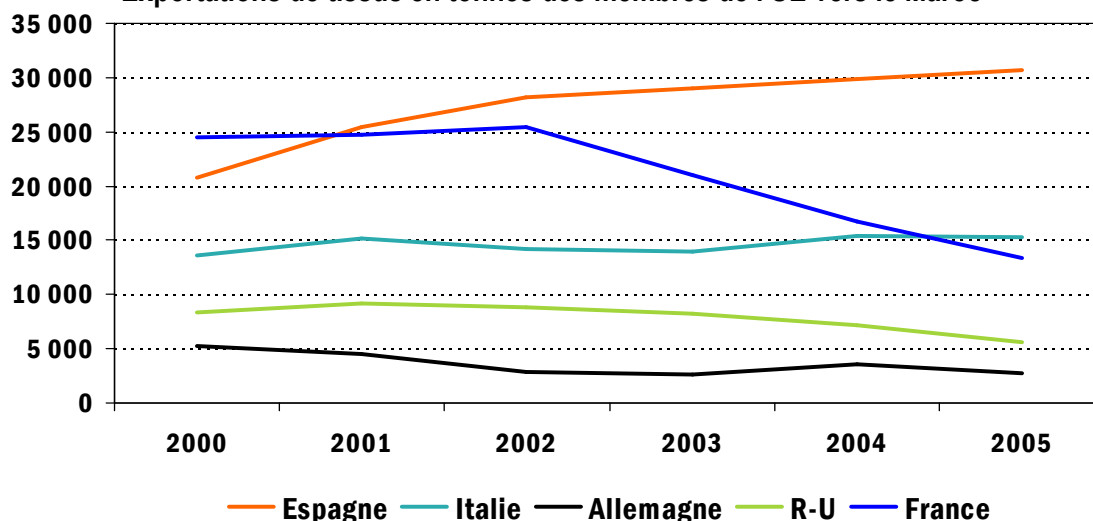


Si la France n'est plus le premier fournisseur de tissus de la Tunisie, elle reste en revanche le premier client en vêtements chaîne et trame et vêtements maille. On observe néanmoins un tassement des exportations tunisiennes d'habillement vers la France depuis la période 2001-2002 en liaison notamment avec les mutations des modes d'approvisionnements des distributeurs français. En effet, le Maroc et la Tunisie restent en majorité des pays de sous-traitance (dans ce mode d'approvisionnement, le confectionneur vend des minutes de confection, c'est le donneur d'ordres qui est propriétaire du tissu). Les acheteurs, même s'ils sont encore nombreux à pratiquer la sous-traitance, ont cependant tendance à privilégier les pays qui proposent une offre globale tissus et confection, ce qui a favorisé le *sourcing* en Turquie mais également en Asie. La Tunisie a en outre souffert de la concurrence de la Turquie et de la Roumanie sur certains produits (tee-shirts, soutiens-gorge).

On observe également que les exportations italiennes de tissus vers la Tunisie ont diminué alors que les importations italiennes de vêtements chaîne et trame en provenance de Tunisie ont progressé. Cela illustre le fait que les pays méditerranéens s'approvisionnent de plus en plus en tissus non européens.

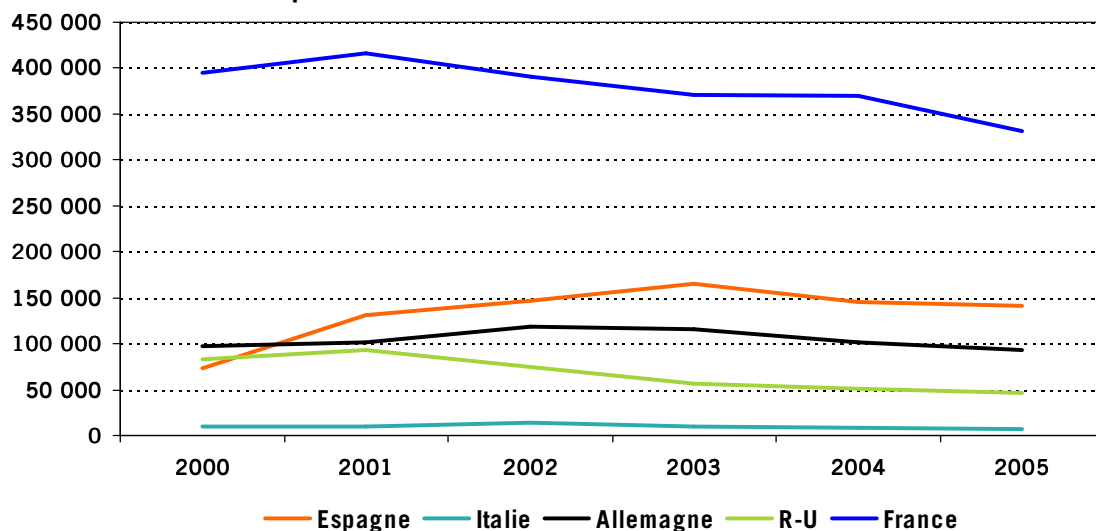
- MAROC

Exportations de tissus en tonnes des membres de l'UE vers le Maroc

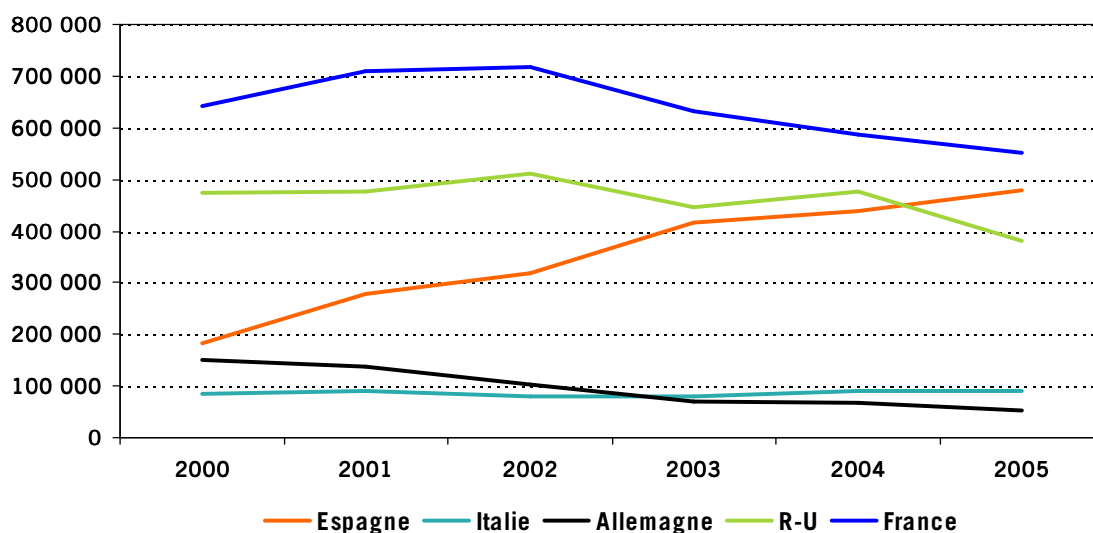


Comme pour la Tunisie, l'érosion de la position française au Maroc est éloquent. Entre 2001 et 2005, la France est passée du rang de premier fournisseur européen de tissus du Maroc à celui de troisième, derrière l'Italie et loin derrière l'Espagne. Le dynamisme des livraisons espagnoles est notamment le fruit du développement du groupe Inditex dont le modèle, basé sur le fast-fashion, a dynamisé les secteurs du tissage et de l'ennoblissement espagnol, qui bénéficie par ailleurs de coûts salariaux toujours inférieurs à la moyenne européenne. Le Maroc valorise ainsi son avantage géographique vis-à-vis du marché espagnol.

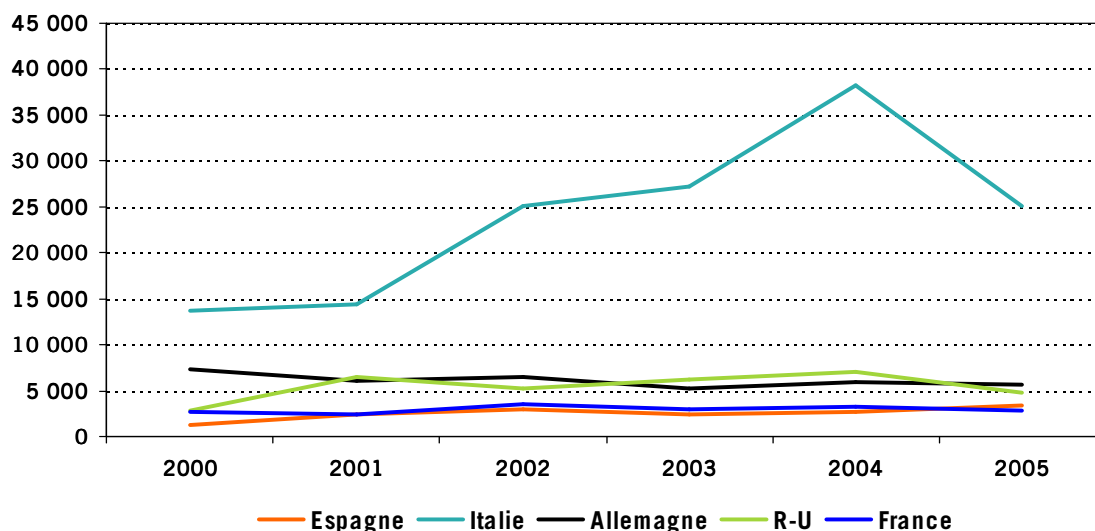
Importations de vêtements maille des membres de l'UE en provenance du Maroc en milliers d'euros



Importations de vêtements chaîne et trame des membres de l'UE en provenance du Maroc en milliers d'euros

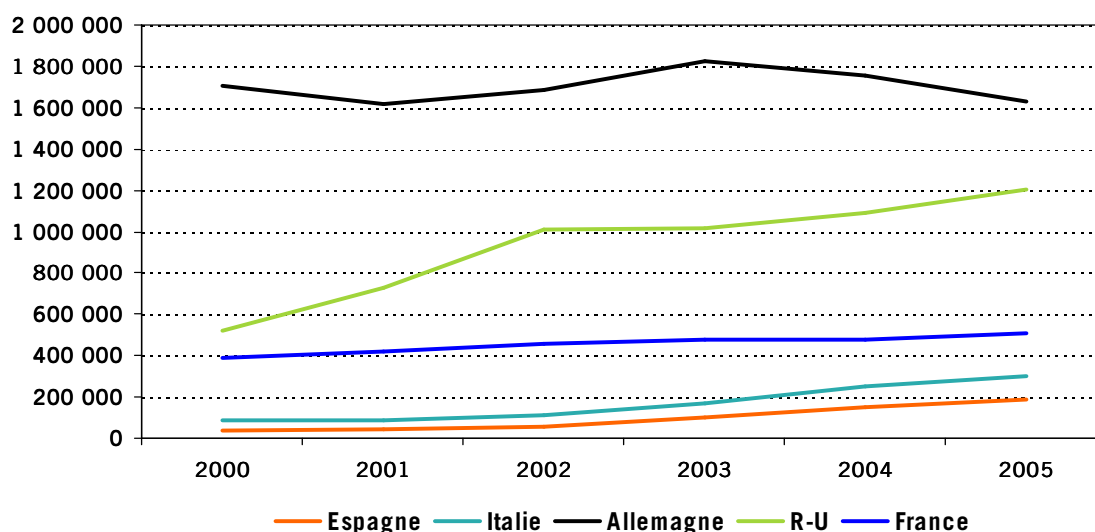


La France reste en 2005 le premier débouché pour les exportations marocaines d'habillement mais l'Espagne devrait très prochainement devancer la France pour les importations de vêtements chaîne et trame sous l'impulsion du dynamisme de Zara et Mango. En cinq ans, les importations espagnoles en provenance du Maroc ont été multipliées par 2,5. En revanche, les autres grands marchés européens se sont repliés par rapport à leur niveau de l'année 2000.

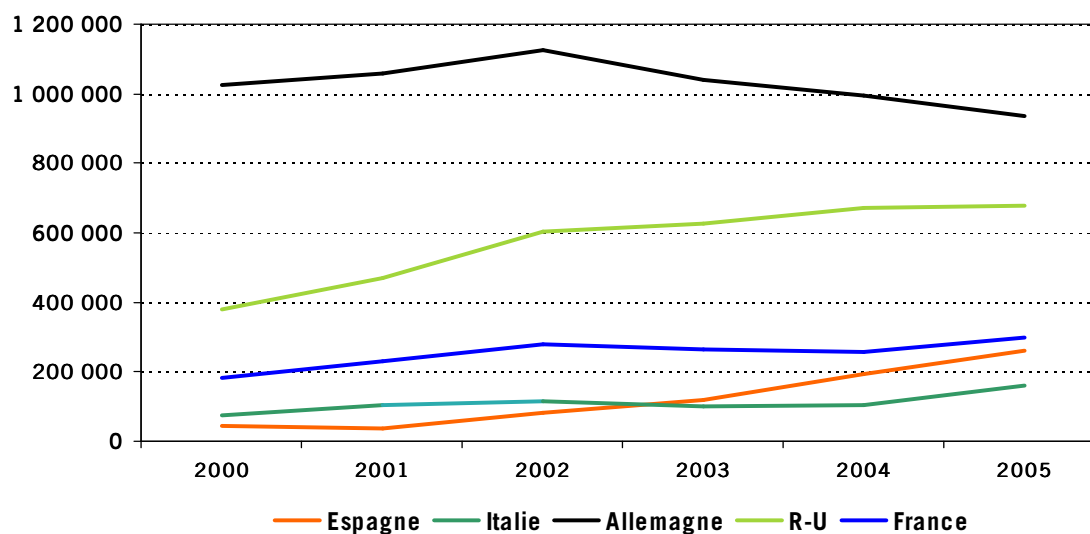
- TURQUIE**Exportations de tissus en tonnes des membres de l'UE vers la Turquie**

L'Italie surclasse les autres pays européens pour les exportations de tissus vers la Turquie. Un nombre important d'entreprises italiennes de confection ont délocalisé une partie de leur production sur le sol turc, notamment pour les produits en coton (chemises homme). Par ailleurs, les tissus italiens sont également très prisés des confectionneurs turcs qui travaillent en co-traitance sur les segments moyens et haut de gamme. Les exportations italiennes ont cependant souffert en 2005 du coup de frein que les confectionneurs turcs ont subi à la suite du démantèlement des quotas.

La présence française en Turquie se situe à un niveau anormalement bas : la France n'est que le septième exportateur européen de tissus vers la Turquie (derrière la République Tchèque).

Importations de vêtements maille des membres de l'UE provenance de Turquie
Milliers d'euros


Importations de vêtements chaîne et trame des membres de l'UE en provenance de Turquie en milliers d'euros



La Turquie entretient des liens économiques étroits avec l'Allemagne et il n'est pas étonnant de voir l'Allemagne figurer au rang de premier client européen de la Turquie. Le recul des importations allemandes et la croissance des importations britanniques en provenance de Turquie est à mettre en relation avec l'évolution de la consommation d'habillement de ces deux grands marchés. En effet, la consommation britannique affiche régulièrement des croissances de l'ordre de 3 %, alors que l'Allemagne a connu ces dernières années une stagnation, voire un léger recul de ses ventes d'habillement.

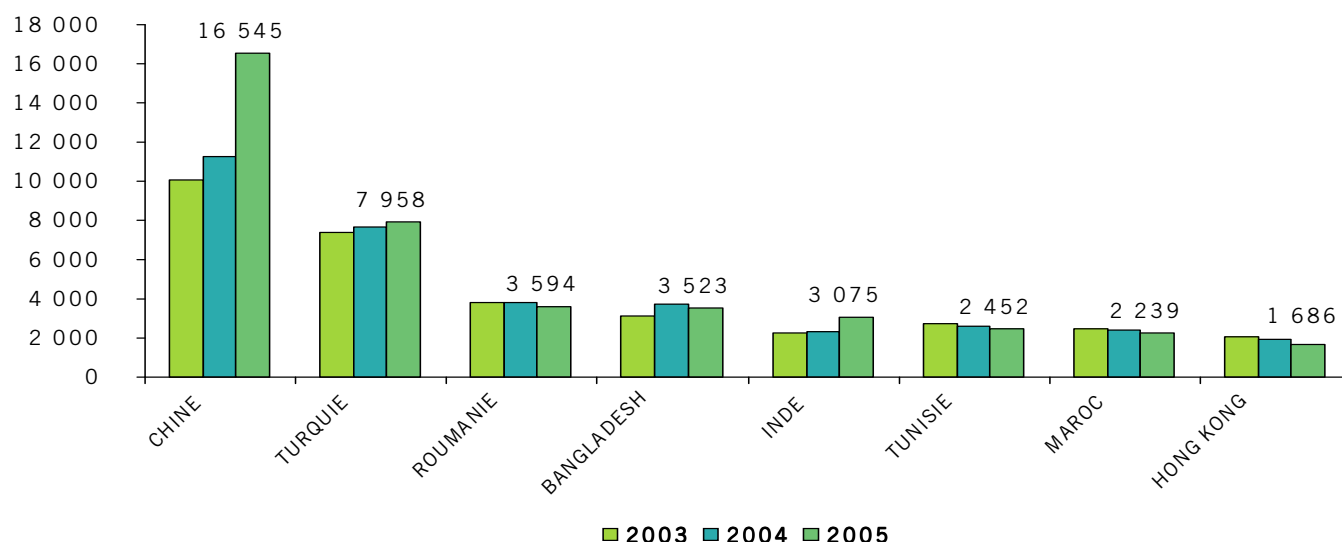
La France représente la troisième destination européenne pour les articles d'habillement confectionnés en Turquie. Pour autant, les tisseurs français n'ont pas profité de la légère progression des importations françaises d'habillement en provenance de Turquie. Enfin, l'Espagne, en liaison avec la vigueur de sa demande intérieure, importe de plus en plus d'habillement en provenance de Turquie.

B) LA NOUVELLE GEOGRAPHIE DES ECHANGES MONDIAUX

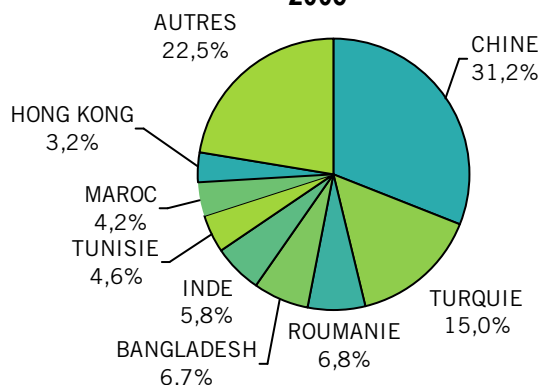
1) Rappel du bilan du démantèlement des quotas en 2005

A la lumière des statistiques du commerce extérieur de l'Union européenne de l'année 2005, il apparaît clairement que la Chine et l'Inde ont été les deux grands gagnants du démantèlement des quotas. Tandis que l'ensemble des importations européennes d'habillement a progressé en 2005 d'environ 8 % en valeur pour s'établir à 53 milliards d'euros, les importations en provenance de Chine ont augmenté de 47 %, contre une hausse de 32 % pour l'Inde. En revanche, les approvisionnements en provenance des autres pays asiatiques ont connu un recul de 13 %. La Chine a ainsi véritablement écarté ses concurrents asiatiques, à l'exception notable de l'Inde. La part de la Chine dans les importations d'habillement de l'Union européenne est passée de 23 à 31 % (+ 8 points) en valeur entre 2004 et 2005, tandis que celle de l'Inde est passée de 5 à 6 % (+ 1 point).

Importations d'habillement de l'Union européenne
Vêtements maille et chaîne et trame
Millions d'euros



Répartition des importations d'habillement de l'Union européenne
Vêtements maille et chaîne et trame
2005



Habillement maille et chaîne et trame :
Les gagnants et les perdants du démantèlement des quotas
Variations de parts de marché dans les importations de l'UE en valeur
2005/2004

En points de pourcentages	GAINS	PERTES
Chine	8.3	
Inde	1.1	
Etats-Unis	0.1	
Autres pays d'Asie		5.1
Maroc		0.7
Tunisie		0.7
Turquie		0.5
Egypte		0.1
Roumanie		1.0
Autres		1.4

Les gains de parts de marché dans les importations d'habillement de l'Union européenne se sont ainsi concentrés, suite au démantèlement des quotas, essentiellement sur la Chine et l'Inde qui ont gagné (entre 2004 et 2005) respectivement 8 et 1 point de part de marché dans les approvisionnements de l'Union européenne. En revanche, les pertes de parts de marché ont surtout concerné les autres pays d'Asie (- 5,1 points). Pour les pays méditerranéens, si les pertes de parts de marché dans les importations européennes ont débuté avant le démantèlement des quotas, l'année 2005 a vu la part des pays de la région se fragiliser davantage (perte de 0,7 point pour le Maroc et la Tunisie, recul de 0,5 point pour la Turquie et de 0,1 point pour l'Egypte).

Remise en place de quotas à l'encontre de la Chine

Face à la percée chinoise, le commissaire européen au Commerce M. Peter Mandelson et le ministre chinois du Commerce M. Bo Xilai ont signé le 10 juin 2005 un accord prévoyant la **réintroduction de quotas sur dix catégories de produits jusqu'à la fin 2007**. Les catégories de produits, dites catégories AMF, concernent les regroupements suivants : tee-shirts, pull-overs, pantalons, chemisiers, robes, soutiens-gorge, tissus de coton, linge de lit, linge de table, fils de lin.

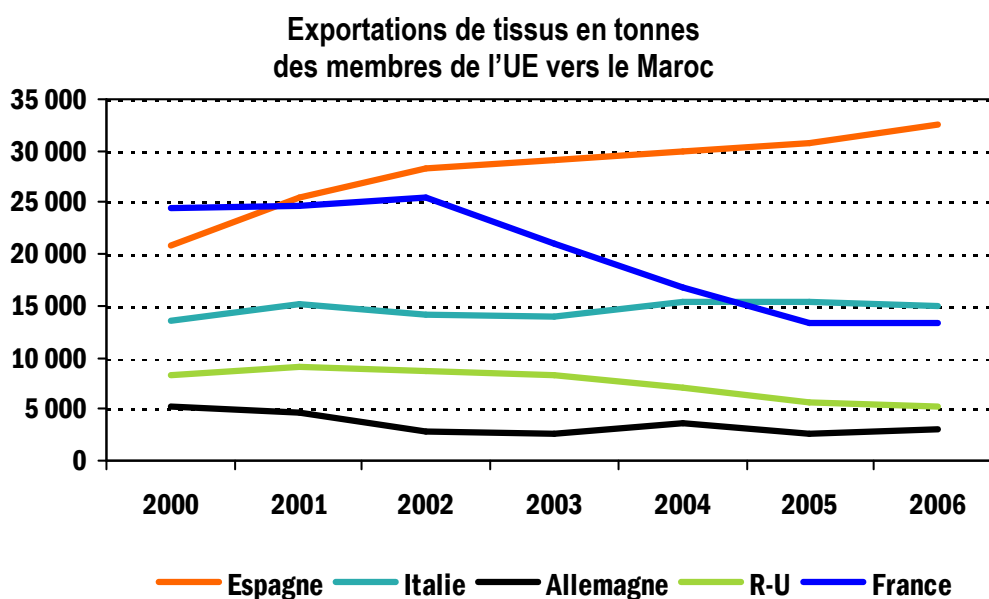
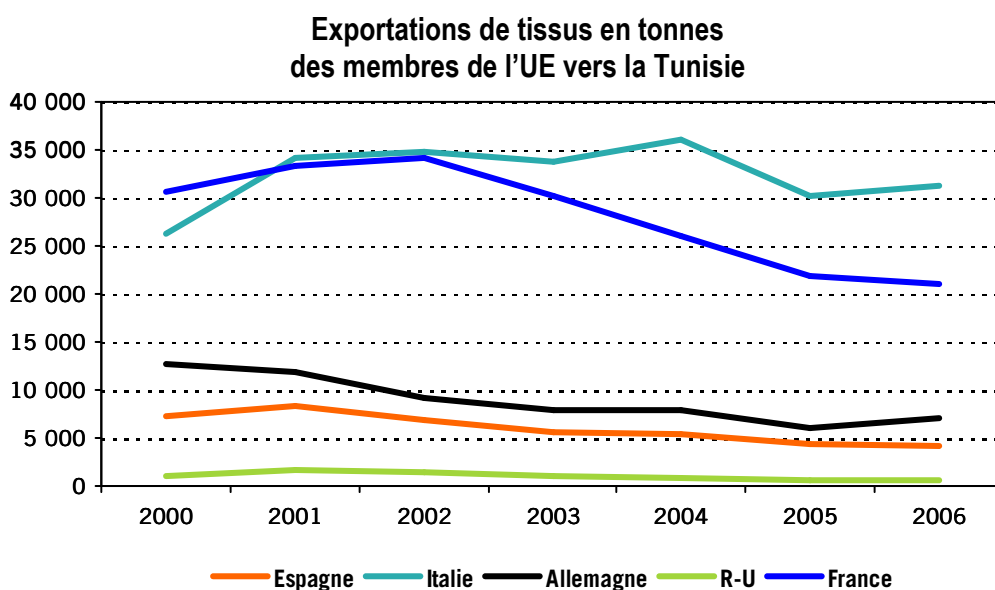
Ce premier accord a été suivi par la signature d'un second, le 5 septembre 2005 à Pékin : M. Peter Mandelson et M. Bo Xilai sont en effet parvenus à un arrangement pour libérer les 87 millions de pièces bloquées dans les ports européens à l'été 2005. Ces produits, constituaient un dépassement par rapport aux quotas de l'accord signé le 10 juin 2005.

2) Derniers résultats 2006

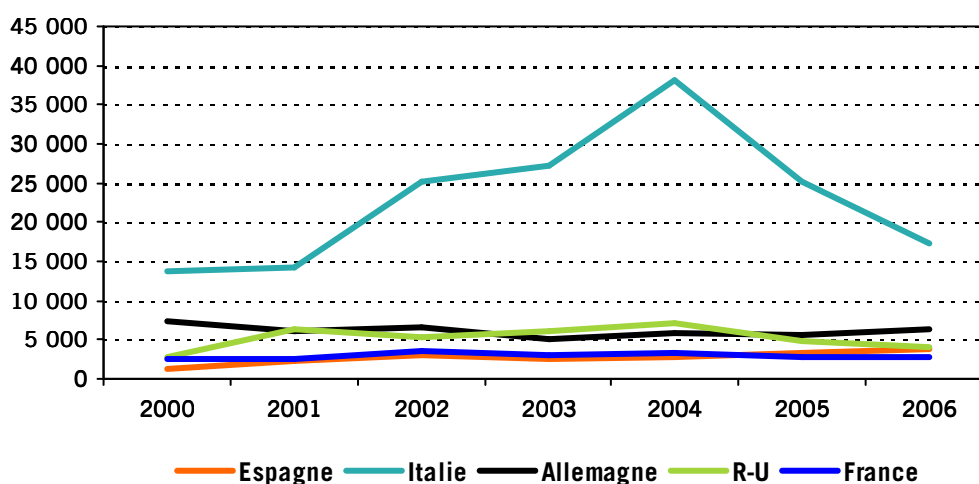
Exportations de tissus des membres de l'Union européenne

Les dernières statistiques de l'année 2006 montrent que les exportations de tissus des membres de l'Union européenne vers les trois principaux clients méditerranéens (Tunisie, Maroc, Turquie) ont suivi la même tendance que celle observée ces dernières années :

- L'Italie maintient sa position de premier fournisseur de tissus de la Tunisie
- L'Espagne renforce sa position de premier fournisseur de tissus du Maroc
- L'Italie est toujours le premier fournisseur européen de tissus de la Turquie mais sa position s'éteint.



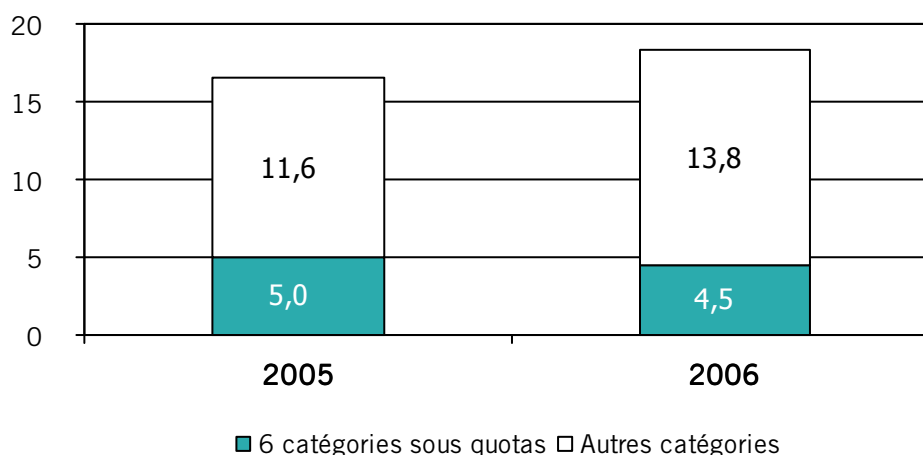
Exportations de tissus en tonnes des membres de l'UE vers la Turquie



Importations d'habillement de l'Union européenne

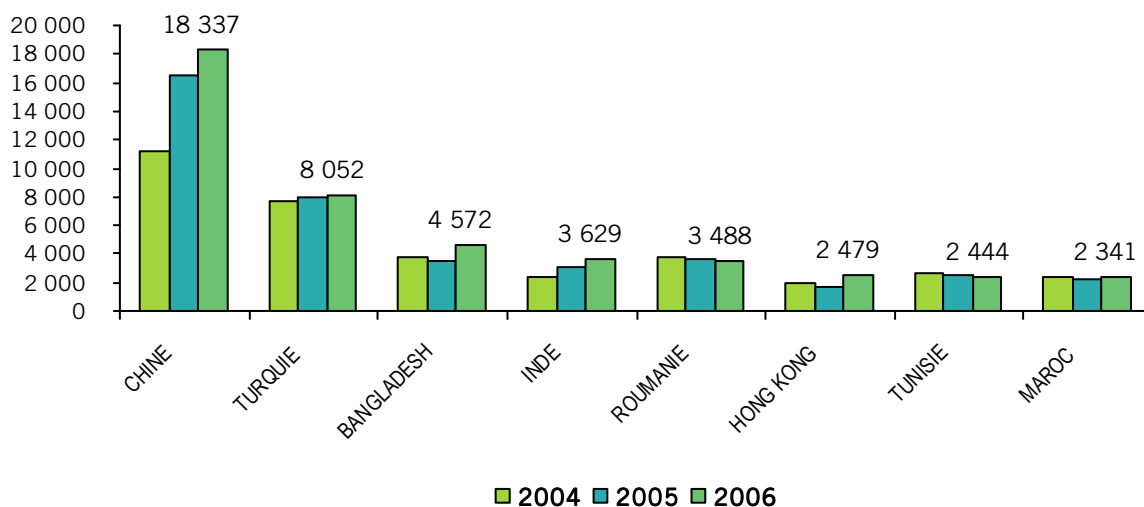
Les importations d'habillement de l'Union européenne ont totalisé 59 milliards d'euros en 2006, soit une croissance de 11 % par rapport à 2005. La réintroduction de quotas sur une dizaine de catégories de produits à l'encontre de la Chine a conduit les donneurs d'ordres et les marques à diversifier leur *sourcing* : la croissance des approvisionnements en provenance de Chine a ainsi connu en 2006 une croissance nettement plus limitée qu'en 2005 (+ 11 % en 2006, contre + 47 % en 2005).

Importations d'habillement de l'Union européenne en provenance de Chine Vêtements maille et chaîne et trame Milliards d'euros

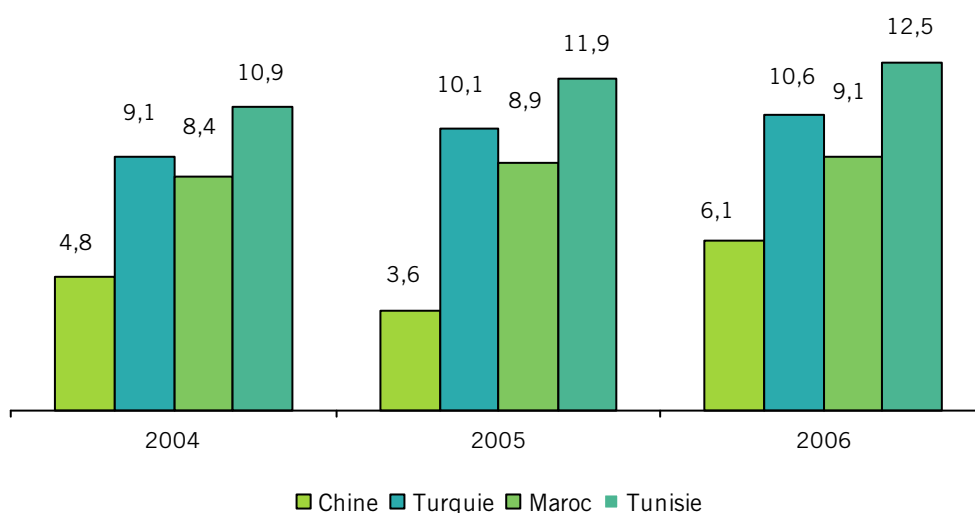


Au sein des arrivées en provenance de Chine, les importations de produits sous quotas ont connu un recul de 9 % en valeur, tandis que les importations des autres produits ont enregistré une progression de 19 %. Les producteurs chinois, à la suite de la réintroduction des quotas, ont fortement augmenté le prix de leurs exportations pour compenser les restrictions imposées par l'Union européenne. Cette stratégie a cependant peu soulagé la pression exercée sur les prix des producteurs méditerranéens. En effet, en dépit de ce mouvement de hausse des prix, la Chine est restée très compétitive, tandis que d'autres pays asiatiques ont continué d'afficher des prix très bas (voir ci-après exemple du pantalon).

Importations d'habillement de l'Union européenne
Vêtements maille et chaîne et trame
Millions d'euros



Pantalons : catégorie 6
Union européenne : comparaison de prix à l'importation en euros



La hiérarchie des fournisseurs de l'Europe s'est modifiée en 2006, puisque le Bangladesh et l'Inde ont dépassé la Roumanie (qui est passée de la troisième à la cinquième place), tandis que Hong-Kong a surclassé la Tunisie et le Maroc (dorénavant à la septième et huitième place).

La remise en place des quotas a essentiellement profité aux pays asiatiques voisins de la Chine. Les importations d'habillement de l'Union européenne en provenance du Bangladesh ont ainsi augmenté de 30 % en valeur (+ 47 % pour Hong-Kong, + 18 % pour l'Inde). Pour l'ensemble des pays d'Asie (Chine comprise), la hausse des importations de l'Union européenne est finalement restée sur la même tendance en 2005 et en 2006 (+16 et + 17 %).

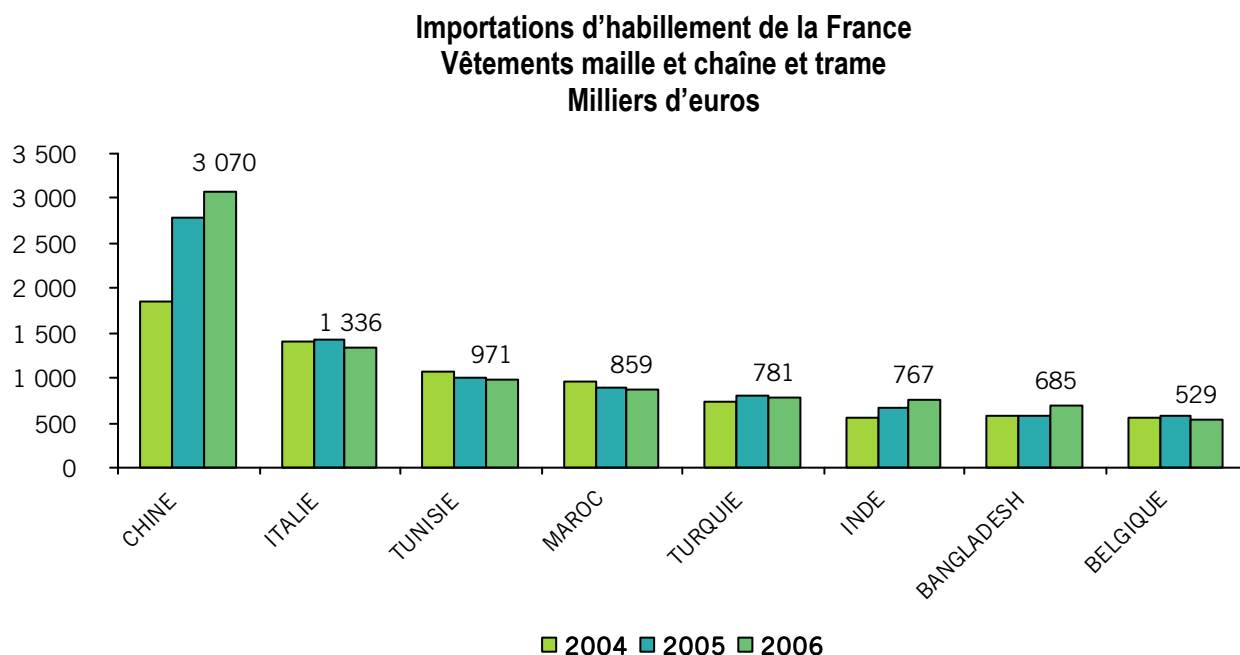
S'agissant des pays méditerranéens, la remise en place des quotas a contribué à améliorer l'activité de la région. Ainsi en provenance de l'ensemble des pays du pourtour méditerranéen, les importations d'habillement de l'Europe ont augmenté de 2 % en 2006 alors qu'elles étaient restées stables en 2005.

**Evolution des importations d'habillement de l'UE en valeur
Vêtements maille et chaîne et trame**

	2005/2004	2006/2005
ALGERIE	+ 21 %	+ 16 %
EGYPTE	- 3 %	+ 14 %
MAROC	- 7 %	+ 5 %
TUNISIE	- 6 %	0 %
TURQUIE	+ 4 %	+ 1 %
PAYS MED.	0 %	+ 2 %
ROUMANIE	- 6 %	- 3 %
BULGARIE	+ 2 %	+ 11 %
PECO	- 5 %	+ 1 %
CHINE	+ 47 %	+ 11 %
HONG KONG	- 13 %	+ 47 %
INDE	+ 32 %	+ 18 %
TOTAL ASIE	+ 16 %	+ 17 %
EXTRA-UE	+ 7 %	+ 11 %

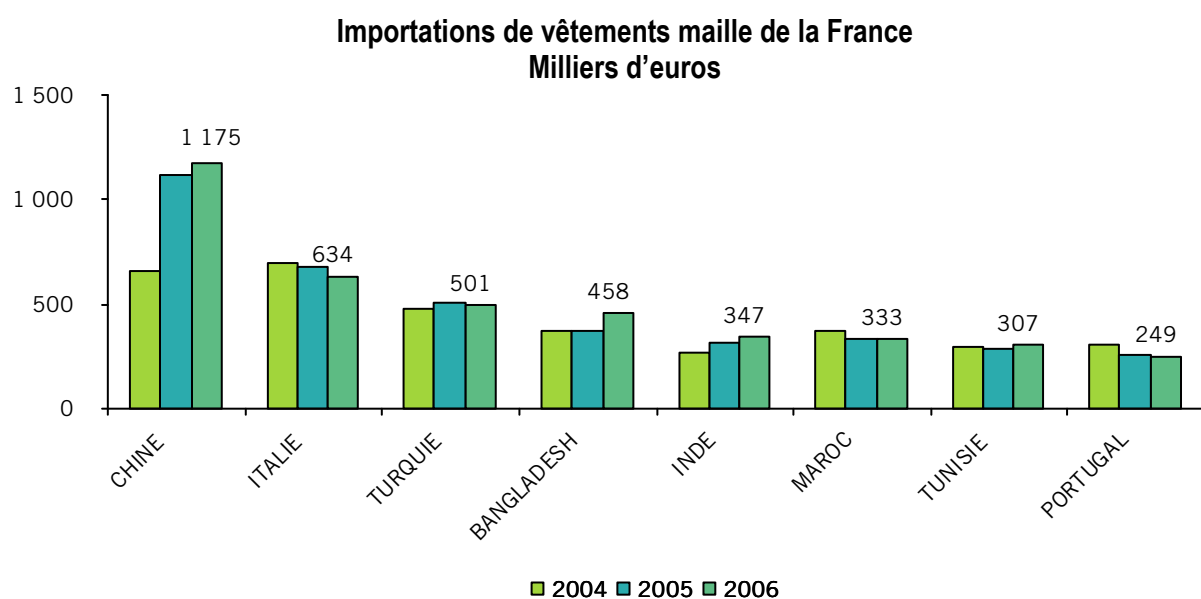
**Importations d'habillement de l'UE en valeur en 2006
Vêtements maille et chaîne et trame
Milliers d'euros**

TURQUIE	8 051 557
TUNISIE	2 443 829
MAROC	2 340 832
EGYPTE	374 956
ALGERIE	279

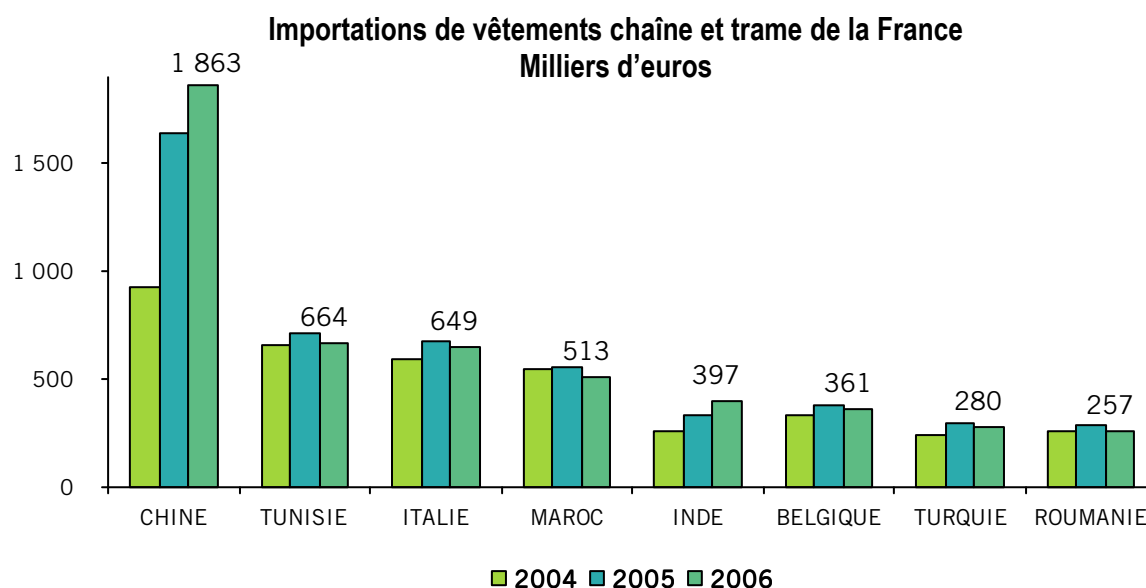
Importations d'habillement de la France

Les importations d'habillement de la France ont totalisé 14 milliards d'euros en 2006, soit une progression de 3 % par rapport à 2005. Les importations en provenance de Chine ont progressé de 10 % en 2006. Trois pays du Bassin méditerranéen figurent parmi les cinq premiers fournisseurs de la France : la Tunisie, le Maroc et la Turquie au troisième, quatrième et cinquième rang.

Les importations d'habillement de la France en provenance de Tunisie et de Turquie ont accusé des replis de 3 % en valeur, contre un retrait de 4 % depuis le Maroc. L'Egypte se situe au quarantième rang des fournisseurs de la France, tandis que l'Algérie est au 102^e rang.



Les importations de vêtements maille de la France ont totalisé 6 milliards d'euros en 2006, soit une progression de 4 % par rapport à 2005. Parmi les pays du Bassin méditerranéen, la Turquie est l'acteur principal (troisième fournisseur de la France), tandis que le Maroc et la Tunisie occupent le sixième et septième rang.



Les importations de vêtements chaîne et trame de la France ont totalisé 7 milliards d'euros en 2006, soit une progression de 2 % par rapport à 2005. Les pays du Maghreb sont des fournisseurs importants : la Tunisie occupe le deuxième rang des fournisseurs, tandis que le Maroc est en quatrième position. La Turquie, quant à elle, est le septième fournisseur de la France en vêtements chaîne et trame.

II - SYNTHES PAYS

Après avoir dressé un panorama économique de la zone Euromed et analysé les mutations de l'environnement concurrentiel international, nous nous proposons d'étudier dans cette partie les systèmes productifs des différents pays de façon à dresser un état des lieux des filières textile-habillement locales. L'enjeu est de taille pour les acteurs français car les confectionneurs maghrébins constituent un débouché essentiel pour les exportations françaises de tissus (le Maroc et la Tunisie ont concentré environ 24 % des exportations françaises de tissus au cours de l'année 2006). Les synthèses pays qui suivent ont été effectuées à l'aide de missions conduites dans les pays méditerranéens par l'IFM et les experts associés à l'étude. Au cours de ces missions, des interviews d'industriels, d'organisations professionnelles et de membres des missions économiques permettent de dresser un état des lieux de la filière et d'identifier les forces et faiblesses des différents pays. Le point de vue des donneurs d'ordres a également été intégré à la suite d'enquêtes téléphoniques réalisées par l'IFM auprès des principaux acteurs européens et méditerranéens.

A. TUNISIE

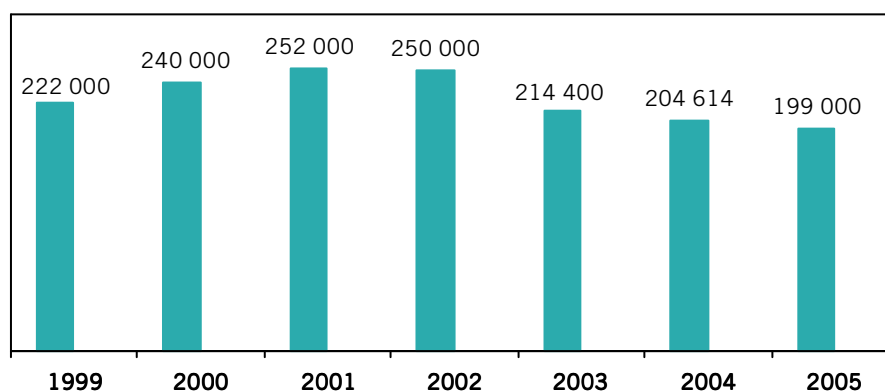
1. Chiffres clés 2005

Population : 10 millions d'habitants

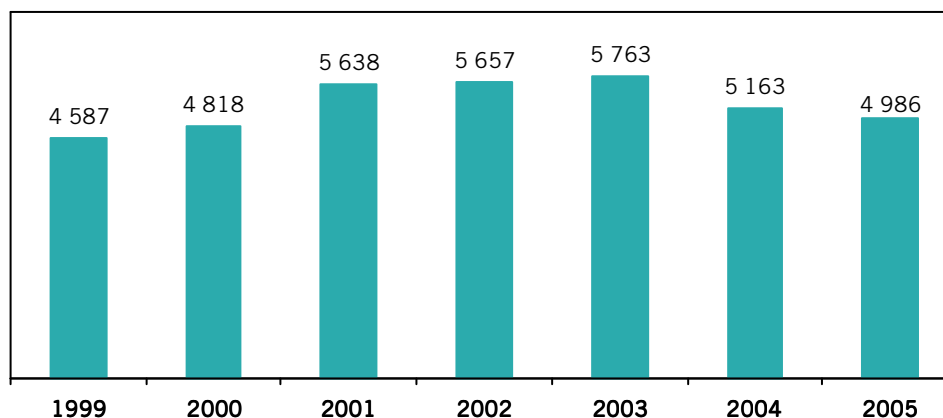
Poids du textile-habillement : 34,7 % des exportations du pays

Poids dans les exportations mondiales d'habillement : 1,2 %

Evolution de l'emploi de la filière textile-habillement tunisienne
(source : Centre Technique Textile de Tunisie)



Production tunisienne de textile-habillement en millions de dinars (source CETTEX)



2. Etat de la filière

- Pas d'accès aux matières premières
- Filatures (pour les non intégrées) :
 - Très peu nombreuses, la majorité des fils utilisés par la filière est importée d'Europe, de Turquie et d'Asie
- Tissus :
 - Hormis quelques belles unités en tissus denim, l'offre est très peu abondante, les fils sont principalement importés d'Europe en admission temporaire, de Turquie ou d'Asie
- Ennoblement :
 - Faiblesse de la filière textile tunisienne, difficulté pour transformer les écrus importés
 - Point fort pour le délavage (Jeans)
- Confection maille
 - Spécialisation dans le sportswear, le tee-shirt, la lingerie et la corseterie
 - La maille représente en 2004 19 % de la production tunisienne
 - Nombreuses entreprises exportatrices
- Confection chaîne et trame :
 - Spécialisation dans le Jean, le pantalon ville et le vêtement de travail
 - Représente 72 % de la production tunisienne
 - Concentration excessive des exportations vers l'Union européenne

3. Forces et Faiblesses

- Faiblesses
 - Filière amont déficiente (filature, tissage, ennoblement)
 - Rôle prédominant de la sous-traitance ; co-traitance insuffisamment développée
 - Marché intérieur moins important que les voisins méditerranéens
 - Les capitaux de la filière sont étrangers
- Forces
 - Réactivité, fiabilité, respect des délais, peu de lourdeurs administratives
 - Transports peu coûteux et réguliers
 - Entreprises équipées d'outils de production moderne
 - Proximité géographique avec la France et l'Italie
 - Montée en gamme de la production
 - Liens historiques avec le sentier parisien

B. MAROC

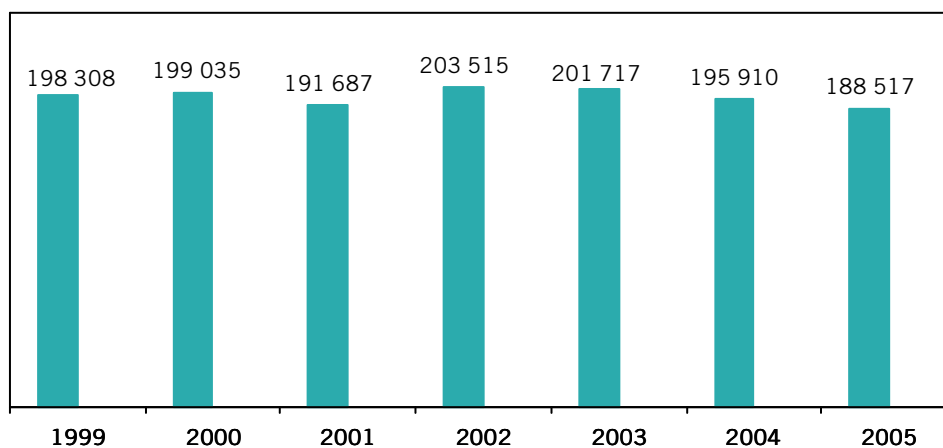
1. Chiffres-clés 2005

Population : 31 millions d'habitants

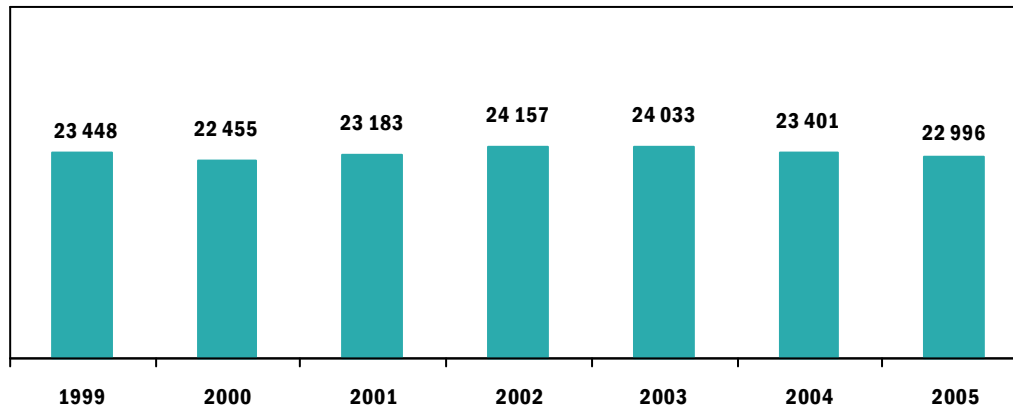
Poids du textile-habillement : 27,5 % des exportations du pays

Poids dans les exportations mondiales d'habillement : 1,0 %

Evolution de l'emploi de la filière textile-habillement marocaine
(Source : Association Marocaine des Industries du textile et de l'Habillement)



Production marocaine de textile-habillement en millions de dirhams (source AMITH)



2. Etat de la filière

- Pas de matières premières qui correspondent à une utilisation industrielle
- Filatures (pour les non intégrées) :
 - Productivité et mise à niveau à améliorer
 - Orientées majoritairement pour l'usage de la production de tissus marocains traditionnels pour ameublement

- Tissus :
 - Production de tissus ameublement et habillement, destinée aux marchés orientaux
 - Bon potentiel en tissus denim reposant sur des entreprises filiales de grands groupes étrangers (Tavex, Legler, Icoma, etc. : filature, teinture indigo, tissage)
- Ennoblement :
 - Point faible : frein majeur pour la construction d'une filière complète
 - Uniquement intégré : il n'existe pratiquement pas de production de finissage à façon ce qui empêche le développement de l'activité de *converting*
 - Savoir-faire en finition jeans et teinture en plongée
 - Peu d'investissement dans le secteur
- Confection maille
 - Majorité d'entreprises avec une intégration tricotage-confection
 - Savoir-faire en tee-shirts, pull-overs
- Confection chaîne et trame :
 - Production pour tout type de vêtements (avec une spécialisation pour le pantalon)
 - Concentration excessive des exportations : plus de 80 % des exportations sont destinées à trois pays : France, Espagne et Royaume-Uni.

3. Forces et Faiblesses

- Faiblesses
 - Coût minute plus cher que la Tunisie
 - Manque de fiabilité (qualité, respect des délais)
 - Rôle prédominant de la sous-traitance ; co-traitance insuffisamment développée
 - Lourdeur des pratiques administratives (des améliorations cependant)
 - Haut niveau d'illettrisme
- Forces
 - Proximité géographique, notamment avec l'Espagne
 - Développement du port et de la zone franche de Tanger
 - Développement du marché intérieur
 - Opportunités des accords avec les Etats-Unis

C. TURQUIE

1. Chiffres-clés 2005

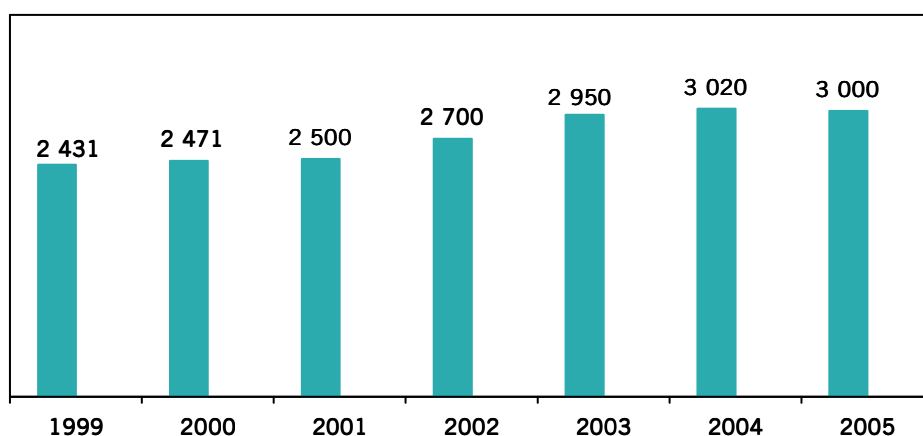
Population : 73 millions d'habitants

Poids du textile-habillement : 25,7 % des exportations du pays

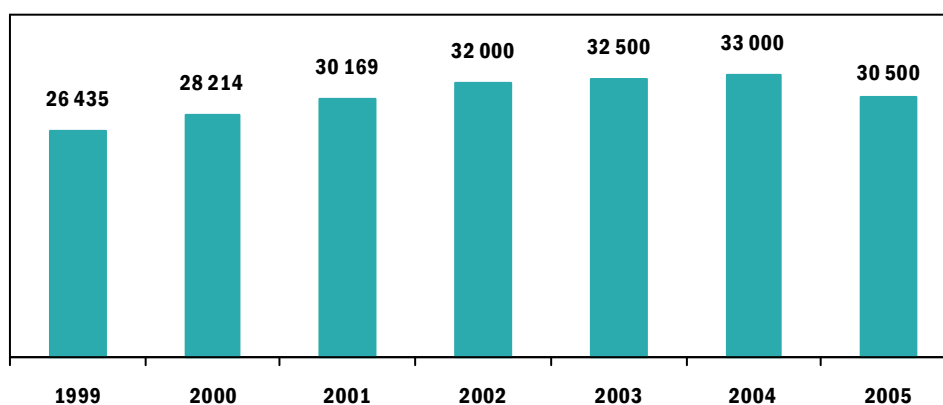
Poids dans les exportations mondiales d'habillement : 4,3 %

Poids dans les exportations mondiales de textile : 3,5 %

Evolution de l'emploi de la filière textile-habillement turque (en milliers)
(Source : Mission Economique d'Istanbul et estimations IFM)



Production turque de textile-habillement en millions de dollars
(Source : Mission Economique d'Istanbul)



2. Etat de la filière

- Contrairement au Maroc ou à la Tunisie, les capitaux de la filière textile-habillement turque sont majoritairement turcs.
- Offre de matière première locale (coton)
- Filatures (pour les non intégrées) :

- Offre importante (6^{ème} rang mondial) et de qualité pour le coton, la laine et les fibres chimiques
- Beaucoup d'unités intègrent filature et tissage
- Délocalisation de certaines filatures vers certains pays turcophones (Ouzbékistan, Turkménistan) afin de faciliter l'accès à la matière première
- Tissus :
 - Offre abondante en tissage pour habillement, capable de répondre aux standards occidentaux
 - Production de tissus d'ameublement et tissus éponge pour le linge de maison
 - Développement de textiles techniques (10-15 % de la production turque) destinés aux marchés automobiles et militaires
 - Importations d'écrus asiatiques
- Ennoblement :
 - Offre variée et complète
 - De nombreux tissus écrus asiatiques sont transformés en Turquie
- Confection maille
 - Gros investissements (parmi les premiers mondiaux) dans l'industrie du tricotage circulaire
 - Premier fournisseur de l'UE en vêtements maille avant le démantèlement des quotas
 - Délocalisations vers l'Égypte et d'autres pays voisins
- Confection chaîne et trame :
 - Développement de réseaux de distribution à l'étranger (Mavi Jeans)
 - En plus de la co-traitance, de nombreuses entreprises font du *collectionning*
 - Montée en gamme de l'offre
 - Industrie majoritairement tournée vers l'exportation (UE, Russie)
 - Marché intérieur dynamique et orienté sur les produits mode destinés aux jeunes
 - Accélération des délocalisations (Égypte, Bulgarie, Roumanie)

3. Forces et Faiblesses

- Faiblesses
 - Haut niveau des coûts salariaux
 - Le textile souffre d'un manque d'attractivité comparé aux autres secteurs
 - La Turquie est victime de la concurrence asiatique surtout sur la production de produits basiques
 - Instabilité monétaire
- Forces
 - Filière totalement intégrée de l'amont à la distribution (groupes verticalisés)
 - Proximité géographique avec l'Europe et la Russie
 - Offre complète sur tous les stades de la filière dont la matière première
 - Montée en gamme vers des produits à plus forte valeur ajoutée, développement du *collectionning*. La Turquie a pour objectif d'être la nouvelle Italie
 - Union douanière avec l'UE et multiplication des accords de libre échange avec le Maghreb
 - Développement d'un marché intérieur jeune et en forte croissance

D. EGYPTE

1. Chiffres-clés 2005

Population : 74 millions d'habitants

Poids du textile-habillement : 13,6 % des exportations du pays

Poids dans les exportations mondiales d'habillement : 0,3 %

2. Etat de la filière

- Matières premières :
 - Coton de bonne qualité (longues fibres) mais les filatures importent du coton (moins cher) de l'étranger
 - Lin : les fils de lin sont majoritairement exportés vers l'Europe et les pays de l'Est
- Filatures
 - A 90 % étatique
 - Matériel ancien, voire obsolète
 - Personnel très nombreux
 - Activité inférieure à 30 % de celles correspondant aux capacités installées
 - Le secteur privé importe des fils d'Inde ou de Chine
- Tissus :
 - Le tissage du secteur public (moyen-bas de gamme) est dans le même état que la filature
 - Le tissage du secteur privé (produits de spécialités) concerne de petites unités de production de tissus d'ameublement ou de linge de maison (importations de fils de coton de Grèce, d'Inde et de Turquie)
- Ennoblement :
 - Faiblesse réelle de la filière
 - Les entreprises sont en majorité publiques et l'offre est inadaptée
- Confection maille
 - Le tricotage circulaire est un des points forts de la production en Egypte
 - Les produits phares exportés sont les tee-shirts, les sous-vêtements et les vêtements enfants
 - Les fils sont importés de l'étranger
- Confection chaîne et trame :
 - Linge de maison, serviette éponge
 - Confection habillement chaîne et trame, jeans, prêt-à-porter haut de gamme (production en grande séries de 15 000 pièces et plus pour Gap, Marks&Spencer, etc.) ; le tissu est importé selon le système du *draw back* (*admission temporaire*)

3. Forces et Faiblesses

- Faiblesses
 - Manque de fiabilité (qualité, respect des délais)
 - Lourdeur des pratiques administratives
 - Très faible productivité
 - Management déficient ; du niveau agent de maîtrise au niveau ingénieur
 - Situation géographique relativement éloignée des marchés européens
 - Peu positionnée sur le réassort
- Forces
 - Capable de gérer des grandes séries
 - Faiblesse des coûts salariaux
 - Faiblesse des coûts annexes de production (électricité, eau, etc.)
 - Développement du marché intérieur évalué à 2,4 milliards d'euros (nombreux centres commerciaux)
 - Accès aux marchés européens et américain (QIZ)
 - Développement de la délocalisation des entreprises turques

E. ALGERIE

1. Chiffres-clés 2005

Population : 33 millions d'habitants

Poids du textile-habillement : non significatif

Poids dans les exportations mondiales d'habillement : non significatif

2. Forces et Faiblesses

- Faiblesses
 - Très faible productivité, vétusté du parc industriel
 - Faiblesse de l'investissement dans le secteur privé
 - Le secteur textile n'a jamais constitué une priorité
 - Manque de fluidité des procédures douanières
 - Management déficient
 - Secteur informel et circuits parallèles très présents
 - Climat peu propice au développement économique (instabilité, insécurité)
- Forces
 - Zone de libre échange avec l'UE en 2010
 - Investissement dans la culture du coton pour développer l'amont algérien
 - Faiblesse des coûts de production par rapport aux voisins maghrébins

F. FICHES PRODUITS

L'objet de cette partie est double : comparer les prix à l'importation avec les prix de vente au détail et analyser les différences de prix selon le pays de provenance. Néanmoins, ces différences entre pays doivent être interprétées avec prudence. En effet, d'une part la qualité des produits peut être différente selon les entreprises, et d'autre part certains entrepreneurs effectuent un chiffrage précis à l'aide du dossier technique alors que d'autres n'ont fourni qu'une estimation orale.

Jean denim vendu 80 € TTC chez une enseigne de vente à distance

	Maroc	Egypte	Tunisie	Turquie
Prix (valeur CAF en €)	11,46	10,46	12,50	14,98

Jean 5 poches enfant vendu 18 € TTC

	Maroc	Egypte	Tunisie	Turquie
Prix (valeur CAF en €)	8.07	2.62	9.06	ND

Chemise vendue 27,90 € TTC au sein d'une chaîne spécialisée

	Maroc	Egypte	Tunisie	Turquie
Prix (valeur CAF en €)	7.96	7.53	8.34	ND

Pyjama coton vendu 77 € au sein d'un grand magasin

	Maroc	Egypte	Tunisie	Turquie
Prix (valeur CAF en €)	9.12	10.7	ND	ND

Tee-shirt vendu 2,75 euros sur un site internet

	Maroc	Egypte	Tunisie	Turquie
Prix (valeur CAF en €)	3.70	3.91	3.75	ND

On observe que les prix sont relativement voisins d'un pays à l'autre et que l'écart entre le prix de production et le prix de vente est important. Il y a quelques années, le coefficient multiplicateur se situait autour de 3 alors que désormais pour certains produits, il est bien supérieur.

L'exemple du tee-shirt prouve que sur les produits basiques, la zone Euromed souffre d'un déficit de compétitivité prix puisque les prix proposés par les fournisseurs sont supérieurs au prix de vente. Dans le cas présent, le produit sera forcément fabriqué en Asie.

III - ANALYSES PROSPECTIVES ET RECOMMANDATIONS

A. L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL DE DEMAIN

Le dynamisme des chaînes spécialisées et des marques sera-t-il suffisant pour garantir le maintien de l'activité des pays du Bassin méditerranéen ?

Le paysage de la distribution française s'est profondément modifié depuis l'apparition en France du premier hypermarché en 1963. Aujourd'hui, les boutiques indépendantes ne représentent plus qu'environ 20 % des ventes d'habillement en valeur, tandis que la part des chaînes spécialisées totalise environ 40 % du marché. Après le développement de la grande distribution (vente par correspondance, hypermarchés) dans les années 70 et 80, les chaînes spécialisées ont connu un essor spectaculaire à partir de la fin des années 80. Ce furent, dans un premier temps, les chaînes françaises qui occupèrent le devant de la scène (Pimkie, Camaïeu, Promod, etc.), puis vinrent les chaînes étrangères avec les fameuses enseignes espagnoles et suédoises Zara et H & M. En près de dix ans (entre 1996 et 2005), la part de marché des chaînes spécialisées a gagné dix points et totalise 40 % de la consommation française d'habillement en valeur en 2005. Dans le même temps, la part de la vente à distance n'a pas décollé des 8 %, tandis que celle des hypers et supermarchés est passée de 17 % à 15 %. Le mouvement de concentration de la distribution s'est ainsi fait ces dernières années sous l'impulsion principale de la croissance des chaînes spécialisées.

Le véritable moteur de la consommation, notamment en vêtements féminins (la consommation de vêtements féminins représente, à elle seule, la moitié de la consommation d'habillement en valeur en France, contre 30 % pour les vêtements masculins et 20 % pour les vêtements pour enfant), réside dans le renouvellement rapide des produits, ce qui stimule l'appétit des consommateurs. Les chaînes spécialisées, en bousculant le rituel des deux collections par an au profit de la multiplication des mini-collections, ont bâti leur succès en partie sur cette stratégie.

Aujourd'hui, la mode jouant de plus en plus la carte de la réactivité, la proximité géographique constitue un atout non négligeable. Les pays méditerranéens, qui bénéficient d'une proximité à la fois culturelle et géographique avec l'Europe présentent en quelque sorte une offre de substitution à celle des confectionneurs européens d'hier, qui ont aujourd'hui largement délocalisé leur production. Les acheteurs européens sollicitent ainsi régulièrement les confectionneurs méditerranéens pour leurs réassortiments (production d'articles de la collection lorsqu'ils sont épuisés) et actualisations (production de nouveaux articles, indépendamment de la collection initiale, pour épouser l'air du temps). Les confectionneurs des régions méditerranéennes se sont spécialisés dans ce que les Italiens appellent le *pronto moda* ou *fast fashion* en misant sur la réactivité et le raccourcissement des délais de fabrication, tandis que la production des fonds de collection constitués de produits basiques et intemporels est dédiée à l'Asie.

Le nombre de pièces commandées au Maroc et en Tunisie est souvent constitué de petites séries, mais il peut également représenter des volumes importants lorsqu'il émane de chaînes spécialisées aux nombreux points de vente. C'est ainsi que le dynamisme des exportations marocaines en 2006 sous l'impulsion des commandes de l'Espagne atteste que certaines chaînes spécialisées pratiquent un *sourcing* diversifié et complètent leur panel de sous-traitants nationaux par un approvisionnement dans les régions méditerranéennes. Le groupe Inditex (Zara, Massimo Dutti, Bershka, etc.) est ainsi en passe de devenir le plus gros client du Maroc.

Le dynamisme des chaînes spécialisées dont le concept est basé sur des produits mode et une rotation rapide des cycles de production est donc de bon augure pour les producteurs des pays méditerranéens. Il n'en demeure pas moins que parmi les fournisseurs méditerranéens, seuls ceux qui sauront répondre aux exigences des donneurs d'ordres (proposition de nouveaux services, respect des délais, qualité de la production, etc.) pourront faire face à l'exacerbation de la concurrence qui devrait caractériser l'environnement économique des prochaines années. Les producteurs méditerranéens devront même faire

face à la concurrence de l'Asie sur les commandes de court terme, dans la mesure où le transport des produits par avion a tendance à progresser (l'intensification de la concurrence fait baisser les prix du transport par avion, en dépit de la hausse des prix du pétrole).

Le dynamisme des chaînes ne doit cependant pas faire oublier que les acheteurs ont tendance à privilégier les pays qui proposent une offre globale tissus et confection, ce qui est plus favorable à la Turquie, et dans une moindre mesure à l'Egypte, qu'aux autres pays du Bassin méditerranéen.

Le passage de la sous-traitance à la co-traitance est inégalement avancé selon les pays

Définitions :

Sous-traitance : le confectionneur vend des minutes de confection. C'est le donneur d'ordres qui est propriétaire du tissu.

Co-traitance : le confectionneur prend en charge financièrement l'achat du tissu. Le choix du tissu peut relever des propositions du confectionneur ou des recommandations plus ou moins strictes du donneur d'ordres. Dans certains cas, le client impose totalement le tissu au confectionneur et se déleste simplement de l'achat (et du contrôle) des tissus, c'est-à-dire du risque matières. On parlera alors de « co-traitance passive », voire de « sous-traitance déguisée ».

Aujourd'hui, pour un certain nombre de raisons, le passage de la sous-traitance à la co-traitance, s'il s'est opéré avec succès en Turquie, semble moins avancé dans les pays du Maghreb. Le Maroc et la Tunisie restent en majorité des pays de sous-traitance : le manque de matière première locale a rendu difficile le passage à la co-traitance. Il est vrai que la prise en charge du risque matière nécessite une solide capacité financière qui fait sans doute défaut à bon nombre de confectionneurs locaux. La sous-traitance peut, par ailleurs, s'avérer rassurante pour le confectionneur, dans la mesure où il n'est pas responsable des problèmes de qualité de la matière ou des retards éventuels liés à la livraison des tissus.

A terme, l'insuffisant développement de la co-traitance est sans conteste un élément pénalisant pour le Maroc et la Tunisie, car les acheteurs, même s'ils sont encore nombreux à pratiquer la sous-traitance, ont tendance à privilégier les pays qui proposent une offre globale tissus et confection. A l'inverse, la Turquie est sans doute dans une situation plus avantageuse, puisque la co-traitance y est plus largement développée. En effet, la Turquie est capable de proposer une offre complète de qualité qui s'étend des matières premières aux produits finis. Les confectionneurs turcs sont donc à même de gérer l'approvisionnement en tissus locaux ou importés à la place du donneur d'ordres et donc de sortir du simple rôle de sous-traitant. En outre, la possibilité d'obtenir des arrangements avec les fournisseurs locaux et la puissance financière des grandes entreprises turques leur permettent de gérer avec plus de facilité les problèmes de trésorerie inhérents à la co-traitance.

Le cas de l'Egypte est différent puisque les entreprises privées exportatrices d'habillement importent leurs matières premières. Il existe en Egypte un nombre important d'unités de production en amont, mais elles sont peu productives et ne permettent pas de répondre aux attentes des donneurs d'ordres occidentaux. L'Egypte reste donc avant tout une zone de sous-traitance (notamment pour les entreprises turques) mais le potentiel de développement de la co-traitance en Egypte est sans doute plus important qu'au Maghreb, car l'Egypte dispose de matières premières (coton notamment) et d'un certain savoir-faire dans la partie amont de la filière.

Les confectionneurs du Maghreb fonctionneront donc pour la plupart selon le système de la sous-traitance dans les années à venir. **Ce constat a une incidence importante pour les tisseurs européens. Ces derniers, pour répondre à la demande émanant des distributeurs et des marques qui travaillent avec les confectionneurs méditerranéens, doivent renforcer leurs liens commerciaux avec ces donneurs d'ordres en tirant partie de l'avantage de la proximité.**

La plupart des chaînes dont le concept est basé sur des produits mode à forte rotation ont historiquement une forte culture textile. Les plus performantes ont une bonne connaissance des fournisseurs de tissus au niveau

mondial et la recherche d'un tissu d'un bon rapport qualité-créativité-prix constitue pour elles un axe de différenciation. Les tisseurs européens ont donc, en réponse à cette attente, une carte à jouer dans les années à venir.

Les confectionneurs qui pratiquent la co-traitance, seront plus enclins à utiliser des tissus non européens afin d'améliorer leur compétitivité. Les confectionneurs turcs utilisent par exemple des tissus locaux et importent des écrus d'Asie qu'ils teignent sur place.

Les accords régionaux et la volonté d'élargir les sources d'approvisionnement en tissus

Droits de douane à l'importation en 2006

Provenance >>	Textile (tissus)		Habillement	
	UE	Hors UE*	UE	Hors UE*
Maroc	2.5 % - 10 %	25%	20 %	50%
Tunisie	3 %	27 %	5 %	43 %
Turquie	0 %	8%	0 %	12%
Egypte	10 %	10 %	30 %	30%
Algérie	30 %	30%	30 %	30%

* Il s'agit des droits de douane en régime commun qui s'appliquent aux pays qui n'ont pas d'accords préférentiels avec le pays.

La Turquie étant en union douanière avec l'Union européenne, les droits de douane turcs sur les produits importés sont indexés sur les droits européens.

Le Maroc a signé le 26 février 1995 un accord d'association avec l'Union européenne. Cet accord est entré en vigueur le 1er mars 2000. Cet accord établira progressivement le libre échange des produits industriels (ces produits ont libre accès vers l'Union européenne), et le Maroc s'est engagé à opérer un démantèlement tarifaire sur une période de 10 ans à compter de mars 2003.

La Tunisie est l'un des premiers pays signataires de l'Accord d'association avec l'UE dans le cadre du processus de Barcelone. L'accord a été signé le 17 juillet 1995 et est entré en vigueur le 1er mars 1998, mais le démantèlement tarifaire a été appliqué par anticipation par la Tunisie à partir du 1er janvier 1996. Cet accord prévoit la libéralisation réciproque des échanges de marchandises à l'horizon 2008.

L'Algérie a également signé un accord d'association avec l'UE dont l'entrée en vigueur a été effective en 2005. Le démantèlement tarifaire sera achevé en 2017.

L'accord d'association entre l'Union européenne et l'Egypte est entré en vigueur en 2004 et engendrera une suppression des barrières tarifaires entre l'Egypte et l'UE au plus tard en 2015.

La recherche d'une meilleure compétitivité conduit les pays méditerranéens qui ne disposent pas d'une filière textile complète, à rechercher un plus large accès aux matières premières (tissus). La politique d'ouverture du Maroc et de la Tunisie aux matières premières turques permettra aux confectionneurs locaux d'importer des tissus à des conditions tarifaires de plus en plus avantageuses dans les années à venir⁵. De plus, les approvisionnements de tissus en provenance de Turquie mais aussi d'Asie vont sans conteste connaître une croissance dans les prochaines années au Maghreb à mesure que le marché intérieur se développera.

⁵ Pour les tissus importés par les confectionneurs exportateurs de vêtements, les tissus sont exemptés de droits de douane à l'entrée quelle que soit leur origine. En revanche, les vêtements exportés vers l'Union européenne se verront imposer un droit de douane à l'entrée si les tissus ne sont pas européens ou turcs.

De surcroît, l'érosion de la préférence accordée par l'Union européenne aux producteurs méditerranéens (la baisse probable des droits de douane européens dans les années à venir amoindrira mécaniquement l'avantage dont bénéficient les producteurs méditerranéens par rapport aux autres fournisseurs de l'Union européenne), les conduit à considérer qu'il est finalement trop contraignant de devoir utiliser des tissus européens souvent plus chers, uniquement pour bénéficier de l'entrée à droit nul sur les marchés européens. L'enjeu de l'éventuelle refonte des règles d'origine par la Commission européenne est de première importance, dans la mesure où le nouveau règlement, s'il va dans le sens d'un assouplissement des règles d'origine, facilitera un *sourcing* de tissus non européens pour les exportateurs méditerranéens.

Dans un contexte où la concurrence s'exacerbe, l'amélioration de la compétitivité devient déterminante et se traduit par la recherche d'un *sourcing* tissus au meilleur prix. C'est dans ce contexte qu'il faut aussi interpréter le développement des accords entre les pays du Bassin méditerranéen. Si ces accords rentrent dans le cadre des préalables nécessaires à la construction d'une zone de libre-échange entre l'Union européenne et les pays méditerranéens à l'horizon 2010 (conformément à la déclaration de Barcelone en 1995), ils sont bien évidemment un moyen d'améliorer la compétitivité des confectionneurs en élargissant leurs possibilités d'approvisionnements en tissus.

Entré en vigueur le 1^{er} janvier 2006, **l'accord entre le Maroc et la Turquie** instaure progressivement une zone de libre-échange entre les deux pays sur une période de dix ans.

Entré en vigueur en juillet 2006, **l'accord entre la Tunisie et la Turquie** a accordé la franchise douanière pour les produits industriels tunisiens à l'entrée de la Turquie et un démantèlement par étape (s'achevant en 2014) pour les produits turcs.

L'accord d'Agadir devrait entrer en vigueur prochainement, probablement d'ici fin 2007. Il permet la création d'une zone de libre-échange couvrant tous les produits, **entre la Tunisie, le Maroc, la Jordanie et l'Egypte**.

Les années à venir seront sans doute caractérisées pour les pays du Bassin méditerranéen par la recherche d'une meilleure compétitivité, grâce à un redéploiement du *sourcing* tissus, ce qui sera préjudiciable aux tisseurs européens.

Certains accords commerciaux devraient permettre aux pays du Bassin méditerranéens d'élargir leurs débouchés commerciaux au continent américain. **L'accord de libre-échange entre le Maroc et les Etats-Unis** est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2006. Cet accord constitue un potentiel de développement important pour le Maroc (Tanger n'est qu'à cinq jours de bateau de New-York) mais également pour les marques européennes qui souhaiteraient s'implanter au Maroc et bénéficier des débouchés du vaste marché américain. S'agissant des tissus, les règles d'origine prévoient une dérogation pour utiliser des tissus hors zone de 30 millions d'équivalent m² par an, pour une période de quatre ans, ce qui correspond grosso modo à 10 000 tonnes de tissus (la France exporte environ 15 000 tonnes de tissus vers le Maroc), soit un débouché relativement modeste.

De même, la signature de l'accord sur les **Qualified Industrial Zones (QIZ)** en décembre 2004 entre **l'Egypte, Israël et les Etats-Unis** devrait favoriser les investissements en Egypte (cet accord permet aux entreprises égyptiennes d'exporter à droit nul vers les Etats-Unis dès lors qu'elles sont installées dans une QIZ et que les produits incorporent au moins 12 % de composants israéliens). Les investisseurs turcs et, de plus en plus, asiatiques semblent pour leur part intéressés par cette ouverture vers le marché américain, comme en témoignent certaines implantations récentes.

2008 : démantèlement des derniers quotas à l'encontre de la Chine

Si l'on en juge par les statistiques d'évolution des importations d'habillement de l'Union européenne en 2006, la remise en place de quotas sur les importations chinoises au mois de juin 2005 a limité la progression des arrivées en provenance de l'Empire du Milieu à environ + 11 % en valeur. La réintroduction de quotas sur une dizaine de catégories de produits à l'encontre de la Chine a en effet conduit les distributeurs, les confectionneurs et les marques à s'adresser à d'autres pays fournisseurs. Ce mouvement a essentiellement profité à l'Asie, comme en témoigne la progression des arrivées en provenance de Hong Kong au cours de l'année 2006 : + 47 % en valeur par rapport à 2005 (+ 18 % en provenance d'Inde, + 30 % depuis le Bangladesh).

Pour l'ensemble des pays d'Asie (Chine comprise), la hausse des importations d'habillement de l'Union européenne est finalement restée sur la même tendance ces deux dernières années : + 17 % en 2006, contre + 16 % en 2005. Ces évolutions rappellent le principe des vases communicants, puisque le surplus d'importations en provenance des autres pays d'Asie a compensé quasiment à l'identique le ralentissement du *sourcing* en Chine.

De l'autre côté de la Méditerranée, ce sont les achats au Maroc qui bénéficient de l'embellie la plus marquée. Ainsi, les importations d'habillement de l'Union européenne en provenance du Maroc ont connu une croissance de 5 % en valeur en 2006. Cette amélioration de l'activité est moins liée à la remise en place de quotas qu'au renforcement des approvisionnements des donneurs d'ordres espagnols. Ces derniers ont en effet augmenté leurs importations d'environ 28 % en provenance du Royaume au cours de l'année 2006.

Les importations d'habillement de l'Union européenne en provenance de Turquie ont également bénéficié d'une augmentation, bien que plus modeste (+ 1 % en valeur). En revanche, les arrivées en provenance de Tunisie sont restées stables par rapport à 2005.

Faut-il s'attendre à revivre lors du démantèlement des derniers quotas chinois en 2008, la même situation qu'au début de l'année 2005 ?

On peut sans doute s'attendre dès la fin de l'année à un renforcement des approvisionnements en Chine. Cet effet de balancier se fera au détriment de Hong Kong et du Bangladesh notamment. L'engouement pour la Chine sera néanmoins moins marqué qu'en 2005, car les donneurs d'ordres ont tendance à diversifier leur *sourcing* de façon à ne pas dépendre d'un seul fournisseur. De surcroît, les donneurs d'ordres feront sans doute preuve d'une certaine prudence dans la mesure où un nouvel accord entre la Chine et l'Europe pourrait éventuellement voir le jour et parce qu'ils ne souhaitent pas revivre l'épisode de l'été 2005 avec le blocage des containers dans les ports. Par ailleurs, face aux incertitudes monétaires, la majorité des distributeurs européens veille à conserver un volant d'achats en euros pour lisser quelque peu les risques liés à l'évolution de la parité euro-dollar. Outre la sécurisation des achats, la diversification des zones d'approvisionnements permet aux donneurs d'ordres de mieux valoriser les savoir-faire des différentes régions du monde. Le Maroc et la Tunisie ont ainsi tiré partie ces dernières années du retour en vogue du jean dans les garde-robes.

Les grands acheteurs européens pourront donc difficilement se passer des fournisseurs méditerranéens. Les pays du Maghreb (Tunisie et Maroc pour l'essentiel) ont été les destinations de prédilection des investissements français à partir des années 80 et ce n'est qu'au début des années 2000 que la position concurrentielle du Maroc et de la Tunisie a commencé à s'éroder, à la suite de la percée de la Chine mais également des Pays de l'Est après la chute du Mur en 1989.

B. RECOMMANDATIONS

L'analyse prospective des pays du Bassin méditerranéen nous permet, à ce stade de la réflexion, d'établir un certain nombre de recommandations. Celles-ci s'adressent aux acteurs de la filière textile-habillement française. Elles peuvent s'adresser aux industriels de l'amont de la filière, aux confectionneurs, aux marques comme aux distributeurs.

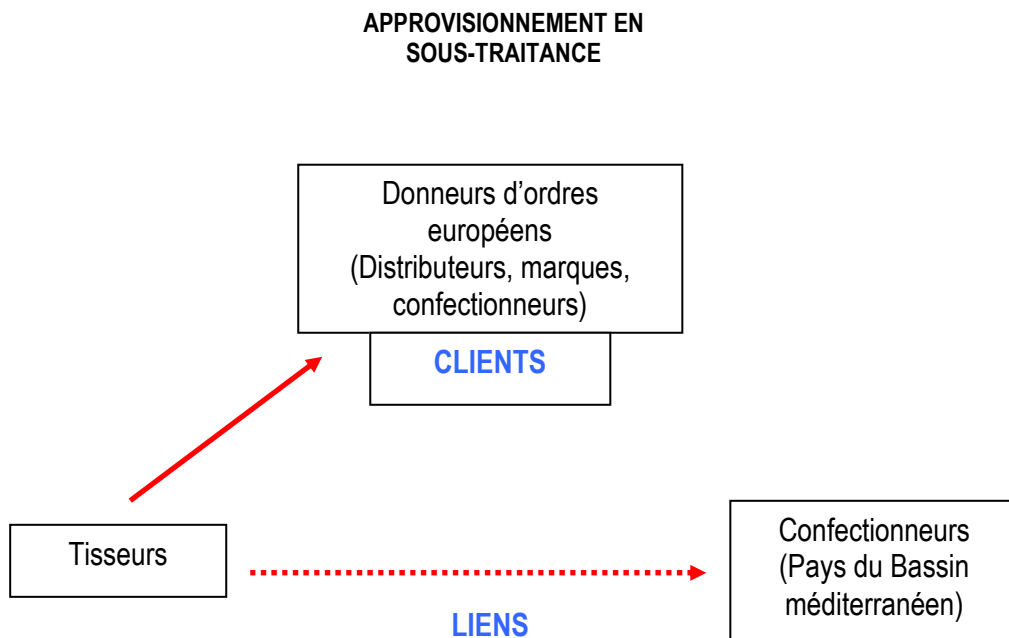
1. Recommandations vis-à-vis des tisseurs et ennoblisseurs

S'agissant du Maroc et de la Tunisie, le fait que la sous-traitance continue d'y être majoritaire est, à notre sens, une information que les tisseurs français se doivent de bien intégrer.

- Consolidation des positions vis-à-vis des confectionneurs du Maghreb

Il apparaît vital que les tisseurs français consolident leurs position vis-à-vis des confectionneurs du Maghreb. Car à moyen terme, deux éléments vont continuer de fragiliser leurs débouchés dans la région. En premier lieu, les acheteurs européens vont privilégier les zones d'approvisionnements qui proposent une offre globale (tissage et confection) au détriment du Maroc et de la Tunisie, ce qui diminuera mécaniquement l'activité des confectionneurs maghrébins et en conséquence, leurs besoins en tissus. D'autre part, les pays d'Afrique du Nord vont chercher dans les prochaines années à s'approvisionner en tissus meilleur marché, en dehors de l'Union européenne, de façon à améliorer leur compétitivité, ce qui sera préjudiciable aux tisseurs français.

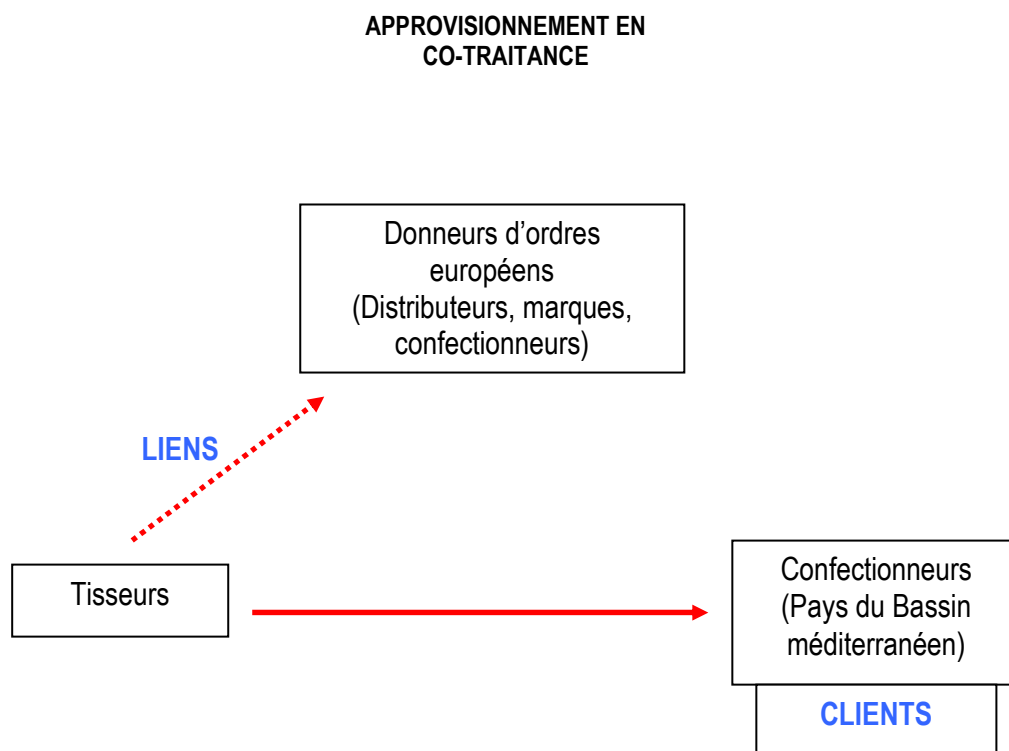
- Il est nécessaire que les tisseurs tissent des liens plus forts et continus avec les confectionneurs, les donneurs d'ordres et le marché.



Dans le cadre d'un mode d'approvisionnement basé sur la sous-traitance, les clients des tisseurs sont les donneurs d'ordres européens. Les tisseurs sont, en quelque sorte, dans l'expectative et leur activité dépend des donneurs d'ordres. Il est donc important qu'ils adaptent leur créativité à leur cible de clientèle, de façon à

être suffisamment sollicités par les marques et les chaînes spécialisées. Les tisseurs doivent donc être en phase avec les tendances du marché. Nous avons pu constater, lors de nos missions dans les pays du Bassin méditerranéen, que l'image des tissus français s'était dégradée ces dernières années, tant en terme de compétitivité-prix que de créativité. Pour améliorer leur compétitivité, certains tisseurs développent une activité complémentaire de négoce à partir de tissus asiatiques écrus.

La stratégie idéale pour les tisseurs et ennoblisseurs serait de participer au pilotage de la filière en se rapprochant des confectionneurs des pays du Bassin méditerranéen, de façon à s'imposer comme force de proposition (en partenariat avec le confectionneur) vis-à-vis des clients donneurs d'ordres européens.



Dans le cas d'un mode d'approvisionnement basé sur la co-traitance, les clients des tisseurs sont les confectionneurs. Les tisseurs devront, dans ce cas, impérativement se rapprocher des confectionneurs car ces derniers auront naturellement tendance à solliciter les tisseurs proches de leurs ateliers de confection. Les confectionneurs turcs ont ainsi tendance à faire appel à des tisseurs locaux, au détriment des tisseurs français. Les confectionneurs turcs dont les volumes de production sont pourtant considérables font en effet relativement peu appel aux tisseurs français. Pour créer des liens avec les confectionneurs, la démarche de certains tisseurs français qui ont des bureaux en Turquie ou au Maghreb nous semble être une bonne stratégie. Dans le cas d'un mode d'approvisionnement basé sur la co-traitance, au-delà du lien avec les clients confectionneurs, les tisseurs devront également continuer à consolider les relations avec les acheteurs européens.

- Développement vers le grand export

Par ailleurs, dans la mesure où les tisseurs français vont être confrontés à une érosion de leurs débouchés au Maghreb, il devient pour eux vital d'élargir la prospection de leur clientèle au grand export, à l'image des tisseurs italiens qui sont les plus dynamiques sur les marchés asiatiques (en 2006, 15 % des exportations italiennes de tissus en valeur ont été destinées à l'Asie, contre seulement 6 % pour la France et 8 % pour

l'UE). L'Asie représente déjà la zone que privilégient une majorité de donneurs d'ordres internationaux pour la confection. C'est en Asie que se concentrent la majorité des investissements mondiaux de la filière. **Il apparaît dès lors nécessaire que l'industrie textile française adopte une attitude résolument conquérante vis-à-vis de cette zone, en terme d'exportation comme en terme de *sourcing* ou d'investissements.**

Les tisseurs français devront sans doute être accompagnés dans ces démarches prospectives commerciales ou industrielles, dans la mesure où les entreprises françaises sont essentiellement constituées de Petites et moyennes entreprises.

2. Recommandations vis-à-vis des marques et des distributeurs

- Développer la présence française sur le marché turc

Les pays du Bassin méditerranéen représentent également des potentiels de consommation importants pour les marques et les distributeurs français. Ce débouché sera d'autant plus aisément mis à profit que les droits de douane des pays sont amenés à être progressivement démantelés dans le cadre des accords d'association avec l'Union européenne. Les pays du Bassin méditerranéen présentent un profil démographique jeune qui constitue un vivier de consommation de taille. De même, à terme, le développement des classes moyennes contribuera à faire converger les modes de consommation locaux vers les standards occidentaux.

Les potentiels de consommation sont certes à mettre en relation avec la taille des marchés intérieurs des différents pays. Ainsi, le potentiel du Maroc nous apparaît plus conséquent que celui de la Tunisie, en raison des différents niveaux de population des deux pays. Il faut toutefois relativiser ce constat car ce sont surtout les capitales ou les villes phares de chaque pays qui affichent les niveaux de vie les plus élevés et qui constituent donc les plus forts potentiels de consommation, indépendamment du niveau d'ensemble de la population. Ainsi au Maroc, Casablanca ou Rabat rassemblent les élites de la population marocaine et ne sont pas, loin s'en faut, représentatives du niveau de vie moyen de l'ensemble du Royaume. De la même façon, s'agissant de la Tunisie, la Capitale Tunis n'est pas non plus représentative de l'ensemble du pays.

La Turquie présente des atouts extrêmement intéressants : la croissance de l'économie turque avoisine les 8 % sur la période (2004-2006), la population turque est jeune et urbaine (plus de 30 % des turcs ont moins de 15 ans et 64 % de la population vit en zone urbaine), la consommation en produits technologiques et de communication est vigoureuse (16 millions d'utilisateurs d'internet et 40 millions d'utilisateurs de téléphones portables), et enfin la part de l'alimentation dans le budget des ménages ne représente que 33 %. Il n'est dès lors pas étonnant de voir des centres commerciaux à la pointe de la modernité se développer à Istanbul. Les marques sont présentes pour y satisfaire l'appétit de marques européennes des jeunes consommateurs turcs dont le pouvoir d'achat progresse fortement (on estime que le revenu moyen par tête sera de l'ordre de 7 800 € en 2030).

La Turquie nous semble présenter un marché en pleine mutation qui devrait faire l'objet d'une meilleure attention de la part des distributeurs et des marques françaises.

Les statistiques sur le nombre de chaînes françaises implantées en Turquie indiquent que ce débouché est insuffisamment valorisé par les distributeurs français. Les statistiques de l'Annuaire IFM mode, textile, maison 2006 révèlent que environ une dizaine de chaînes françaises sont implantées en Turquie (Etam lingerie, 123, Intersport, Sport 2000...), contre une trentaine au Maroc et une vingtaine en Tunisie.

En Egypte, on trouve également des centres commerciaux destinés à une très riche clientèle égyptienne. Ce pays possède également une population importante et jeune, mais le niveau de vie par habitant reste bien en

deçà de celui des Turcs. Ainsi, à l'exception d'une classe très aisée friande de produits de luxe, le marché égyptien semble plus difficile à pénétrer pour les marques françaises. Il reste que les marques françaises devraient également considérer l'Egypte comme une région au débouché potentiel non négligeable. En effet, les accords QIZ⁶ permettent d'avoir un accès préférentiel vers le marché américain. Le même raisonnement vaut également pour l'accord entre le Maroc et les Etats-Unis qui ouvre des perspectives pour les marques européennes (Tanger n'est qu'à cinq jours de bateau de New York).

En Algérie, l'instabilité politique de ces dernières années n'a pas permis d'atténuer les inégalités grandissantes des revenus de la population algérienne. Faute de classe moyenne, l'économie du pays ne connaît pas de véritable essor. La capitale bénéficie sans doute d'un statut à part, comme en témoigne la présence du distributeur français Carrefour. Il n'en demeure pas moins que les perspectives à court terme de l'Algérie ne sont pas favorables. La poursuite du développement du secteur informel n'a pas favorisé l'essor de la distribution. On observe, en outre, un nombre important de commerçants chinois qui viennent s'installer à Alger depuis quelques années, ce qui semble obérer le développement de l'offre locale.

S'agissant des confectionneurs français, il nous semble que les vagues de délocalisation vers les pays du Bassin méditerranéen ont largement été effectuées ces dernières années, il ne faut donc pas s'attendre à l'avenir, à d'importants mouvements vers la Rive sud de la Méditerranée.

3. Recommandations vis-à-vis des pouvoirs publics

Les entreprises françaises du secteur textile-habillement étant pour la plupart des entreprises de taille modeste, il nous semble nécessaire que les recommandations adressées aux acteurs de la filière textile-habillement française bénéficient de mesures de soutien de la part des pouvoirs publics.

1) Accompagner la différenciation des entreprises par le développement des aides à la création.

Lors des différentes missions conduites dans les pays du Bassin méditerranéen, nous avons pu constater qu'il était souvent reproché aux tisseurs français leur manque de créativité. Au même titre que la recherche et l'innovation, la création et le design sont des atouts majeurs de différenciation pour les entreprises françaises face à la concurrence des pays à bas salaires.

Il apparaît indispensable que l'Etat français continue et élargisse son soutien aux entreprises du textile-habillement dans leurs efforts de création.

Depuis 1999, les dépenses relatives à l'élaboration de nouvelles collections des entreprises du secteur textile, de l'habillement et du cuir, qui représentent en moyenne entre 2 % et 5 % de leur chiffre d'affaires, sont éligibles au crédit d'impôt recherche. Toutefois s'agissant d'une mesure sectorielle, ce " crédit d'impôt collection " est depuis son origine inscrit dans le cadre du régime " de minimis " et plafonné à 100 000 € sur trois ans. Or, depuis le 1^{er} janvier 2007, ce plafond a été doublé, ce qui va dans le sens d'une amélioration du soutien de l'Etat à la création, les entreprises textiles sont néanmoins peu nombreuses à en profiter.

2) Coût du travail plus élevé en France qu'en Italie ou en Espagne.

Face à la concurrence de l'Italie ou de l'Espagne, le recul des parts de marché des exportateurs français de tissus pose la question de la compétitivité des entreprises françaises. Le déficit de compétitivité prix des exportateurs français peut pour partie s'expliquer par des coûts salariaux plus élevés que ceux de leurs

⁶ La signature de l'accord sur les Qualified Industrial Zones (QIZ) en décembre 2004 entre l'Egypte, Israël et les Etats-Unis devrait favoriser les investissements en Egypte (cet accord permet aux entreprises égyptiennes d'exporter à droit nul vers les Etats-Unis dès lors qu'elles sont installées dans une QIZ et que les produits incorporent au moins 12 % de composants israéliens).

concurrents. Il appartient dès lors aux pouvoirs publics de mettre en place des politiques économiques qui permettent de contrôler la croissance des coûts salariaux.

Parmi les différents pays européens, l'Allemagne a les coûts salariaux les plus élevés, tandis que les pays du Sud connaissent des coûts plus faibles, la France se situant dans une situation intermédiaire. Selon Eurostat, les coûts salariaux horaires dans l'industrie manufacturière se sont élevés en 2005 à 31,6 euros en Allemagne, contre 28,7 euros en France. En Italie, les coûts salariaux ont totalisé 20,6 euros, contre 19,1 euros en Espagne.

3) Promouvoir des salons qui soient des lieux de rencontre entre tisseurs et confectionneurs.

La promotion par les pouvoirs publics de salons qui réuniraient plus systématiquement tous les acteurs de la filière textile-habillage (à l'image du salon Intersélection) permettrait aux tisseurs français d'établir des partenariats avec les confectionneurs des régions méditerranéennes⁷. Comme nous l'avons évoqué dans l'étude, pour les tisseurs, cette recherche de partenariat est indispensable à établir avec les confectionneurs qui travaillent en co-traitance (et qui prennent en charge l'achat du tissu) mais également avec les confectionneurs sous-traitants, de façon à proposer conjointement aux donneurs d'ordres européens une offre globale tissage et confection.

4) Améliorer l'accompagnement vers le grand export.

La pérennité de l'activité des entreprises françaises passe par la conquête des marchés en forte croissance. Le potentiel d'exportation de la France vers la Russie ou vers l'Asie est important et insuffisamment exploité comparativement aux autres concurrents européens (en 2006, 15 % des exportations italiennes de tissus en valeur ont été destinées à l'Asie, contre seulement 6 % pour la France et 8 % en moyenne pour l'ensemble de l'Union européenne). Une fois encore, les pouvoirs publics pourraient, notamment grâce au réseau des Missions Economiques, davantage appuyer la présence française à l'étranger. Une des actions possible pourrait consister à rassembler des délégations d'entreprises française afin qu'elles soient présentes sur les salons étrangers. De même, les mesures d'aides à l'exportation destinées aux PME devront sans doute être renforcées et ce d'autant que l'Union européenne souhaite développer des accords de libre-échange avec des pays tels que l'Inde ou la Corée.

5) Rôle des pouvoirs publics dans l'accès au marché

L'accès aux marchés, notamment ceux à forts potentiels tels que la Chine ou l'Inde, est une condition *sine qua non* du développement des entreprises françaises. Pour cela, la Commission européenne, avec le soutien actif des autorités françaises, devra poursuivre son objectif d'amélioration de l'accès aux marchés de ces pays, et obtenir des résultats en matière d'ouverture tarifaire. Par ailleurs, de nombreux obstacles non tarifaires subsistent encore pour compenser la baisse des tarifs douaniers et il serait souhaitable que des avancées significatives aient également lieu dans ce domaine.

⁷ Voir Journal du Textile numéro 1909, interview de Monsieur Lucien Deveaux.

ANNEXE : STATISTIQUES DE COMMERCE EXTERIEUR

UE 25

2005

Exportations européennes (en tonnes)

Pays clients	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Etoffes Maille	10 980	15 287	4 840	597	1 109	1 748	345
Fils	15 265	14 852	46 506	12 127	7 576	10 620	3 812
Tissus	75 078	74 196	61 935	4 185	2 556	9 450	5 977
Linge de Maison	1 074	646	413	98	259	174	55

Part de marchés dans les exportations en volume

Pays clients	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Etoffes Maille	9,7%	13,5%	4,3%	0,5%	1,0%	1,5%	0,3%
Fils	3,7%	3,6%	11,2%	2,9%	1,8%	2,6%	0,9%
Tissus	11,7%	11,6%	9,7%	0,7%	0,4%	1,5%	0,9%
Linge de Maison	2,2%	1,3%	0,9%	0,2%	0,5%	0,4%	0,1%

Importations européennes en valeur (en milliers d'euros)

Pays fournisseurs	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Vêtements tissés	1 628 126	1 801 347	3 127 994	109 695	173	9 922 575	1 568 524
Vêtements maille	610 451	650 491	4 830 108	218 856	68	6 622 187	1 506 418
Linge de Maison	7 580	30 437	746 450	88 509	117	355 870	340 568

Part de marchés dans les importations européennes en valeur

Pays fournisseurs	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Vêtements tissés	5,6%	6,2%	10,8%	0,4%	0,0%	34,3%	5,4%
Vêtements maille	2,5%	2,7%	20,1%	0,9%	0,0%	27,6%	6,3%
Linge de Maison	0,3%	1,2%	29,7%	3,5%	0,0%	14,2%	13,6%

Valeur unitaire des importations européennes (en euros/kg)

Pays fournisseurs	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Vêtements tissés	21,2	24,7	20,5	21,1	NS	11,1	21,1
Vêtements maille	13,2	22,6	16,4	14,1	NS	9,7	11,6
Linge de Maison	5,4	10,4	6,5	4,3	NS	5,0	5,1

FRANCE

2005

Exportations françaises (en tonnes)

Pays clients	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Etoffes Maille	4 476	6 416	258	23	766	64	27
Fils	1 954	5 920	2 326	214	1 145	610	69
Tissus	13 893	21 811	2 829	129	1 222	790	167
Linge de Maison	51	263	45	17	145	72	9

Part de marchés dans les exportations en volume

Pays clients	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Etoffes Maille	12,4%	17,7%	0,7%	0,1%	2,1%	0,2%	0,1%
Fils	1,0%	3,1%	1,2%	0,1%	0,6%	0,3%	0,0%
Tissus	10,4%	16,9%	2,2%	0,1%	0,9%	0,6%	0,1%
Linge de Maison	0,3%	1,7%	0,3%	0,1%	0,9%	0,5%	0,1%

Importations françaises en valeur (en milliers d'euros)

Pays fournisseurs	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Vêtements tissés	551 200	714 934	298 007	5 762	125	1 635 489	336 100
Vêtements maille	331 876	284 092	505 435	20 340	57	1 120 153	311 106
Linge de Maison	1 616	28 864	113 144	10 354	117	39 351	48 273

Part de marchés dans les importations françaises en valeur

Pays fournisseurs	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Vêtements tissés	7,6%	9,9%	4,1%	0,1%	0,0%	22,6%	4,6%
Vêtements maille	5,4%	4,6%	8,2%	0,3%	0,0%	18,2%	5,0%
Linge de Maison	0,3%	4,7%	18,5%	1,7%	0,0%	6,4%	7,9%

Valeur unitaire des importations françaises (en euros/kg)

Pays fournisseurs	Maroc	Tunisie	Turquie	Egypte	Algérie	Chine	Inde
Vêtements tissés	25,0	25,9	26,4	19,8	NS	13,7	21,8
Vêtements maille	18,7	26,7	18,7	13,0	NS	14,1	14,2
Linge de Maison	8,2	10,3	7,8	5,1	NS	5,8	6,1

A. MAROC

Exportations à destination du Maroc (en tonnes)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	6 785	7 406	4 826	4 292	4 825	4 476
Fils	4 379	3 263	3 000	3 175	2 979	1 954
Tissus	24 508	24 781	25 447	20 991	16 741	13 393
Linge de Maison	100	41	47	79	25	51

Exportations à destination du Maroc (en tonnes)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	12 172	13 235	10 785	11 065	11 532	10 980
Fils	17 891	18 179	16 985	17 016	17 336	15 265
Tissus	83 778	88 592	88 889	83 554	81 622	75 078
Linge de Maison	156	362	704	1 150	1 186	1 074

Part du Maroc dans les exportations en volume

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	11,8%	12,9%	11,0%	10,4%	11,8%	12,4%
Fils	1,8%	1,5%	1,4%	1,5%	1,4%	1,0%
Tissus	10,8%	11,3%	12,9%	11,6%	11,2%	10,4%
Linge de Maison	0,6%	0,3%	0,4%	0,5%	0,2%	0,3%

Part du Maroc dans les exportations en volume

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	11,4%	12,5%	10,2%	9,4%	9,7%	9,7%
Fils	4,5%	5,4%	4,5%	4,8%	4,0%	3,7%
Tissus	13,7%	13,4%	13,0%	12,7%	11,9%	11,7%
Linge de Maison	0,3%	0,7%	1,2%	2,0%	2,3%	2,2%

Importations en valeur en provenance du Maroc (en milliers d'euros)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	643 007	710 161	716 927	632 029	587 181	551 200
Vêtements maille	394 729	416 726	391 441	371 534	369 670	331 876
Linge de Maison	5 555	2 887	4 035	4 998	2 915	1 616

Importations en valeur en provenance du Maroc (en milliers d'euros)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	1 681 338	1 853 607	1 847 017	1 756 248	1 734 407	1 628 126
Vêtements maille	677 318	773 917	746 702	727 221	677 551	610 451
Linge de Maison	14 015	14 944	14 476	11 348	10 627	7 580

MAROC

Part du Maroc dans les importations en valeur

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	10,5%	10,7%	10,5%	9,3%	8,4%	7,6%
Vêtements maille	7,6%	7,7%	7,1%	6,6%	6,4%	5,4%
Linge de Maison	1,0%	0,5%	0,8%	0,9%	0,5%	0,3%

Part du Maroc dans les importations en valeur

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	7,1%	7,3%	7,2%	6,7%	6,4%	5,6%
Vêtements maille	3,6%	3,9%	3,8%	3,5%	3,0%	2,5%
Linge de Maison	0,7%	0,8%	0,7%	0,5%	0,4%	0,3%

Valeur unitaire des importations en provenance du Maroc (en euros/kg)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	20,5	20,9	21,9	23,3	23,4	25,0
Vêtements maille	17,5	18,3	18,5	18,5	18,0	18,7
Linge de Maison	9,2	7,7	7,7	7,0	5,1	8,2

Valeur unitaire des importations en provenance du Maroc (en euros/kg)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	19,2	19,8	20,5	19,7	20,4	21,2
Vêtements maille	13,7	14,9	18,0	14,4	13,7	13,2
Linge de Maison	6,3	5,7	4,5	4,4	5,4	5,4

B. TUNISIE

Exportations à destination de la Tunisie (en tonnes)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	10 076	11 727	6 574	4 817	6 403	6 416
Fils	5 638	6 891	5 655	5 933	6 122	5 920
Tissus	30 563	33 423	34 081	30 198	26 101	21 811
Linge de Maison	40	256	37	62	117	263

Exportations à destination de la Tunisie (en tonnes)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	18 508	17 225	12 975	13 679	14 254	15 287
Fils	14 806	15 602	12 567	12 445	16 170	14 852
Tissus	94 374	104 988	99 254	89 329	86 519	74 196
Linge de Maison	94	315	154	322	352	646

Part de la Tunisie dans les exportations en volume

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	17,6%	20,4%	15,0%	11,7%	15,7%	17,7%
Fils	2,4%	3,2%	2,6%	2,9%	2,9%	3,1%
Tissus	13,5%	15,3%	17,3%	16,7%	17,5%	16,9%
Linge de Maison	0,3%	1,8%	0,3%	0,4%	0,8%	1,7%

Part de la Tunisie dans les exportations en volume

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	17,3%	16,2%	12,3%	11,6%	12,0%	13,5%
Fils	3,7%	4,6%	3,3%	3,5%	3,7%	3,6%
Tissus	15,4%	15,8%	14,5%	13,5%	12,6%	11,6%
Linge de Maison	0,2%	0,6%	0,3%	0,6%	0,7%	1,3%

Importations en valeur en provenance de la Tunisie (en milliers d'euros)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	813 715	954 051	909 310	837 410	782 820	714 934
Vêtements maille	221 291	253 427	315 769	296 463	292 122	284 092
Linge de Maison	13 580	18 682	21 928	26 998	28 693	28 864

Importations en valeur en provenance de la Tunisie (en milliers d'euros)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	1 964 543	2 221 789	2 150 094	2 022 645	1 904 967	1 801 347
Vêtements maille	610 930	656 590	742 422	717 246	694 575	650 491
Linge de Maison	15 542	20 766	23 720	27 681	28 116	30 437

TUNISIE

Part de la Tunisie dans les importations en valeur

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	13,3%	14,3%	13,3%	12,4%	11,3%	9,9%
Vêtements maille	4,3%	4,7%	5,7%	5,3%	5,0%	4,6%
Linge de Maison	2,6%	3,5%	4,2%	4,8%	4,9%	4,7%

Part de la Tunisie dans les importations en valeur

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	8,3%	8,8%	8,3%	7,7%	7,1%	6,2%
Vêtements maille	3,2%	3,3%	3,8%	3,5%	3,1%	2,7%
Linge de Maison	0,8%	1,1%	1,2%	1,3%	1,2%	1,2%

Valeur unitaire des importations en provenance de la Tunisie (en euros/kg)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	19,7	21,8	23,9	24,2	24,6	25,9
Vêtements maille	25,1	24,7	26,6	24,5	26,3	26,7
Linge de Maison	8,3	9,1	10,2	10,6	10,6	10,3

Valeur unitaire des importations en provenance de la Tunisie (en euros/kg)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	19,7	21,0	22,3	23,4	23,3	24,7
Vêtements maille	20,0	20,7	23,0	21,1	21,8	22,6
Linge de Maison	8,8	9,3	10,5	10,9	10,2	10,4

C. ALGERIE

Exportations à destination de l'Algérie (en tonnes)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	2 998	2 265	2 679	1 479	1 175	766
Fils	414	536	305	321	361	1 145
Tissus	2 266	1 782	1 927	1 764	1 338	1 222
Linge de Maison	191	94	73	77	160	145

Exportations à destination de l'Algérie (en tonnes)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	3 250	2 841	3 034	1 780	1 603	1 109
Fils	8 917	9 556	10 558	9 795	8 858	7 576
Tissus	3 863	3 356	3 974	3 444	2 847	2 556
Linge de Maison	202	238	135	181	252	259

Part de l'Algérie dans les exportations en volume

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	5,2%	3,9%	6,1%	3,6%	2,9%	2,1%
Fils	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,6%
Tissus	1,0%	0,8%	1,0%	1,0%	0,9%	0,9%
Linge de Maison	1,2%	0,7%	0,6%	0,5%	1,1%	0,9%

Part de l'Algérie dans les exportations en volume

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	3,0%	2,7%	2,9%	1,5%	1,4%	1,0%
Fils	2,2%	2,8%	2,8%	2,7%	2,0%	1,8%
Tissus	0,6%	0,5%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%
Linge de Maison	0,4%	0,4%	0,2%	0,3%	0,5%	0,5%

Importations en valeur en provenance de l'Algérie (en milliers d'euros)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	83	267	93	58	32	125
Vêtements maille	2	68	0	48	16	57
Linge de Maison	0	30	56	101	315	117

Importations en valeur en provenance de l'Algérie (en milliers d'euros)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	115	278	109	85	87	173
Vêtements maille	23	124	78	208	112	68
Linge de Maison	0	57	90	106	366	117

ALGERIE

Part de l'Algérie dans les importations en valeur

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Vêtements maille	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Linge de Maison	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%

Part de l'Algérie dans les importations en valeur

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Vêtements maille	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Linge de Maison	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Valeur unitaire des importations en provenance de l'Algérie (en euros/kg)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Vêtements maille	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Linge de Maison	NS	NS	NS	NS	NS	NS

Valeur unitaire des importations en provenance de l'Algérie (en euros/kg)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Vêtements maille	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Linge de Maison	NS	NS	NS	NS	NS	NS

D. TURQUIE

Exportations à destination de la Turquie (en tonnes)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	339	619	764	669	604	258
Fils	5 375	2 619	3 020	1 712	2 640	2 326
Tissus	2 665	2 441	3 558	2 939	3 221	2 829
Linge de Maison	18	15	22	64	17	45

Exportations à destination de la Turquie (en tonnes)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	4 794	4 349	5 004	5 177	5 128	4 840
Fils	34 828	30 814	42 725	39 953	58 763	46 506
Tissus	48 514	50 174	67 975	64 543	78 050	61 935
Linge de Maison	370	597	881	327	248	413

Exportations à destination de la Turquie (en tonnes)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	0,6%	1,1%	1,7%	1,6%	1,5%	0,7%
Fils	2,3%	1,2%	1,4%	0,8%	1,2%	1,2%
Tissus	1,2%	1,1%	1,8%	1,6%	2,2%	2,2%
Linge de Maison	0,1%	0,1%	0,2%	0,4%	0,1%	0,3%

Part de la Turquie dans les exportations en volume

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	4,5%	4,1%	4,7%	4,4%	4,3%	4,3%
Fils	8,7%	9,2%	11,4%	11,2%	13,5%	11,2%
Tissus	7,9%	7,6%	9,9%	9,8%	11,3%	9,7%
Linge de Maison	0,7%	1,1%	1,5%	0,6%	0,5%	0,9%

Importations en valeur en provenance de la Turquie (en milliers d'euros)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	183 020	229 659	280 039	265 772	256 406	298 007
Vêtements maille	387 889	420 176	454 885	473 607	477 064	505 435
Linge de Maison	69 992	73 722	78 596	92 451	95 789	113 144

Importations en valeur en provenance de la Turquie (en milliers d'euros)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	2 063 844	2 339 253	2 772 501	2 857 245	2 968 153	3 127 994
Vêtements maille	3 291 687	3 488 557	4 031 267	4 389 958	4 681 652	4 830 108
Linge de Maison	486 296	531 381	529 078	621 189	671 336	746 450

TURQUIE

Part de la Turquie dans les importations en valeur

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	3,0%	3,4%	4,1%	3,9%	3,7%	4,1%
Vêtements maille	7,5%	7,7%	8,2%	8,4%	8,2%	8,2%
Linge de Maison	13,2%	13,9%	15,0%	16,5%	16,4%	18,5%

Part de la Turquie dans les importations en valeur

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	8,8%	9,3%	10,7%	10,9%	11,0%	10,8%
Vêtements maille	17,3%	17,8%	20,4%	22,0%	21,0%	20,1%
Linge de Maison	25,8%	27,3%	25,9%	28,6%	27,7%	29,7%

Valeur unitaire des importations en provenance de la Turquie (en euros/kg)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	22,1	22,0	24,1	23,5	24,7	26,4
Vêtements maille	16,2	17,4	17,5	17,5	18,1	18,7
Linge de Maison	7,5	8,1	8,0	7,8	7,6	7,8

Valeur unitaire des importations en provenance de la Turquie (en euros/kg)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	21,1	20,8	21,1	20,0	19,8	20,5
Vêtements maille	15,8	12,1	16,3	15,4	16,0	16,4
Linge de Maison	7,2	7,3	7,2	6,5	6,7	6,5

E. EGYPTE

Exportations à destination de l'Egypte (en tonnes)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	47	43	37	62	14	23
Fils	214	120	999	194	99	214
Tissus	204	160	329	257	182	129
Linge de Maison	2	0	2	40	3	17

Exportations à destination de l'Egypte (en tonnes)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	789	654	867	1 004	431	597
Fils	7 129	7 273	10 510	10 754	8 577	12 127
Tissus	3 447	2 864	3 925	4 537	5 328	4 185
Linge de Maison	51	62	99	75	203	98

Part de l'Egypte dans les exportations en volume

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%
Fils	0,1%	0,1%	0,5%	0,1%	0,0%	0,1%
Tissus	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%
Linge de Maison	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%

Part de l'Egypte dans les exportations en volume

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etoffes maille	0,7%	0,6%	0,8%	0,9%	0,4%	0,5%
Fils	1,8%	2,2%	2,8%	3,0%	2,0%	2,9%
Tissus	0,6%	0,4%	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%
Linge de Maison	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,4%	0,2%

Importations en valeur en provenance de l'Egypte (en milliers d'euros)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	8 204	8 725	8 237	7 576	6 839	5 762
Vêtements maille	25 995	23 474	23 107	17 017	21 770	20 340
Linge de Maison	10 068	8 943	9 010	7 325	7 788	10 354

Importations en valeur en provenance de l'Egypte (en milliers d'euros)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	62 550	59 898	64 282	93 642	120 404	109 695
Vêtements maille	219 636	205 539	207 616	182 677	219 243	218 856
Linge de Maison	75 801	68 914	70 707	70 915	88 934	88 509

EGYPTE

Part de l'Egypte dans les importations en valeur

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Vêtements maille	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%
Linge de Maison	1,9%	1,7%	1,7%	1,3%	1,3%	1,7%

Part de l'Egypte dans les importations en valeur

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	0,3%	0,2%	0,2%	0,4%	0,4%	0,4%
Vêtements maille	1,2%	1,0%	1,1%	0,9%	1,0%	0,9%
Linge de Maison	4,0%	3,5%	3,5%	3,3%	3,7%	3,5%

Valeur unitaire des importations en provenance de l'Egypte (en euros/kg)

	France					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	16,8	23,0	23,0	26,6	24,2	19,8
Vêtements maille	16,0	15,9	14,2	14,8	12,2	13,0
Linge de Maison	8,2	8,9	7,3	5,6	5,6	5,1

Valeur unitaire des importations en provenance de l'Egypte (en euros/kg)

	UE					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vêtements tissés	17,8	16,6	16,8	18,2	20,2	21,1
Vêtements maille	18,1	18,5	15,1	11,6	14,3	14,1
Linge de Maison	5,8	5,8	5,4	4,5	4,4	4,3