



LE RÉVEIL DU SOURCING DE PROXIMITÉ

A l'occasion de la dernière édition de Première Vision Paris (7-9 fév.2017 / Parc des Expositions Paris Nord-Villepinte), et dans le cadre de la Chair lancée conjointement avec l'IFM (Institut Français de la Mode) sur « l'économie des matières créatives pour la mode », Première Vision organisait une conférence pour comprendre les enjeux du sourcing de proximité.

Réalisée à partir d'une étude menée par l'IFM, et animée par **Gildas Minvielle**, Directeur de l'Observatoire économique de l'IFM, elle proposait une **analyse des approvisionnements de proximité** qui, face aux **instabilités économiques et politiques internationales**, tendent à se renforcer dans les pays créateurs de mode.

Karim Tazi, Président de l'AMITH (Association Marocaine des Industries du textile et de l'Habillement) y présentait également un point **spécifique sur la situation marocaine en matière de sourcing**.

→ Retrouvez ci-après un compte-rendu de cette conférence.

LE SOURCING DE PROXIMITÉ SE REDYNAMISE

La carte du sourcing d'habillement se redessine pour l'UE. Les donneurs d'ordres européens recommencent à parcourir des routes de proximité, au détriment de la Chine et de Hong Kong. La hausse concerne surtout le Maroc qui augmente ses exportations vers l'Europe d'environ 10%, mais des orientations positives concernent également la Turquie et la Tunisie.

En 2016, les pays de la zone méditerranéenne (Maroc, Tunisie, Turquie) ont représenté 18% des importations d'habillement de l'UE, soit +2,4% en valeur par rapport à 2015. Les pays asiatiques, malgré le succès du Bangladesh (deuxième fournisseur de l'UE devant la Turquie) et du Cambodge (cinquième), reculent de 0,9%.

Ces données sont extraites de la conférence consacrée au sourcing présentée dans le cadre du salon Première Vision Paris. **Gildas Minvielle**, Directeur de l'Observatoire économique de l'IFM, y présentait les données concernant les importations de l'UE et des USA, ainsi qu'une étude réalisée auprès d'une centaine de détaillants sur leurs stratégies de sourcing.

LES RESULTATS

Les importations européennes s'élèvent à 80 milliards €* et sont stables par rapport à 2015.

La Chine reste un acteur central, incontournable, avec un taux de croissance annuel moyen de ses exportations d'habillement de 12% entre 2002 et 2015. Elle est le fournisseur numéro 1 de l'UE (34,9%), mais sa part de marché est en baisse de 3 points par rapport à 2015.

Comment expliquer cette inversion de tendance en faveur des producteurs de la zone euro-méditerranéenne ?

« Le contexte incertain favorise le sourcing de proximité – explique Gildas Minvielle. Les marges des distributeurs européens ont notamment été fragilisées par les évolutions de taux de change ce



Gildas Minvielle, Directeur de l'Observatoire économique de l'IFM

qui les conduit à tenter de limiter les soldes et les promotions. En outre, les consommateurs achètent en fonction de la météo et se décident à la dernière minute. Par conséquent, les distributeurs évitent de s'engager dans des commandes de long terme trop importante et privilégie la proximité ».

D'autres facteurs peuvent expliquer ce retour vers une production de proximité : une production proche offre de meilleures garanties sur le respect des normes environnementales et sociales dans les processus de fabrication.

Aux USA, les valeurs des importations sont très proches de celles de l'UE (81,5 milliards de \$), mais en baisse de 5,4% par rapport à 2015.

Chine et Hong Kong diminuent de 8,7% en valeur et de 3% en volume ; les pourcentages sont également à la hausse pour les importations d'habillement en provenance du Vietnam, deuxième fournisseur (+2% en valeur et +4,3% en volume) des donneurs d'ordres américains. Plus généralement, les importations des pays asiatiques restent élevées car ancrées dans la « culture » américaine.

En France, les importations ont représenté 19,4 milliards d'€, stables par rapport à 2015.

La Chine reste le premier fournisseur (30% des importations d'habillement en valeur), mais les importations diminuent (-6,7% en valeur et -2,7% en volume). En revanche, le Bangladesh monte en puissance (+15,6% et +23,8%) poussé, entre autres, par un coût de main d'œuvre très bas.

L'Europe qui, en 2000, constituait 29% des importations françaises d'habillement, n'en représente plus aujourd'hui que 18%. Le troisième fournisseur de la France est l'Italie, qui voit ses exportations enregistrer une croissance de 6% en valeur vers la France. Les pays de l'Est ne représentent, eux, que 5% des importations françaises.

Venons-en à l'enquête menée par l'IFM auprès d'un panel de 100 donneurs d'ordres représentant les différents circuits de distribution.

27% d'entre eux ont pratiqué une baisse des prix comprise entre 0 et 5% en 2016, 38% n'ont pas changé leurs prix et 30% les ont augmentés entre 0 et 5%.

En 2017, ces mêmes distributeurs prévoient à 41% de diminuer leurs commandes en provenance de la Chine, 51% pense les augmenter depuis la Turquie (48% pour le Maroc et 41% pour la Tunisie). Le Portugal devrait gagner des parts de marché dans l'Hexagone avec un positionnement haut de gamme centré surtout sur la maille. Enfin, de nombreux distributeurs propose désormais des productions made in France dans leur collection.

Les commandes de court terme (en cours de saison) représentent aujourd'hui environ 22% des approvisionnements et celles de moyen terme (entre 6 mois et le début de la saison) 36%. Ce type de sourcing devrait, selon les entreprises interrogées, voir son importance relative augmenter au détriment des commandes de long terme (plus de 6 mois avant le début de la saison).

* source : Eurostat



L'EXEMPLE DU MAROC

Avec une hausse des exportations vers l'UE de 10% par rapport à 2015, le Maroc ne cache plus ses ambitions de devenir le premier acteur d'Afrique dans le textile.

Essentiellement composé de moyennes et petites entreprises (1600), le secteur textile marocain a produit en 2016 un milliard de pièces et exporté 3 066 millions euros. Il compte créer 100 000 emplois à l'horizon 2020 (190 000 emplois aujourd'hui) dans son projet de développement qui a reçu le soutien des pouvoirs publics.

« Nous avons observé la hausse des prix de notre principal concurrent, la Chine et nous avons compris que le savoir-faire du Maroc pouvait redevenir très compétitif, en particulier dans la fast fashion. Par exemple, nous sommes aujourd'hui devenus les principaux fournisseurs de Zara dans le monde » explique Karim Tazi, président de l'Amith, l'association qui réunit les principales entreprises du textile-habillement marocain.

CONTACTS PRESSE

Première Vision
Igor Robinet-Slansky
T. +33(0)1 70 38 70 30
M. +33(0)6 42 06 31 02
i.robinet@premierevision.com

2^e Bureau
Marie-Laure Girardon
T. +33(0)1 42 33 93 18
M. +33 (0)6 82 40 73 27
m.girardon@2e-bureau.com

Première Vision
Juliette Sébille
T. +33 (0)1 70 38 70 33
M. +33 (0)6 88 22 12 40
j.sebille@premierevision.com