

COMMUNIQUÉ DE PRESSE • 25 FÉVRIER 2016

## LE NOUVEAU PANORAMA DU SOURCING MONDIAL : COMMENT L'EURO REBAT LES CARTES DES APPROVISIONNEMENTS.

A l'occasion de la dernière édition de Première Vision Paris (16-18 fév.2016 / Parc des Expositions Paris Nord-Villepinte), et dans le cadre de la chaire lancée conjointement avec l'IFM (Institut Français de la Mode) sur « l'économie des matières créatives pour la mode », Première Vision organisait une conférence présentant le nouveau panorama du sourcing mondial les 16 et 18 février derniers.

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 un état des lieux et une analyse de la cartographie du sourcing mondial.



➔ Retrouvez ci-après un compte-rendu de cette conférence et les clés essentielles pour comprendre le nouveau panorama du sourcing mondial.

Rien ne sera plus comme avant : la Chine reste, certes, le premier fournisseur de l'UE et des USA dans l'habillement, mais elle est désormais fortement concurrencée par d'autres pays asiatiques (Bangladesh, Vietnam, Cambodge) qui montent en puissance et tracent de nouveaux parcours pour l'approvisionnement dans le textile.

La carte du sourcing mondial d'habillement est en pleine évolution, comme l'indique l'enquête menée par l'Institut Français de la Mode et présentée à Première Vision Paris.

Si les oscillations des prix des matières premières (tensions sur le cours du coton et baisse des fibres synthétiques suite à la chute du prix du pétrole) et une hausse des coûts salariaux (multipliés par 3,5 en 10 ans en Chine selon le cabinet Werner) peuvent expliquer cette évolution de la carte du sourcing, c'est surtout l'appréciation de 20% du dollar par rapport à l'euro qui pèse lourd, car son impact joue sur toute la chaîne productive et pas seulement sur une de ses composantes.

La Chine reste le principal fournisseur mondial, avec 39% de parts de marché, mais ce pourcentage plafonne depuis quelques années, tandis que nous assistons à la montée d'autres pays proches, comme le Bangladesh et le Vietnam. Dans l'UE, où les importations d'habillement ont progressé de 10,2% (80,9 milliards d'€), celles en provenance de l'Empire du Milieu restent positives en valeur (+6,9%), mais baissent en volume (-12,2%). A la différence du Bangladesh (+24% en valeur, +3,6% en volumes), du Cambodge (+32,4% en valeur, +13,4% en volumes) et du Vietnam (+24,3% en valeur, +2,4% en volumes).

Une tendance qui devrait se confirmer, selon les résultats de l'enquête menée par l'IFM auprès d'une centaine de marques et d'enseignes. 49% des interrogés estiment que les approvisionnements en provenance de la Chine diminueront en 2016 en faveur du trio Bangladesh-Cambodge-Vietnam (ce dernier devenu le deuxième fournisseur des Usa). Un changement qui permettra de maximiser la marge entre le prix de revient et celui de vente. Les trois pays sont dotés d'usines très équipées et d'une main d'œuvre qualitative, souvent issus d'investissements chinois.

De plus, certains, comme le Bangladesh, ont pu bénéficier du Système de Préférence Généralisée\* qui a favorisé les exportations vers l'UE. A jouer en leur faveur, des coûts salariaux modérés (68 \$ le salaire minimal par mois au Bangladesh, entre 105 et 156 \$ au Vietnam, 140\$ au Cambodge contre les 155 à 321\$ en Chine). Dans la région, un outsider, le Myanmar, pointe son nez sur le marché, mais il faudra attendre encore 5-6 ans (le temps de former la main d'œuvre et de créer les infrastructures) avant qu'il devienne véritablement opérationnel.

*\*Le Système Généralisé de Préférences tarifaires (SPG) de l'UE propose des réductions de droits de douane (20%) ou un accès au marché communautaire en franchise de droits pour les exportations de 178 pays et territoires en développement. Le schéma communautaire accorde des avantages spéciaux aux 49 pays les moins développés et aux pays mettant en œuvre certaines normes dans les domaines du travail ou de l'environnement. L'UE accorde ces préférences sans exiger de contrepartie des pays bénéficiaires.*

L'année 2016 devrait marquer aussi une progression des approvisionnements en provenance de la Turquie (65% des interviewés en sont convaincus), du Maroc, tandis que la Tunisie, déjà en phase de décrochage en 2015, (-5,4% en valeur et -6,5% en volumes) devrait encore reculer.

En hausse aussi les manufacturiers de l'Europe de l'Est - Moldavie, Macédoine, Albanie, Serbie (cette dernière a gagné 176 places en 10 ans) - qui, de plus, possèdent l'atout de la proximité avec la Turquie, ce qui facilite l'acheminement des tissus. Tous ces pays se prêtent très bien à un sourcing de court et moyen terme.

Aux USA, non concernés par les oscillations du taux de change, on constate une progression de 3,5% des importations et un recul des prix de 2,9%. Il n'y existe pas d'équivalent du Système de Préférence Généralisée pour le textile comme en Europe. Un plus grand nombre de pays sont donc sollicités, surtout en Asie, mais aussi en Afrique subsaharienne (grâce aux avantages de l'African Growth and Opportunity Act) et, plus proche, dans les Caraïbes et l'Amérique Centrale.

Quelle sera l'incidence de cette hausse des coûts de production sur les prix de vente? «Partielle », selon 54% des interrogés ; « elle n'aura pas lieu » selon 36% ; mais elle est totale pour 10% d'entre eux, bien qu'aucun ne veuille être le premier à prendre l'initiative d'une augmentation.

On cherche plutôt à jouer sur l'extension des gammes, avec des prix plus hauts pour les segments plus qualitatifs et des prix compétitifs pour les entrées de gamme afin que leur moyenne reste inchangée.

Pour permettre aux entreprises de tenir le coup, quelques solutions : réduire les périodes des soldes qui représentent des marges réduites; privilégier la valeur

### **Focus sur la Turquie**

Troisième fournisseur en habillement de l'UE (9 milliards d'€), et deuxième pour le textile malgré une petite baisse des volumes en 2015 (-3,7%) la Turquie représente 3,5% des exportations mondiales d'habillement (en valeur).

En particulier, les Turcs ont montré un vrai savoir-faire en termes d'innovation dans le denim, dont ils sont devenus les premiers fournisseurs de l'UE sur le segment femme et les troisièmes sur l'homme.

La Turquie est également le deuxième fournisseur de t-shirts de l'UE. Son premier client européen est l'Allemagne (18%), la France n'absorbant que 5% des exportations.

Le marché national se développe avec autant de dynamisme. Cette année, le nombre de centres commerciaux devrait dépasser les 400, distribués dans tout le pays.

#### **CONTACT :**

##### **PREMIÈRE VISION**

IGOR ROBINET-SLANSKY  
SERVICE DE PRESSE  
I.ROBINET@PREMIEREVISION.COM  
T : +33 (0)1 70 38 70 30  
P : +33 (0)6 42 06 31 02

##### **INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**

DELPHINE WHARMBY  
DIRECTEUR MARKETING ET COMMUNICATION  
COMMUNICATION@IFM-PARIS.COM  
T. 33(0)1 70 38 89 89