

FÉVRIER 2010

## les échos

SPÉCIAL

DU TEXTILE ET DE L'HABILLEMENT

مؤسستنا ثروتنا  
L'entreprise, notre richesseTEXTILE - HABILLEMENT :  
CONJONCTURE ET PERSPECTIVES

Placé sous l'égide du Ministère de l'Industrie et de la Technologie et en partenariat avec la FENATEX / UTICA, le CEPEX et l'IFM, le CETTEX a organisé, le 18 février 2010 au siège de l'UTICA, son séminaire annuel d'information intitulé «**TEXTILE-HABILLEMENT : CONJONCTURE ET PERSPECTIVES**». L'objectif était de transmettre aux participants des informations les plus récentes et pertinentes sur l'évolution des indicateurs clés du marché du textile-habillement afin d'avoir plus de visibilité en cette période de crise.

Des experts nationaux et internationaux se sont relayés, au cours de cette rencontre, pour présenter aux professionnels les enjeux actuels de la filière, analyser l'évolution des marchés de consommation et proposer les meilleures pratiques à conduire pour contrecarrer la forte concurrence internationale.

Les témoignages du spécialiste de l'organisation Eurovet (organisateur de salons professionnels) et de la consultante de MOD' Spé Paris (école de formation des métiers de la mode) ont permis d'étayer et de rehausser le débat en matière de stratégies promotionnelles salons.



M. Afif CHELBI  
Ministre de l'Industrie  
et de la Technologie



CETTEX

**CETTEX**  
CENTRE TECHNIQUE DU TEXTILE

B.P. 279 - 2013 Ben Arous - Tunisie.  
Tél. : (+216) 71 381 133 - Fax : 71 382 558  
cettex@cettex.com.tn  
www.cettex.com.tn

FÉVRIER 2010

M. Afif CHELBI, Ministre de l'Industrie et de la Technologie, a indiqué dans son discours, que ce rendez-vous du premier trimestre de chaque année est une « occasion pour l'ensemble des partenaires de faire le bilan, discuter des enjeux actuels, tracer les orientations futures du secteur textile qui constitue toujours le pilier de l'économie tunisienne même dans la conjoncture difficile que nous connaissons ».

Il a ajouté qu'en dépit de la crise, le secteur est parvenu à maintenir sa position en tant que 5<sup>ème</sup> fournisseur du marché européen de vêtements et demeure le 1<sup>er</sup> secteur manufacturier avec plusieurs indicateurs de performance : 36% des exportations manufacturières avec près de 3 milliards d'euros et 40% des emplois des industries manufacturières.



M. CHELBI a signalé que les résultats réalisés par le secteur comparés à d'autres pays sont considérés par les analystes comme plus que respectables. Ils ne sont pas le fruit du hasard, a affirmé le Ministre, mais sont imputables aux stratégies engagées par la Tunisie en vue de consolider ce secteur (mise à niveau, montée en gamme, développement de créneaux porteurs, mesures d'appui, campagne de promotion de la stratégie industrielle).

Dans ce cadre, le Ministre a salué l'initiative des entreprises qui ont fait le choix d'investir dans les créneaux à haute valeur technologique. On assiste, ajoute-t-il à « la confection de textiles techniques à base de fibres de verre ou encore des matières textiles pour l'aéronautique ».

Par ailleurs, le Ministre a mis en exergue la capacité de résistance de ce secteur ainsi que sa propension à l'innovation et à l'adaptation. C'est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles il a été retenu comme secteur porteur dans la stratégie industrielle à l'horizon 2016».

Il a cependant rappelé que «derrière chaque menace il y a une opportunité et que toute période transitoire aussi difficile soit-elle, recèle des potentialités que nous sommes à même d'exploiter». Il a exhorté les industriels à s'inscrire dans la nouvelle démarche et à redoubler d'efforts.

**Le Ministre a assuré à la fin de son intervention, que compte tenu des acquis et des fondamentaux (la mise à niveau, le savoir faire confirmé, le dispositif de formation structuré, de pôles de compétitivité et de centres de ressources technologiques en cours d'aménagement...) « nous sommes aujourd'hui en mesure d'être réactifs et de répondre à la demande générée par l'imprévisibilité des marchés qui conduira inéluctablement à la réorientation du sourcing des donneurs d'ordres vers les pays de proximité ».**



Monsieur Abdelaziz DAHMANI, Président de la FENATEX a remercié le Ministre, en son nom et au nom de toute la famille du textile-habillement, pour « son implication personnelle et pour les efforts constants et continus qu'il ne cesse de déployer en faveur du secteur, qui font de lui et ce, depuis déjà quelques années, le meilleur représentant de cette industrie ».

Il a saisi l'occasion, pour le charger, de transmettre au Président de la République toute la gratitude des industriels pour l'ensemble des mesures prises pour le soutien du secteur.

Soutien indéfectible qui n'a pas manqué de se manifester, ajoute-t-il en cette période difficile puisque ce secteur est le premier à bénéficier de la panoplie de mesures conjoncturelles de soutien aux entreprises économiques.

Ces mesures, affirme-t-il, «qui constituent une bouffée d'oxygène, ont permis et permettent à bon nombre d'entre nous, de nous maintenir aujourd'hui ».



CETTEX

FÉVRIER 2010

M. Néjib KARAFI, Directeur Général du Cettex, a rappelé lors de son mot introductif de la manifestation que la tenue de ce séminaire s'intègre dans la démarche engagée par le Cettex avec son partenaire, l'IFM et dans le cadre à l'origine d'un projet PMI visant l'instauration d'un service de veille stratégique au profit de la filière. Ce service a comme objectif d'offrir aux décideurs les outils nécessaires de suivi et d'analyse prospective de la conjoncture nationale et internationale afin d'éclairer leurs choix ou les différentes orientations qu'ils sont amenés à suivre.

Il a, par ailleurs, exposé les différents mécanismes et supports mis en place par le Cettex en vue d'assurer une information pertinente et édifiante sur le secteur. Il a également présenté un aperçu sur les nouvelles prestations du centre (démarrage des Parcours Modulaires Qualifiants dans les métiers de la mode) conçues pour préparer le secteur aux mutations internationales en cours.



En vue de consolider ce système de veille et renforcer son efficacité, il a invité les professionnels du secteur à contribuer, chacun à son niveau, à l'enrichir, seul garant du développement de prestations de meilleure qualité.

D'un autre côté, M. KARAFI s'est penché sur la situation du secteur textile et a noté que ce secteur est passé, ces deux dernières années, par une conjoncture défavorable accentuée par une crise économique internationale. Il a souligné que des indices favorables commencent à être perceptibles (reprise des commandes, meilleure fréquentation des salons, déstockage opéré par les boutiques annonce un réapprovisionnement...) générant une vague d'optimisme mesuré qui annonce pour 2010, une lente remontée de la consommation donc une reprise modérée au niveau de la production.

Ces premiers signes de réchauffement, même s'ils restent limités, dit-il, «incitent à préparer la reprise annoncée, car il ne faut pas perdre de vue que toute crise, aussi dure et aiguë soit-elle, présente des opportunités et nous disposons des atouts pour rebondir».



CETTTEX

**Panel 1 : SITUATION ET PERSPECTIVES 2010**



M. Dominique JACOMET, Directeur Général de l'IFM (Institut Français de la Mode), a axé son intervention sur l'évolution de l'environnement économique au cours de l'année 2009 et les prévisions attendues pour 2010. Selon le spécialiste de la mode, l'année écoulée a été néfaste pour tous les pays du monde hormis l'Asie émergente qui a bien tiré son épingle du jeu. En effet, la récession de 2009 a touché toutes les économies mondiales (Japon, Europe à 27, Etats Unis) mais a des différences marquées selon les pays. Ainsi, la baisse de la consommation sur les grands marchés d'habillement a entraîné une nette décroissance de la production industrielle au sein de ces pays (près de 20% pour la France au mois de mai 2009).

Pour l'expert, l'année 2010 sera certainement une année de reprise pour l'ensemble des nations. Toutefois, les pays occidentaux ne sont pas les locomotives de la sortie de crise. Les grands gagnants demeurent les pays asiatiques hors Japon dont le rythme de croissance est le double de celui observé au niveau mondial (Chine :+10%) ainsi que d'autres pays émergents tel que le Brésil (+4,7%) et la Russie (+3,6%). M.Jacomet conclut son exposé à travers la présentation des principaux axes de croissance qui se résument, aujourd'hui, par les points suivants :

- Coller le plus possible aux besoins et aux attentes des clients,
- assurer aux donneurs d'ordres : souplesse, réactivité et un bon rapport qualité/prix,
- fournir une grande transparence se rapportant à l'entreprise et à ses produits,
- accélérer l'innovation dans les produits, les services, les process et l'organisation,
- garantir le respect de l'écologie.

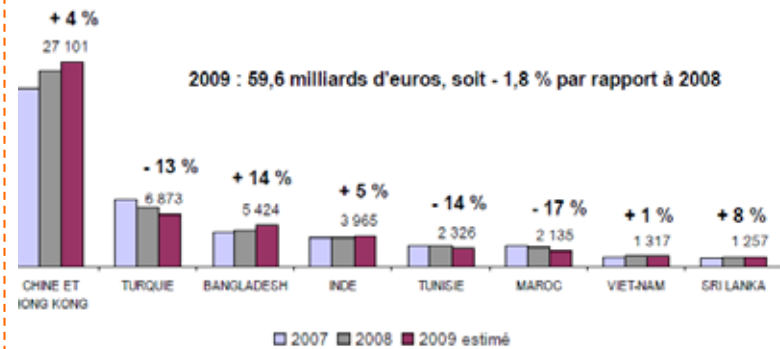


CETTEX

FÉVRIER 2010



Par la suite, M. Gildas MINVIELLE, Responsable de l'Observatoire Économique de l'IFM, a présenté la nouvelle cartographie du textile habillement mondial. Suite à la crise, le recul de la consommation d'habillement en Europe et aux Etats Unis a été sans précédent entraînant un effet amplificateur sur l'amont et l'aval de la filière; ce qui a favorisé un sourcing privilégié de l'Asie au détriment de l'Europe et des pays méditerranéens. Face à la crise, même la Chine, dont les exportations sont en progression, a connu un ralentissement de son rythme de croissance. Cependant, ce pays continue à investir massivement pour monter en gamme et faire face à l'augmentation de ses coûts de production. Selon les statistiques présentées par l'expert, la Chine est de loin le premier fournisseur d'habillement de L'UE en 2009. Pour l'année écoulée, les exportations de tous les pays du bassin méditerranéen ont évolué vers la baisse. Néanmoins, la Tunisie (-14% de croissance 2009/2008) a réussi à conserver sa position en tant que 5<sup>ème</sup> fournisseur de l'Europe.



M Minvielle achève son intervention sur une note optimiste en affirmant que l'année 2010 sera une année de reprise au cours de laquelle la consommation tendra à se stabiliser notamment en France. Ce fait, a été confirmé à travers les enquêtes réalisées par l'IFM qui ont relevé que le désir de mode demeure bien présent chez les consommateurs et que l'acte d'achat devrait être stimulé par le renouvellement de l'offre et par la fast-fashion. Pour la période à venir, l'amélioration de l'activité Textile-habillement devrait profiter au sourcing de proximité à même d'assurer la réactivité exigée par les donneurs d'ordres.

Madame Dalila BEN YAHIA, Directrice du Marketing et de la Coopération au Cettex, a focalisé sa présentation sur l'évolution des principaux indicateurs du commerce extérieur. Au niveau de l'export, l'année 2009 a été une année difficile au cours de laquelle les exportations (4729 MD) ont affiché une baisse de 8,8% en dinars (-12% en €) par rapport à l'année 2008 durant laquelle les ventes à l'étranger ont bien résisté. Tous les principaux produits ont connu un recul significatif dans la valeur d'exportation : pantalon (-13,3%), lingerie (-13,9%) et vêtement de travail (-16,9%) hormis les vêtements de dessus en maille dont la baisse a été moins importante que les autres produits (-3,3%).



En dépit de la baisse globale de la valeur et du volume de ces exportations, leur prix moyen à l'export reste supérieur à celui des pays concurrents ce qui dénote de la valorisation de l'offre tunisienne. L'analyse des exportations par produit révèle que la part de marché des vêtements de travail et des soutiens gorges continue à s'affaiblir dans le total des ventes d'habillement. Néanmoins, ce sont les produits balnéaires et les vêtements en maille qui tirent le secteur vers le haut et limitent la décroissance des exportations tunisiennes

CETTTEX

FÉVRIER 2010

Mme BEN YAHIA a ajouté que cette baisse a été enregistrée sur les principaux marchés de la Tunisie notamment la France et l'Italie qui accaparent plus de 66% des ventes à l'étranger. Les exportations ont, toutefois, augmenté vers des petits marchés tels que l'Espagne, le Portugal et la Pologne.

En 2008, la Tunisie s'est classée comme second fournisseur de la France et de l'Italie après la Chine avec plus de 12% de part de marché sur chacun de ces pays. Malgré ce bon positionnement, les exportations tunisiennes demeurent faibles sur des pays comme la Belgique (6% de part de marché), l'Allemagne (2,3%), les Pays Bas (3%) et l'Espagne (1,7%) comparés aux positionnements des pays concurrents.

Quant aux importations (3495 MD), elles suivent la même tendance que les exportations et enregistrent, en 2009, une décroissance de 8,8% en dinars et 11,8 % en €. Ce recul a été marqué par l'ensemble des fournisseurs de la Tunisie mis à part la Turquie et la Chine (5<sup>ème</sup> et 7<sup>ème</sup> fournisseur de la Tunisie) dont les approvisionnements sont en progression continue (plus de 10%).

Mme Evelyne CHABALLIER, Directrice des Etudes Economiques et Prospectives de l'IFM a consacré son intervention sur les mutations de la consommation et de la distribution en Europe et aux Etats Unis. Pour l'expert, l'année 2009 a été marquée par une chute importante des dépenses de consommation sur la majorité des grands marchés occidentaux. Face à la crise, les consommateurs se sont réorientés vers des achats plus réfléchis privilégiant les produits à prix raisonnables.

Les prévisions de 2010 annoncent, déjà, une reprise de la consommation aux Etats Unis (+1%) et sur certains marchés d'Europe : Grande Bretagne (+1%) et Allemagne (+0,5%). En France et en Italie, la remontée de la consommation sera plutôt lente. Les prévisions restent tout de même, négatives :-1% d'évolution pour la France et -0,5% pour l'Italie, l'estimation est plus prononcée pour l'Espagne (-5,8%).



Au niveau de la distribution et de la performance des enseignes, Mme CHABALLIER affirme la présence croissante des groupes européens dans le classement mondial de la distribution. En effet, la part de marché des chaînes spécialisées ne cessent de se renforcer en France alors que la part des hypers et supermarchés est en baisse. Parallèlement, en Italie, on assiste au développement des chaînes spécialisées poussé par l'implantation des marques étrangères et le développement des points de vente de marques italiennes.

En conclusion, l'analyste assure que la crise financière mondiale a réellement changé le comportement des consommateurs qui sont devenus plus responsables et plus respectueux de l'environnement et de l'éthique sociale. Les producteurs et donneurs d'ordres se sont, d'ores et déjà, alignés à la nouvelle donne en proposant de nouveaux produits réalisés au moindre coût et qui répondent à des niveaux d'exigence élevés particulièrement en matière de respect des normes sociales et environnementales.



FÉVRIER 2010

**Panel 2 : STRATEGIES DE PROMOTION**

Pour M. Abdellatif HAMAM, Président Directeur Général du Cepex, et Mme Salima HACHICH, Commissaire Général TEXMED 2010, en tant que secteur stratégique, le secteur T-H continue à bénéficier d'une attention particulière sur le plan promotionnel. L'année 2009 a été caractérisée par l'intensification de la participation aux foires et salons spécialisés à l'étranger ainsi que l'organisation des missions d'hommes d'affaires, des journées d'information et des rencontres B-to-B. Afin de renforcer ces actions de promotion, un 3<sup>ème</sup> programme du FAMEX est en cours d'élaboration avec comme objectifs de faire bénéficier près de 1000 entreprises, dont celles du secteur TH, et 80 structures professionnelles.



Pour le plan promotionnel de 2010, le Cepex renforce la stratégie de communication dédié au secteur à travers le développement d'outils promotionnels plus élaborés (actualisation du film et brochure promotionnel, site web...). Des efforts particuliers ont été consentis pour le développement du plan média notamment pour le relookage du slogan du secteur : «Tunisia Textile, The Perfect Fit», les insertions publicitaires et les publireportages dans les magazines spécialisées et les conférences de presse promotionnelles «Think Tunisia». A cela s'ajoute, l'organisation annuelle du salon TEXMED TUNISIA qui se tiendra du 16 au 18 juin 2010 à Tunis et qui vise à développer le partenariat et les affaires entre les entreprises de l'espace euro-méditerranéen.



Dans son intervention « La promotion du secteur textile: quel apport de mfcpole? », Mme Neila GONGI, Présidente Directrice Générale de MFCPOLE, s'est focalisée sur la présentation du contenu de la plateforme MFCPOLE en exposant ses sites d'implantations (Technopole mode et textile de Monastir et Zone de finissage d'El Fejja ainsi que les parcs d'activités industrielles intégrés dans les deux sites), ses services intégrés ainsi que son réseau de partenaires.

Mme GONGI qualifie la plateforme MFCPOLE comme étant une nouvelle plateforme industrielle intelligente pour les entreprises qui a pour objectif de favoriser la recherche, le développement et l'innovation essentiellement dans la filière textile mais également pour d'autres secteurs. Cette plateforme offre aux opérateurs nationaux et étrangers des atouts de taille en matière d'infrastructures et de logistique ainsi que des parcs industriels répondant aux standards internationaux. Équipée d'une station d'épuration collective de prétraitement et de traitement des eaux usées, la zone de finissage d'El Fejja vient consolider la chaîne logistique de la filière T&H permettant aux opérateurs de disposer d'une source d'approvisionnement limitrophe.

Pour la promotion de la plateforme, des actions ont été engagées, en 2009, pour attirer les investissements directs étrangers (participations à des foires, actions offshoring, rencontres B to B...) avec le ciblage de 2000 entreprises internationales opérant dans les secteurs porteurs. Ces actions de promotion se poursuivent, en 2010, à travers la prospection directe à l'étranger, l'organisation et co-organisation de journées en Tunisie et en Europe (en Italie, France, Allemagne, Turquie) en collaboration avec les partenaires internationaux ainsi que l'organisation d'actions de clusterisation visant le développement de produits innovants en Tunisie.

CETTEX

FÉVRIER 2010

A l'appui des conférenciers, M. Hervé HUCHET (Eurovet) et Mme Annick JEHANNE (MOD'SPE Paris) ont rapporté leurs expériences et leurs opinions en matière de stratégies commerciales en illustrant les meilleures pratiques compte tenu des nouvelles attentes.



En tant qu'expert de salons, M. Hervé HUCHET qualifie la participation aux salons internationaux comme indispensable à la croissance de l'entreprise. En effet, la participation à une foire ne permet pas uniquement de vendre. Outre, la recherche de clients ou de partenaires, le salon fournit à l'entreprise participante l'opportunité de découvrir l'offre des concurrents, de voir les nouvelles tendances de mode et de mieux cerner les besoins des consommateurs.

La participation à un salon se prépare (offre valorisée, brochures, organisation du stand...) et nécessite un réel engagement de l'entreprise sur plusieurs années étant donné que les retombées des actions commerciales ne se réalisent qu'à moyen et long terme. Opérant en tant que plateforme internationale Eurovet compte développer ses relations avec la Tunisie. Ainsi, un accord de partenariat est en cours d'élaboration entre le Cepex, la Fenatex et Eurovet en vue d'améliorer la participation tunisienne aux salons organisés par cette institution.



Pour développer les ventes, il est impératif pour Mme Annick JEHANNE de maîtriser un certain nombre d'actions essentielles telles que la connaissance de son entreprise, de ses produits, la maîtrise de l'environnement dans lequel l'entreprise évolue, la détermination des objectifs à atteindre compte tenu des moyens disponibles et des attentes, le respect des engagements et la confiance en soi.

Mme JEHANNE considère que le site Tunisien demeure un site de production intéressant caractérisé par sa proximité de l'Europe et par sa qualité industrielle.

Elle énumère, néanmoins, certaines insuffisances susceptibles de freiner le développement des ventes de ce secteur à l'étranger notamment en matières de sourcing matières, de connaissance de marchés et de manque d'agressivité et de réactivité. Les entreprises tunisiennes devraient déployer des efforts importants afin de mieux se positionner à l'international tant au niveau de l'offre que du prix et de la réactivité. Au cours de son témoignage, la consultante a insisté sur la nécessité de multiplier la participation des entreprises tunisiennes aux salons étrangers et d'assurer le suivi des clients contactés, actions primordiales à réaliser pour susciter l'intérêt des donneurs d'ordres et rester dans le portefeuille des fournisseurs privilégiés.

L'ensemble des opérateurs et des industriels présents à la journée ont montré leur satisfaction quant à la tenue de ce séminaire d'information sur le secteur qui devient, désormais, un rendez-vous incontournable.



CETTEX

**CETTEX**  
CENTRE TECHNIQUE DU TEXTILE

B.P. 279 - 2013 Ben Arous - Tunisie.  
Tél. : (+216) 71 381 133 - Fax : 71 382 558  
cettex@cettex.com.tn  
www.cettex.com.tn