



Jean-François Limantour
President of Evalliance

214 articles

16 mars 2023

Bilan 2022 contrasté et en demi-teinte pour les fournisseurs d'habillement de l'UE



Les importations européennes d'habillement de 2022, en bref

- 🌿 Bond de 35,7 % des importations européennes d'habillement en 2022 vs 2021, à 98 milliards d'euros
- 🌿 Augmentation de 18,3 % en 2022 des prix des vêtements importés par l'UE
- 🌿 Manque à gagner de plus de 20 milliards d'euros pour les fournisseurs de l'UE à cause du Covid
- 🌿 La part de l'Asie progresse à 75,8 % en 2022 ; la mode à petits prix gagne du terrain !
- 🌿 Celle des fournisseurs méditerranéens recule de 19,3 % en 2021 à 17,5 % en 2022
- 🌿 La Chine et le Bangladesh font la course en tête : 51,6 % des importations totales à eux deux !
- 🌿 Les plus forts taux de croissance sont pour les pays d'Asie bénéficiant d'accords douaniers préférentiels
- 🌿 Parmi les 12 premiers fournisseurs, ce sont les méditerranéens qui ont les plus faibles taux de croissance
- 🌿 La Tunisie arrive en tête pour la valeur moyenne de ses vêtements exportés vers l'UE, suivie du Vietnam

Après deux années difficiles marquées par la double crise sanitaire et économique provoquée par le Covid, les importations

européennes d'habillement ont retrouvé le chemin d'une croissance forte pour atteindre 98 milliards d'euros en 2022, soit une progression de 35,7 % par rapport à celles de 2021.

Cependant ce bond n'a rien d'exceptionnel car il ne correspond qu'à un rattrapage partiel après les performances médiocres enregistrées durant les années 2020 et 2021. En réalité, sans cette crise, les importations d'habillement de l'UE auraient dépassé 120 milliards d'euros en 2022 au lieu de 98 milliards.

Les fournisseurs

La part des importations en provenance d'Asie est en progression constante. Plus des trois quarts des vêtements importés par l'UE viennent maintenant du continent asiatique. A l'inverse, la part des fournisseurs méditerranéens est en recul à 17,5 % après avoir progressé entre 2019 et 2021. Ce retournement de tendance aux dépens des Méditerranéens semble traduire un regain d'intérêt des consommateurs pour des vêtements à bas prix, essentiellement produits en Asie, au détriment des articles moyen de gamme fabriqués dans les pays de proximité de l'Union européenne. En clair, en cette période d'inflation, pour de très nombreux consommateurs européens l'impératif prioritaire est de boucler les fins de mois. On comprime ou on reporte les dépenses vestimentaires et les autres dépenses non contraintes. Pour les consommateurs, le prix des produits, aussi bas que possible, l'emporte sur toutes autres considérations, y compris sociétales et écologiques.

Zones	2019	2020	2021	2022
Asie	70,9 %	70,5 %	72,5 %	75,8 %
Méditerranée	17,4 %	17,6 %	19,3 %	17,5 %
Autres	11,7 %	11,9 %	8,2 %	6,7 %
Totaux	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Comext Traitement statistique : JF Limantour

L'Union européenne compte 214 pays fournisseurs d'habillement mais moins d'une trentaine ont des ventes significatives. Les 12 premiers d'entre eux fournissent 91 % des importations totales. Ils se répartissent en deux principaux groupes, asiatique et méditerranéen.

Rang	Pays	Euros	Parts	2022 / 2021
1	Chine	28 863 697 675	29,4%	+ 32,0%
2	Bangladesh	21 796 125 020	22,2%	+ 52,5%
3	Turquie	11 349 041 686	11,6%	+ 23,1%
4	Inde	4 599 169 614	4,7%	+ 35,5%
5	Vietnam	4 325 200 902	4,4%	+ 51,2%
6	Pakistan	3 741 432 959	3,8%	+ 43,4%
7	Cambodge	3 604 335 236	3,7%	+ 51,0%
8	Myanmar	3 105 725 064	3,2%	+ 85,1%
9	Maroc	2 963 026 575	3,0%	+ 19,6%
10	Tunisie	2 284 946 330	2,3%	+ 24,7%
11	Sri Lanka	1 527 487 908	1,6%	+ 28,2%
12	Indonésie	1 292 605 923	1,3%	+ 39,2%
	Tous fournisseurs	98 030 173 955	100%	+ 35,7%

Source : Comext Traitement statistique : JF Limantour

Les fournisseurs asiatiques

Neuf pays asiatiques figurent parmi les douze premiers fournisseurs d'habillement de l'Union européenne. En 2021, ils ont fourni 68 % en valeur des importations européennes totales d'habillement.

Avec 28,9 milliards d'euros d'exportation, la **Chine** reste de très loin le premier fournisseur d'habillement de l'Europe. Sa part dans les importations totales est maintenant de 29,4 %. En 2019, avant l'épidémie du Covid, elle était de 28,9 %. La Chine n'est donc pas en déclin et fait mieux que résister, contrairement aux pronostics de nombreux experts qui estimaient

que les fortes augmentations salariales chinoises allaient inciter les acheteurs à se tourner vers d'autres fournisseurs tels que le Bangladesh ou le Vietnam.

Il est vrai que les salaires ont doublé en dix ans et que le Smic à Shanghai est maintenant de 375 euros (2590 CNY) ou de 340 dollars à Shenzhen (2360 CNY). Mais de nombreuses régions industrielles chinoises ont des salaires beaucoup plus bas. Ainsi par exemple, 205 dollars (1420 CNY) dans la province du Guangxi's. La Chine bénéficie de très gros atouts, en particulier une industrie textile très puissante et très performante qui fournit aux confectionneurs chinois des tissus dans des conditions hyper compétitives. A cet égard, on notera que la Chine, second producteur mondial de coton derrière l'Inde, a fourni 37 % des achats textiles (fils, tissus, masques,...) de l'Union européenne en 2022 pour une valeur de 14,3 milliards d'euros. N'oublions pas non plus qu'en application d'une politique dynamique de valeur ajoutée, la Chine investit énormément dans les nouvelles technologies, la formation, la RSE et l'écologie, et qu'elle implante de nombreuses usines dans les pays à bas salaires et/ou bénéficiant d'accords préférentiels avec l'Europe ou les Etats-Unis, par exemple au Cambodge, au Myanmar ou au Bangladesh pour exporter à droits nuls leurs production vers les marchés occidentaux.

Le **Bangladesh** s'impose comme le premier concurrent de la Chine sur le marché européen. Après un passage à vide en 2020 pour cause de Covid, les exportations bangladaises vers l'UE ont repris de la vigueur (+52,5 %) pour atteindre 21,8 milliards d'euros l'année dernière. La part du Bangladesh dans les importations européennes de 2022 dépasse 22 %. Au cours des 15 dernières années, ses exportations ont été multipliées par 5 ! Cette performance exceptionnelle n'est pas le fruit du hasard. Le Bangladesh bénéficie d'atouts incomparables dont un smic mensuel à 76 dollars (8100 taka), une main d'œuvre abondante et laborieuse et un accord préférentiel « Tout Sauf les Armes » lui permettant d'exporter à droits nuls ses vêtements vers l'UE, quelle que soit l'origine des tissus utilisés. Seule ombre au tableau, le PIB du Bangladesh va dépasser le niveau au-dessus duquel on ne fait plus partie des Pays les Moins Avancés/PMA. Or cet avantage préférentiel leur est réservé. D'où un intense lobbying des industriels bangladais à Bruxelles pour obtenir le maintien de cet énorme avantage douanier.

Contrairement au Bangladesh, l'**Inde** ne bénéficie d'aucun avantage douanier sur le marché européen et ses exportations de vêtements sont donc frappées du droit de douane conventionnel (12 % pour la plupart des vêtements), ce qui constitue un handicap majeur. Quatrième fournisseur en habillement de l'UE, l'Inde entre pour 4,7 % dans les importations totales européennes. En 2022, ses ventes n'ont atteint que 4,6 milliards d'euros, ce qui est une performance très modeste eu égard à l'énorme potentiel de ce pays, premier producteur mondial de coton. Pour mieux se rendre compte des piètres performances de l'Inde, précisons que depuis 2005, date de libération des échanges par le démantèlement de l'Accord Multifibres les importations européennes d'habillement (UE à 27) en provenance de ce pays n'ont progressé que de 29 % contre 141 % pour celles de toutes origines !

Rang	Fournisseurs	2019	2020	2021	2022
1	Chine	28,9%	30,0%	30,3%	29,4%
2	Bangladesh	18,7%	18,0%	19,8%	22,2%
3	Turquie	11,0%	11,7%	12,8%	11,6%
4	Inde	4,9%	4,3%	4,7%	4,7%
5	Vietnam	3,9%	4,0%	4,0%	4,4%
6	Pakistan	3,0%	3,1%	3,6%	3,8%
7	Cambodge	4,1%	3,6%	3,3%	3,7%
8	Myanmar	2,8%	2,9%	2,3%	3,2%
9	Maroc	3,3%	2,9%	3,4%	3,0%
10	Tunisie	2,5%	2,4%	2,5%	2,3%
11	Sri Lanka	1,5%	1,5%	1,7%	1,6%
12	Indonésie	1,4%	1,3%	1,3%	1,3%

Source : Comext Traitement statistique : JF Limantour

5^{ème} fournisseur de l'UE, le **Vietnam** a accru de 51 % en 2022 ses exportations d'habillement vers l'Europe. En 2023, il ravira sans doute la 4^{ème} place à l'Inde. Second fournisseur d'habillement des Etats-Unis (18,2 milliards de dollars en 2022), ce fournisseur (6000 entreprises et 2,5 millions de salariés) a de très solides arguments pour faire une percée en Europe : des entreprises très structurées et bien équipées, des coûts de production compétitifs (le smic mensuel est à 200 dollars) et une industrie textile dynamique lui fournissant une bonne partie des matières dont il a besoin. Et le Vietnam a signé un accord de partenariat avec l'UE (JOCE du 2 juillet 2019) dont le déploiement en cours permet progressivement aux vêtements vietnamiens d'entrer à droits nuls en Europe.

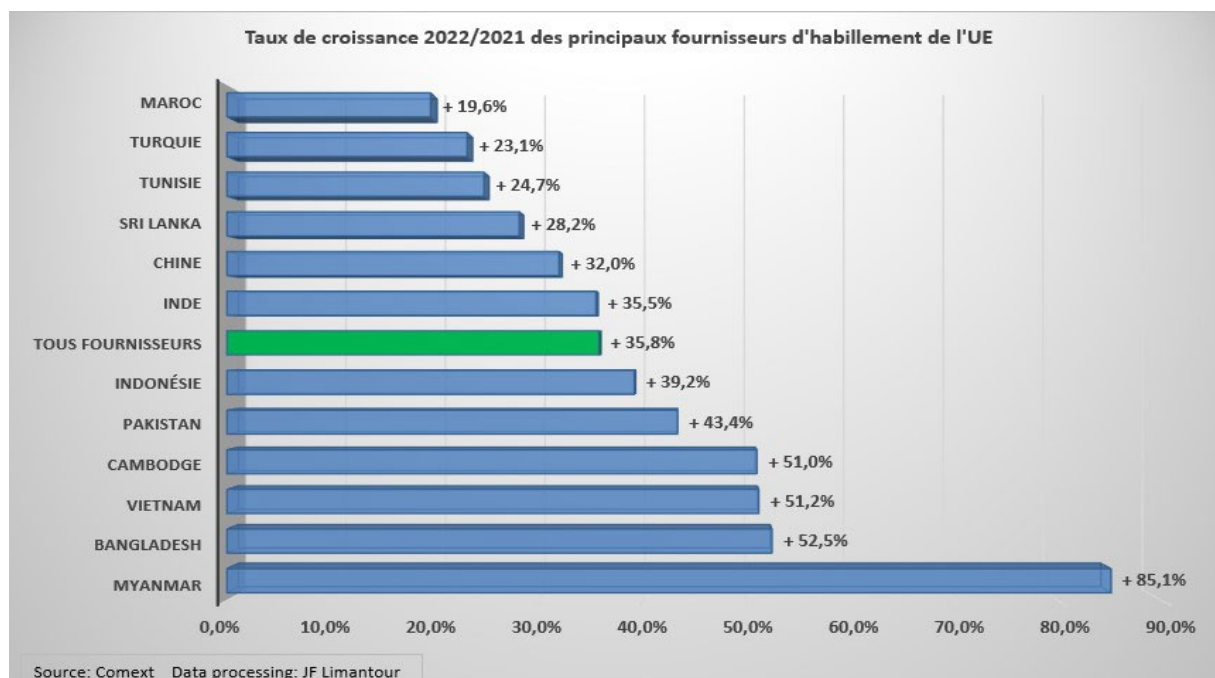
6^{ème} fournisseur, le **Pakistan** a vu ses exportations d'habillement augmenter de 43 % en 2022 pour atteindre 3,7 milliards d'euros. Sa part dans les importations européennes d'habillement augmente régulièrement : 3,0 % en 2019 ; 3,8 % en 2022.

Sa progression devrait se poursuivre au cours des prochaines années. Le pays bénéficie en effet d'un accord préférentiel SPG+ pour ses exportations vers l'Europe et est un important producteur de coton qui alimente une puissante industrie textile nationale.

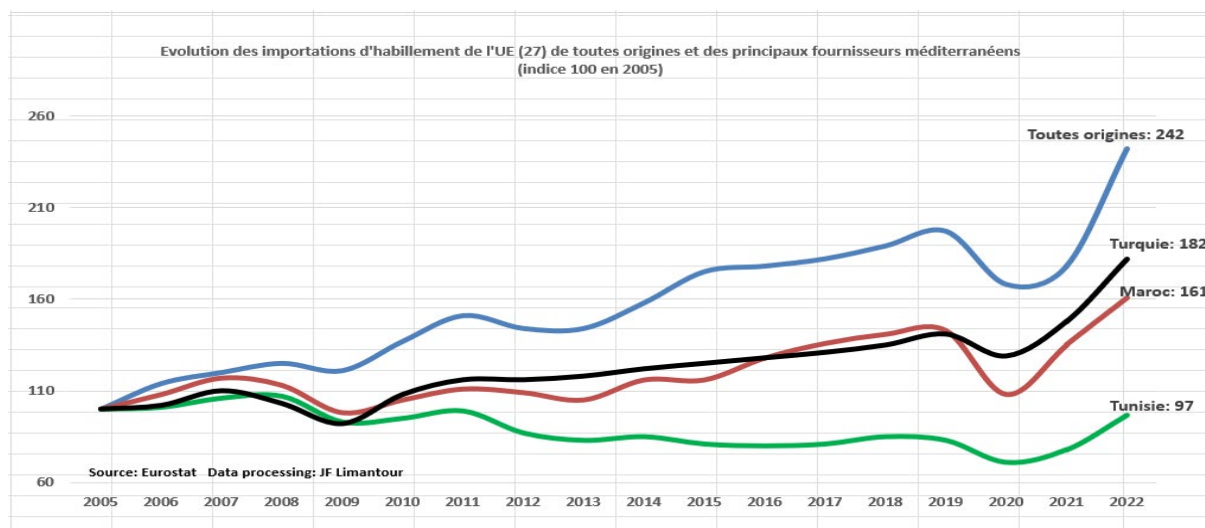
Les deux autres pays asiatiques figurant dans le classement des dix premiers fournisseurs de l'UE sont le Cambodge et le Myanmar. Ces deux pays ont en commun d'avoir fortement rebondi en 2022 après une éclipse de deux ans, de bénéficier du régime douanier super préférentiel européen « Tout Sauf les Armes/TSA », d'être fortement inféodés à la Chine et d'avoir des régimes politiques très autoritaires. Le **Cambodge** a progressé de 51% en 2022 à 3,6 milliards d'euros après une baisse, pendant deux ans, consécutive à son exclusion partielle du TSA par la Commission européenne (le 12 août 2020) pour atteintes aux droits de l'homme. Après avoir connu une progression quasi exponentielle de 2014 à 2019 grâce au bénéfice du TSA (accordé par l'UE le 13 juin 2012), le **Myanmar** (Birmanie) avait vu ses exportations décroître rapidement depuis 2020 en raison de sa situation politique chaotique marquée par le génocide des Rohingya et des crimes contre l'humanité. En 2022, nouveau rebond des exportations birmanes : +85 % à 3,1 milliards d'euros ! Pourtant, la situation politique au regard des droits de l'homme ne s'est pas améliorée dans ce pays, ni d'ailleurs au Cambodge, et cela sans que la Commission européenne ne juge utile de prendre des sanctions.

Les fournisseurs méditerranéens

Trois pays méditerranéens, La Turquie, le Maroc et la Tunisie figurent dans le classement des 10 premiers fournisseurs d'habillement de l'Union européenne. Ils sont en croissance en 2022 mais progressent moins vite que les fournisseurs asiatiques pour les raisons indiquées plus haut. En clair, ils ont perdu en 2022 des parts du marché européen ; ils devraient retrouver des couleurs lorsque l'inflation se calmera et que les consommateurs, moins préoccupés par les problèmes budgétaires de fin de mois, se tourneront à nouveau vers les vêtements moyen/haut de gamme et se soucieront pleinement des conditions sociales et environnementales de production.



La **Turquie** est le troisième fournisseur d'habillement de l'UE derrière la Chine et le Bangladesh. En 2022, ses exportations ont progressé de 23,1 % pour atteindre 11,3 milliards d'euros. Sa part dans les importations totales européennes d'habillement avait augmenté régulièrement, passant de 11 % en 2019 à 11,7 % en 2020 puis à 12,8 % en 2021 ; elle est retombée à 11,6 % en 2022. La Turquie ne manque pas d'atouts parmi lesquels une industrie textile extrêmement puissante, composée de grandes entreprises très structurées intégrant souvent des unités de confection. Elle est d'ailleurs le second fournisseur textile de l'Union européenne (6,1 milliards d'euros en 2022). La Turquie bénéficie aussi d'un accord très favorable d'Union douanière avec l'UE lui permettant d'y exporter ses vêtements à droits nuls, quelle que soit l'origine des tissus utilisés. Concurrente directe du Maroc et de la Tunisie, la Turquie bénéficie également de la très forte dépréciation de sa monnaie face à l'euro (-27 % en 2020 puis -29 % en 2021 et -24 % en 2022), ce qui dope ses exportations. On voit cependant, à l'aide du graphique ci-dessus, que les exportations turques d'habillement perdent du terrain en Europe depuis 2005, date d'ouverture de l'UE aux exportateurs asiatiques. Et la mauvaise situation économique actuelle du pays, aggravée par le désastreux séisme du 6 février 2023 dans le sud-est de l'Anatolie (entre autres dans la région textile d'Adana) ne laisse pas présager un redressement significatif des exportations du secteur.



Les exportations d'habillement du **Maroc** n'ont progressé que de 19,6 % en 2022 pour atteindre 2,96 milliards d'euros. C'est la plus faible progression parmi les douze premiers fournisseurs de l'Union européenne. Le Maroc était le 7ème fournisseur d'habillement de l'Europe en 2021. Il n'est maintenant que le 9ème, ayant été doublé en 2022 par le Cambodge et le Myanmar. Sa part relative est tombée à 3,0 % contre 3,4 % en 2021. Comme beaucoup d'autres fournisseurs, le Maroc a été durement frappé par le démantèlement des Accords Multifibres qui avait ouvert en grand les portes de l'Europe aux exportateurs asiatiques en 2005 (Chine et Vietnam en 2007). Ses performances actuelles sont en demi-teinte, directement affectées par l'inflation qui plombe la croissance du marché vestimentaire moyen de gamme européen ; mais le secteur multiplie les efforts de compétitivité et sera sans aucun doute en mesure de répondre, le moment venu, aux nouveaux enjeux d'un marché européen exigeant des fournisseurs agiles et écoresponsables.

Impactée en 2020 par la crise du Covid, la **Tunisie** avait su rebondir en 2021. En 2022, ses exportations d'habillement vers l'UE ont augmenté de 24,7 % pour atteindre une valeur de 2,28 milliards d'euros. Comme celui du Maroc, le secteur tunisien de l'habillement a beaucoup souffert de l'ouverture des frontières aux exportateurs asiatiques. A l'époque, la Tunisie était le quatrième fournisseur de l'UE, devant le Maroc. Elle est maintenant la dernière des dix premiers fournisseurs. Mais son industrie est compétitive et armée pour répondre aux nouvelles attentes du marché comme en atteste le fait que, parmi tous les fournisseurs de l'Europe, c'est elle qui a la plus forte valeur ajoutée par produit. Signe encourageant, le regain d'intérêt des investisseurs étrangers pour la Tunisie, par exemple le groupe italien Calzedonia. Elle retrouvera le chemin d'une croissance forte lorsque l'inflation en Europe se sera calmée et que, comme anticipé, les marchés s'orienteront durablement vers une consommation responsable ; mais le rétablissement d'un environnement politique favorable à l'économie nationale est plus que jamais une nécessité.

Les **autres fournisseurs méditerranéens** occupent une position marginale sur le marché européen d'habillement. Il s'agit notamment de l'**Egypte** et de la **Jordanie**, pays surtout présents aux Etats-Unis où ils bénéficient d'un accord préférentiel douanier QIZ.

Importations d'habillement de l'UE en provenance des pays méditerranéens en 2022			
Fournisseurs	Valeur	Part	2022/2021
	Euros	%	%
Turquie	11 349 041 686	11,6%	+23,1%
Maroc	2 963 026 575	3,0%	+19,6%
Tunisie	2 284 946 330	2,3%	+24,7%
Egypte	453 390 595	0,5%	+42,1%
Jordanie	83 212 267	0,1%	+35,0%
Israël	22 329 361	0,0%	+52,1%
Liban	11 188 530	0,0%	+67,6%
Syrie	4 006 645	0,0%	-17,1%
Algérie	297 073	0,0%	-22,7%
Libye	25 168	0,0%	+45,1%
Total Med	17 171 464 230	17,5%	+23,2%
World	98 080 890 774	100,0%	+35,7%

Source : Comext Data processing : JF Limantour

Les coûts et les prix

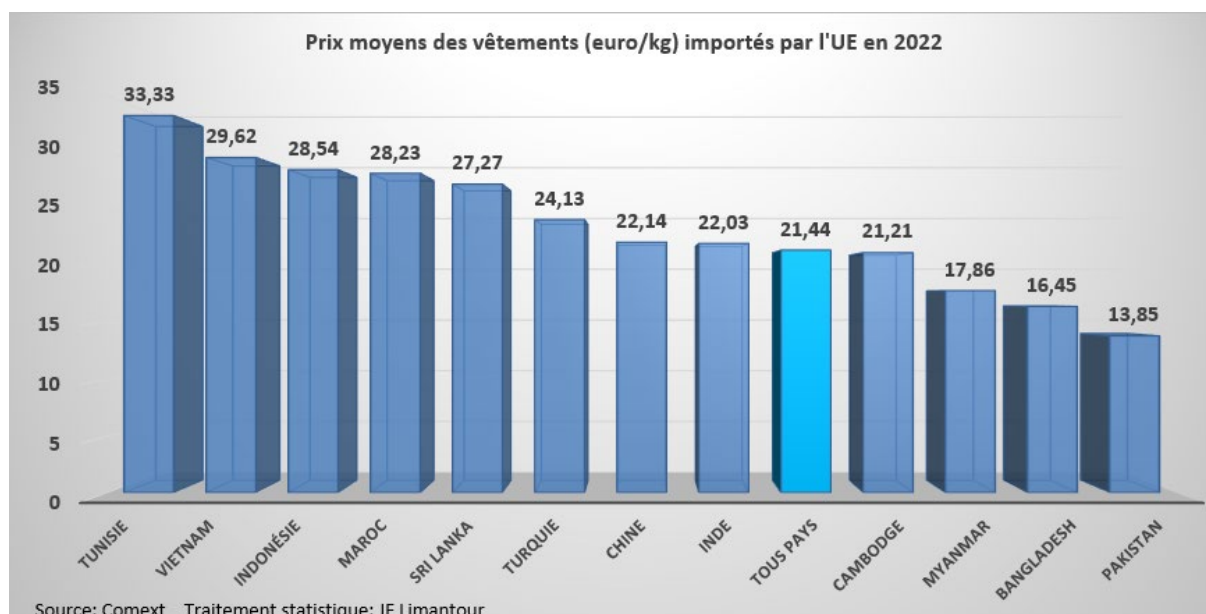
Les prix moyens des vêtements ont grimpé de 18,3 % en 2022. Cette situation n'est pas étonnante. L'année 2022 a en effet été marquée par une très forte augmentation du coût des matières premières et des transports ainsi que de l'énergie, avec un point culminant en milieu d'année. Par exemple, la livre de coton à la Bourse de New York a grimpé à 1,43 dollar le 30 avril 2022. Pour mémoire, elle coûtait 0,48 dollar le 1^{er} avril 2020, soit trois fois moins. Le prix des tissus synthétiques a lui aussi été fortement impacté par la montée des cours du brut : le baril de Brent valait 22,95 dollars le 13 avril 2020. Il en valait 121,5 dollars le 30 mai 2022, soit 6 fois plus. De même pour les coûts du transport maritime. Sans parler de l'appréciation du dollar face à l'euro qui a renchérit les importations de l'Europe.

En raison de l'atonie du marché vestimentaire européen et de la concurrence féroce qui y règne, l'intégralité de ces hausses n'a pas pu, et loin de là, être intégrée dans les prix industriels, ce qui a eu pour effet d'impacter les marges des producteurs, tout particulièrement des façonniers, mais aussi d'impacter les autres maillons de la chaîne de valeur de la filière.

Evolution des prix des vêtements importés par l'UE			
Rang	Fournisseurs	2022/2021	2022/2019
	Tous fournisseurs	+16,3%	+18,3%
1	Chine	+18,1%	+30,9%
2	Bangladesh	+25,9%	+19,9%
3	Turquie	+15,7%	+8,3%
4	Inde	+16,4%	+12,5%
5	Vietnam	+17,1%	+16,7%
6	Pakistan	+18,1%	+14,7%
7	Cambodge	+20,6%	+20,4%
8	Myanmar	+11,6%	+5,6%
9	Maroc	+11,7%	+13,9%
10	Tunisie	+8,0%	+7,1%
11	Sri Lanka	+11,7%	+10,4%
12	Indonésie	+22,4%	+23,5%

Source : Comext Traitement statistique : JF Limantour

La palme revient au Bangladesh avec une augmentation de ses prix de 25,9 % en 2022 par rapport à 2021, suivie de l'Indonésie (+22,4%) et du Cambodge (+20,6 %). A l'inverse, la Tunisie (+8,0%), le Maroc (+11,7%) et le Sri Lanka (+11,7%) ont enregistré les moins fortes augmentations.



Depuis plusieurs années, la Tunisie est en tête pour la valeur des vêtements qu'elle exporte vers l'Union européenne. C'est encore le cas en 2022. Cette situation flatteuse suggère que la Tunisie tirera bientôt tout le bénéfice de son positionnement moyen/haut de gamme lorsque les nouveaux paradigmes du marché pour des vêtements de qualité, durables, écoresponsables et fabriqués en circuit court joueront pleinement. Cette statistique confirme aussi que le Vietnam s'oriente vers le moyen/haut de gamme pour abandonner le bas de gamme aux pays à très bas salaires : Myanmar, Bangladesh et Pakistan.

On notera également que la Chine qui traditionnellement exportait des vêtements très bon marché commence elle aussi à pratiquer une politique de valeur ajoutée. Manifestement, on évolue de plus en plus vers deux blocs de fournisseurs ; non pas l'Asie et la Méditerranée mais d'une part le bloc des pays positionnés sur le bas de gamme et dont l'argument compétitif principal est constitué par des bas salaires, et d'autre part le bloc des pays positionnés sur le moyen/haut de gamme dont font partie les producteurs de proximité mais aussi quelques pays asiatiques.

Jean-François Limantour
Président d'Evalliance
16 mars 2023