

les fournisseurs méditerranéens d'habillement de l'UE ont le vent en poupe : + 25 % au premier semestre 2021 !

Publié le 8 septembre 2021

[Modifier l'article](#)

[Voir les stats](#)



Jean-François Limantour
President of Evalliance

192 articles

Les statistiques européennes du premier semestre 2021 confirment la forte poussée des exportateurs méditerranéens d'habillement sur les marchés de l'UE : + 25 %
Ils enregistrent tous de très belles performances.

- 3^{ème} fournisseur d'habillement de l'Europe, la **Turquie** progresse de 23 %
- Le **Maroc**, 7^{ème} fournisseur, fait un bond de 43 %
- La **Tunisie**, 9^{ème} fournisseur, accroît ses exportations de 19 %
- L'**Egypte**, 19^{ème} fournisseur, progresse de 12 %

Il s'agit d'un résultat d'autant plus remarquable qu'il s'inscrit dans un marché européen d'habillement plutôt morose, encore durement affecté par la crise du Covid : + 3 %

Importations d'habillement de l'UE - Premier semestre 2021				
	Fournisseurs	Valeur	Part	2021/2020
Rang	Pays	1000 euros	%	%
1	Chine	8 292 696	26,4%	-2
2	Bangladesh	6 496 286	20,7%	+8
3	Turquie	4 200 899	13,4%	+23
4	Inde	1 815 782	5,8%	+15
5	Vietnam	1 298 441	4,1%	+9
6	Pakistan	1 156 718	3,7%	+15
7	Maroc	1 127 144	3,6%	+43
8	Cambodge	991 382	3,2%	-13
9	Tunisie	910 673	2,9%	+19
10	Myanmar	691 916	2,2%	-16
	Autres	4 379 822	14,0%	+5
	Totaux	31 361 759	100,0%	+3

Source: Comext Calculs IFM

L'autre fait marquant est le coup d'arrêt aux exportations chinoises. Grand « bénéficiaire » de la crise sanitaire en 2020, la **Chine** voit maintenant ses exportations décliner : - 2 % en habillement et - 62 % en textile !

C'est sans surprise que deux autres fournisseurs asiatiques sont en recul : le **Cambodge** (-13%) qui continue à payer son exclusion partielle du régime européen préférentiel « Tout Sauf les Armes » et le **Myanmar** dont la situation intérieure chaotique fait fuir les donneurs d'ordres occidentaux.

Parmi les 10 principaux fournisseurs d'habillement, on remarquera aussi le solide redressement de l'**Inde** (+15 %), la consolidation des exportations du **Pakistan** (+15 % également), le retour dans une phase positive du **Bangladesh** (+ 8%) après de sérieuses difficultés en 2020, et le bon score du **Vietnam** (+8 %) mais qui devrait cependant faire beaucoup mieux grâce au déploiement de son accord de libre-échange avec l'UE.

Ces statistiques européennes du premier semestre 2021 s'apprécient par rapport à celles de 2020, année exceptionnellement mauvaise du fait de la pandémie.

Les pourcentages d'évolution peuvent donc exprimer une situation en trompe-l'œil.

C'est pourquoi il est très utile d'avoir une vision des performances à travers l'évolution des parts de marché ; c'est ce que fournit le tableau ci-dessous.

Il confirme le déclin de la **Chine** qui demeure néanmoins le premier fournisseur d'habillement de l'UE avec une part de 26,4 %, et celui du **Cambodge** et du **Myanmar** pour les raisons invoquées plus haut.

Ce tableau confirme également de manière indiscutable le retour en grâce des fournisseurs méditerranéens.

- La part de la **Turquie** dans les importations totales d'habillement de l'UE était de 11 % en 2019 ; elle est maintenant de 13,4 %
- Celle du **Maroc** a grimpé à 3,6 % au premier semestre 2021 contre 3,3 % en 2019
- Celle de la **Tunisie** a monté de 2,5 % en 2019 à 2,9 %

Evolution des parts des fournisseurs d'habillement de l'UE					
Rang	Fournisseurs	2019	2020	2021	Tendance
1	Chine	28,9%	30,0%	26,4%	☹️
2	Bangladesh	18,7%	18,0%	20,7%	😊
3	Turquie	11,0%	11,8%	13,4%	😊
4	Inde	4,9%	4,3%	5,8%	😊
5	Vietnam	3,9%	4,0%	4,1%	😊
6	Pakistan	3,0%	3,1%	3,7%	😊
7	Maroc	3,3%	2,9%	3,6%	😊
8	Cambodge	4,1%	3,6%	3,2%	☹️
9	Tunisie	2,5%	2,4%	2,9%	😊
10	Myanmar	2,8%	3,0%	2,2%	☹️

Source: Comext Data processing: JF Limantour

Certes, il y a encore beaucoup de chemin à parcourir pour que les fournisseurs méditerranéens retrouvent leur niveau de performances d'avant 2005, date de la fin des Accords Multifibres qui a permis aux exportateurs asiatiques, Chine en tête, de s'engouffrer dans le marché européen.

Mais j'ai de bonnes raisons de penser qu'il s'agit là de l'amorce d'un renversement durable en faveur des fournisseurs de proximité de l'Europe et donc de la Méditerranée, renversement provoqué par le réveil des consommateurs en faveur de business modèles plus soft en « empreinte carbone » et plus socialement vertueux. Et par des entreprises rendues plus agiles et plus compétitives grâce à des solutions innovantes de création, de production et de commercialisation nées de la révolution digitale en cours.

Jean-François Limantour