



Jean-François Limantour
President of Evalliance

217 articles

25 juin 2023

Industrie d'habillement de la Tunisie : des résultats très encourageants à l'export !



Port de Radès - Tunis

Au cours des quatre premiers mois de 2023, les exportations tunisiennes d'habillement vers l'UE ont cru de 13,6 %. Cette performance, la meilleure de celles des dix premiers fournisseurs de l'Europe, est d'autant plus remarquable que le marché européen est en baisse, marqué par une consommation vestimentaire en berne et des problèmes en cascade dans la distribution.

Considérées globalement, les importations sont en baisse de 4,7 % en valeur et de 15,5 % en volume, ce qui est très révélateur de l'état anémique du marché européen. La majorité des fournisseurs, tant asiatiques que méditerranéens, enregistrent des baisses de leurs exportations vers l'UE : La Chine recule de 14 %, le Bangladesh de 3 %, la Turquie de 11 % et le Maroc de 14 %.

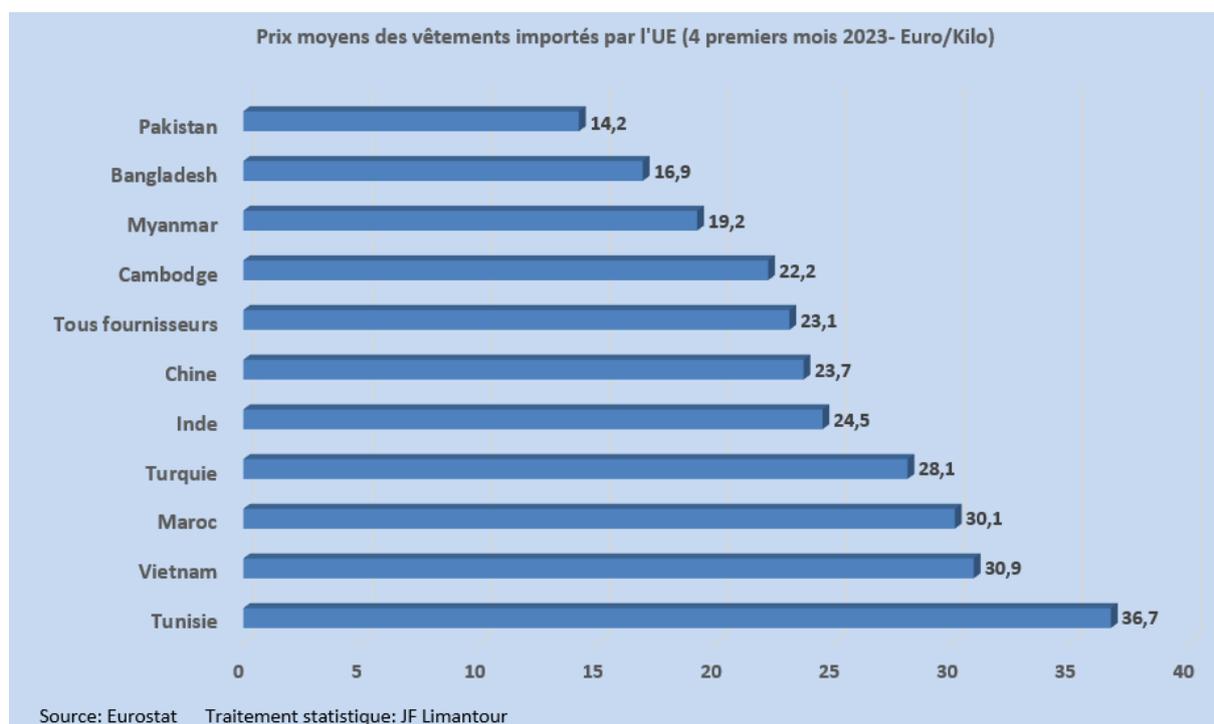
En volume, la Tunisie se distingue aussi avec une quasi-stabilité de ses exportations (- 0,9 %) alors que ses concurrents accusent de lourdes baisses : Chine (- 21 %), Bangladesh (-12 %), Pakistan (- 12%), Cambodge (- 14%), Turquie (- 25%), Maroc (- 21 %), etc..

.../...

Importations d'habillement de l'Union européenne (4 premiers mois de 2023)						
Rang	Fournisseurs Pays	Valeurs Euros	Parts	Evolution 4 mois 2023 / 2022		
				Valeurs	Quantités	Prix
1	Chine	6 585 707 612	23,8%	-14,2%	-21,1%	+8,7%
2	Bangladesh	6 557 743 371	23,7%	-3,4%	-12,5%	+10,3%
3	Turquie	3 334 632 816	12,0%	-11,0%	-24,7%	+18,2%
4	Inde	1 679 746 516	6,1%	+3,4%	-8,2%	+12,6%
5	Vietnam	1 239 371 084	4,5%	+6,7%	-7,3%	+15,1%
6	Pakistan	1 077 436 274	3,9%	-4,6%	-11,8%	+8,2%
7	Cambodge	982 370 362	3,5%	-2,7%	-14,0%	+13,2%
8	Tunisie	837 928 092	3,0%	+13,6%	-0,9%	+14,6%
9	Maroc	823 568 265	3,0%	-14,1%	-21,0%	+8,8%
10	Myanmar	753 853 948	2,7%	+2,8%	-6,5%	+9,9%
	Tous fournisseurs	27 688 709 671	100,0%	-4,7%	-15,5%	+12,7%

Source: Eurostat Traitement statistique: JF Limantour

Les prix dérapent, mais ce n'est pas étonnant en cette période de forte inflation : +12,7 % pour l'ensemble des fournisseurs d'habillement de l'UE ! Au moment où les consommateurs connaissent des difficultés pour boucler leurs fins de mois en raison de l'inflation et font, contraints et forcés, des arbitrages budgétaires sévères pour financer leurs dépenses contraintes (alimentation, loyers, énergie,...), cette évolution des prix des vêtements est annonciatrice de nouvelles difficultés pour le secteur, en premier lieu pour les distributeurs puis, par voie de ricochet, pour les producteurs de la filière.



En ce début d'année, le secteur d'habillement de la Tunisie coche donc toutes les cases, ce qui réjouira tous les amis de ce pays (dont je suis) en proie à de grandes difficultés socio-économiques dues pour l'essentiel à un contexte politique abracadabrantesque.

Cette embellie est-elle durable alors que la Tunisie glisse depuis 20 ans vers les profondeurs du classement ? Ma réponse est oui, sans hésitation, si la Tunisie siffle la fin de la récréation et des disputes politiciennes stériles, pour redevenir ce pays stable, attractif et accueillant que nous avons

tant aimé.

Car le secteur tunisien de l'habillement dispose de formidables atouts compétitifs pour redevenir un des grands leaders du marché mondial. La Tunisie est en effet parmi les fournisseurs de l'Europe, le pays le mieux positionné, et de loin, en termes de valeur ajoutée. La valeur des vêtements exportés par la Tunisie est plus du double de celle de pays « bas de gamme » comme le Bangladesh et très supérieure à celle des produits de ses concurrents directs : 22 % de plus que les produits marocains, 31 % de plus que ceux de Turquie !

Tous les experts s'accordent pour penser que le marché final d'habillement se structure en deux grands sous-ensembles : le bas de gamme destiné aux populations les moins aisées, alimenté par des fournisseurs de produits « gourmands en main d'œuvre » comme le Bangladesh et le moyen/haut de gamme destiné aux consommateurs sans grandes préoccupations budgétaires contraignantes, ceci au détriment du milieu de gamme, pris en sandwich entre les deux.

En clair, grâce à la politique d'attraction des IDE et des marques menée à la fin des années 90 et début des années 2000, la Tunisie est aujourd'hui le fournisseur le mieux positionné pour répondre à la demande croissante moyen/haut de gamme des marchés d'exportation.

L'orientation du marché vers le moyen/haut de gamme en fast fashion est donc une formidable chance pour l'industrie tunisienne de l'habillement. Les industriels tunisiens sont dans les starting-blocks. Ils ne comptent que sur eux-mêmes pour gagner de nouvelles parts de marché. L'avenir leur appartient donc pour autant que leur environnement socio-politico-économique national redevienne rapidement favorable au business. Ce qui demeure malheureusement très hypothétique.

Jean-François Limantour - Président d'Evalliance

25 Juin 2023