

ECONOMIE

Le démarrage en force des exportations textiles marocaines en 2022, pas un hasard (AMITH)

La reprise se confirme dans le secteur du textile et de l'habillement, qui enregistre un record dans ses exportations sur les cinq dernières années. Profitant du mouvement de relocalisation des donneurs d'ordre européens, les industriels œuvrent pour inscrire cette tendance sur le long terme.



Par **Yahya Benabdellah**

Le 4 avril 2022 à 17h39 | Modifié 4 avril 2022 à 17h39

Les exportations textile marocaines se portent bien. Les chiffres de l'Office des changes pour les deux premiers mois de 2022 confirment la reprise du secteur. Elles ont en effet progressé de **26%** par rapport à 2021 et ont atteint près de 6,4 milliards de dirhams de chiffres d'affaires à l'export. Un pic sur la même période au cours des cinq dernières années.

Contacté par Médias24, le président de l'Association marocaine des industriels du textile et de l'habillement (AMITH), Mohammed Boubouh, affirme qu'il n'y a pas une seule société marocaine qui n'ait pas un carnet de commandes plein sur le court et le moyen termes. Une bonne nouvelle lorsque l'on sait que le Maroc est principalement présent sur le marché du fast fashion.

Certes, la pandémie a causé de nombreux dégâts économiques, mais concernant l'industrie du textile et de l'habillement, elle a attiré l'attention du marché européen sur l'importance du **sourcing de proximité**, en particulier au niveau du bassin méditerranéen où le Maroc fait figure de référence, selon le président de l'AMITH.

Celui-ci estime qu'une orientation stratégique va s'installer sur le long terme. Elle dépasse les calculs conjoncturels, notamment ceux liés à la hausse des prix de la logistique internationale. Une hausse qui affecte d'ailleurs les industriels marocains sur l'achat de plusieurs intrants.

En effet, des clients traditionnels du Maroc, tels que le groupe Inditex, ont renforcé leur capacité de production au sein du Royaume après la pandémie. Durant le dernier salon Maroc In Mode, organisé par l'AMITH les 30 et 31 mars dernier à El Jadida, les clients ont exprimé leur satisfaction sur l'évolution du secteur durant les dernières années, selon Mohammed Boubouh.

« Ce n'est pas un hasard »

Le président de l'AMITH, qui approche la fin de son mandat, estime que le retour en force du secteur est dû, en partie, à la stratégie développée par l'AMITH pour diversifier le portefeuille client du Maroc. D'après lui, cette stratégie, baptisée **Dayem**, a donné de très bons échos au niveau européen. Elle devrait porter ses fruits à court et à moyen terme, mais surtout à long terme.

« Ce n'est pas un hasard ; c'est une stratégie sur laquelle nous avons travaillé pendant trois ans, depuis le début de notre mandat », affirme Mohammed Boubouh. « Maintenant que nous touchons à la fin de notre mandat, nous laissons une AMITH qui s'est beaucoup développée et possède une nouvelle stratégie qui porte ses fruits », poursuit-il.

Un mandat qui se conclut également sur une édition réussie du dernier salon Maroc In Mode. « Il a marqué un avant et un après dans les versions de ce salon », estime Mohammed Boubouh.