



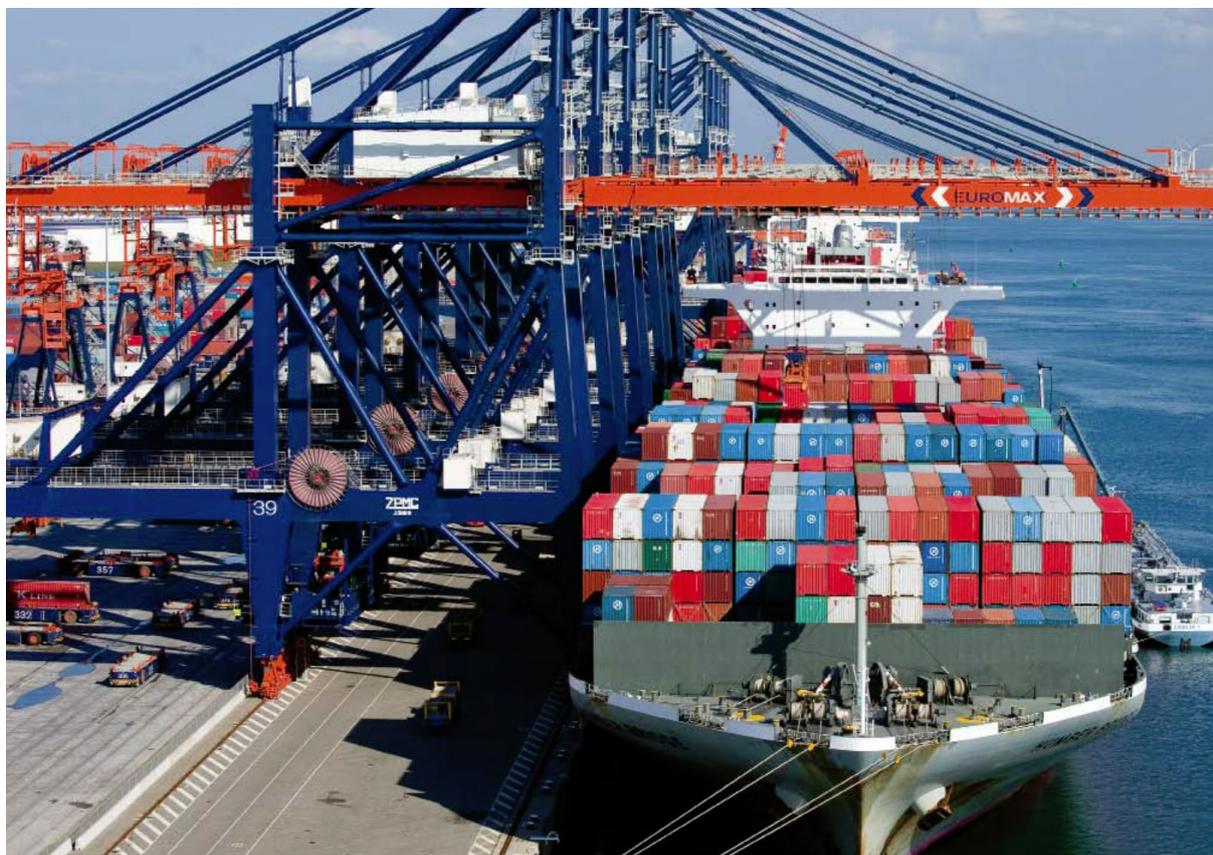
# Importations d'habillement de l'UE du 1er trimestre 2022: rebond en trompe l'œil et perspectives peu réjouissantes !



Jean-François Limantour  
President of Evalliance

197 articles

3 juin 2022



Les importations européennes d'habillement ont progressé de 30 % au premier trimestre 2022 par rapport à la même période de 2021. Tous les principaux fournisseurs de l'Union européenne enregistrent une forte augmentation, la palme revenant au Bangladesh avec + 51,4 %. Toutefois, ces performances, optiquement excellentes, ne permettent en réalité aux fournisseurs que de revenir, peu ou prou, à leurs niveaux de 2019 !

Ajoutons que près d'un tiers de ce rebond de 30 % provient du renchérissement du prix des vêtements (+11,8 %) provoqué par la très forte progression du coût des

matières (coton et synthétiques). Pas de quoi donc s'enthousiasmer pour une performance qui permet à peine de revenir à la situation d'avant la crise sanitaire.

| EU (27 membres) Importations d'habillement, 1er trimestre 2022 |              |                |           |           |       |                |
|--|--------------|----------------|-----------|-----------|-------|----------------|
| Rang   | Fournisseurs | Valeur         |           | Part en % |       | Evolution prix |
|  |              | Euros          | 2022/2021 | 2021      | 2022  | 2022/2021      |
| 1  | China        | 6 226 345 882  | 28,9%     | 29,3%     | 28,7% | 18,5%          |
| 2  | Bangladesh   | 4 782 725 688  | 51,4%     | 19,2%     | 22,0% | 20,1%          |
| 3  | Turkey       | 2 799 671 040  | 27,5%     | 13,2%     | 12,9% | 11,8%          |
| 4  | India        | 1 165 989 312  | 21,6%     | 5,8%      | 5,4%  | 13,0%          |
| 5  | Vietnam      | 858 233 004    | 28,0%     | 4,1%      | 4,0%  | 11,4%          |
| 6  | Pakistan     | 826 177 655    | 36,2%     | 3,7%      | 3,8%  | 13,3%          |
| 7  | Cambodia     | 727 485 925    | 35,9%     | 3,2%      | 3,4%  | 9,8%           |
| 8  | Morocco      | 706 973 133    | 31,0%     | 3,2%      | 3,3%  | 16,9%          |
| 9  | Tunisia      | 572 723 943    | 21,7%     | 2,8%      | 2,6%  | 6,6%           |
| 10   | Myanmar      | 544 402 142    | 27,9%     | 2,6%      | 2,5%  | 2,5%           |
| 11   | Sri Lanka    | 353 888 707    | 23,6%     | 1,7%      | 1,6%  | 4,7%           |
| 12   | Indonesia    | 284 743 844    | 37,0%     | 1,3%      | 1,3%  | 10,0%          |
| Tous fournisseurs  |              | 16 664 737 663 | 30,2%     | 100%      | 100%  | 11,8%          |

Source: Eurostat Data processing: Jean-François Limantour

Concernant les fournisseurs asiatiques, on notera la bonne résistance de la Chine malgré ses problèmes de confinement « Covid », la progression très rapide du Bangladesh qui concurrence de plus en plus directement la Chine, le relatif essoufflement de l'Inde qui paye son absence d'accord préférentiel avec l'UE et du Vietnam dont l'accord de partenariat avec l'UE n'est encore que partiellement développé. On notera aussi la remontée du Cambodge qui repasse devant le Maroc et les relativement bonnes performances du Myanmar et du Sri Lanka, bien que tous deux en proie à de graves problèmes intérieurs politiques et sociaux.

Côté Méditerranée, la Turquie, le Maroc et dans une moindre mesure la Tunisie, ont réalisé de bons scores sur le marché européen d'habillement. Ensemble, les 9 fournisseurs méditerranéens voient cependant leur part dans les importations totales de l'UE légèrement baisser à 19,4 % contre 19,8 % au premier trimestre 2021.

| Importations d'habillement de l'UE (27) au premier trimestre, venant des pays méditerranéens |                 |               |               |                                     |         |         |
|--|-----------------|---------------|---------------|-------------------------------------|---------|---------|
| Fournisseurs   | Valeur en euros |               |               | Parts dans les importations totales |         |         |
|  | 2020            | 2021          | 2022          | 2020                                | 2021    | 2022    |
| Turquie  | 2 150 360 392   | 2 195 944 801 | 2 799 671 040 | 11,4%                               | 13,2%   | 12,9%   |
| Maroc  | 581 500 336     | 539 784 165   | 706 973 133   | 3,1%                                | 3,2%    | 3,3%    |
| Tunisie  | 514 632 330     | 470 716 472   | 572 723 943   | 2,7%                                | 2,8%    | 2,6%    |
| Egypte   | 97 876 724      | 82 374 294    | 108 003 527   | 0,5%                                | 0,5%    | 0,5%    |
| Jordanie   | 12 713 843      | 13 150 586    | 18 206 859    | 0,1%                                | 0,1%    | 0,1%    |
| Israël   | 3 719 657       | 3 385 103     | 4 054 854     | > 0,0 %                             | > 0,0 % | > 0,0 % |
| Liban  | 2 608 491       | 894 399       | 1 647 427     | > 0,0 %                             | > 0,0 % | > 0,0 % |
| Syrie  | 726 366         | 1 501 640     | 978 128       | > 0,0 %                             | > 0,0 % | > 0,0 % |
| Algérie  | 6 936           | 51 930        | 80 974        | > 0,0 %                             | > 0,0 % | > 0,0 % |
| Total PPM  | 3 364 145 075   | 3 307 803 390 | 4 212 339 885 | 17,90%                              | 19,80%  | 19,40%  |

Source: Eurostat Data processing: JF Limantour

Pour l'instant, rien ne permet d'affirmer que le mouvement de reflux de l'Asie vers la Méditerranée observé durant la crise du Covid va s'interrompre. On peut cependant nourrir quelques inquiétudes pour les Méditerranéens compte tenu de la dégradation économique en Europe. En effet, l'inflation commence à ronger sérieusement le budget des consommateurs européens et impacte sévèrement leurs dépenses contraintes (énergie et produits alimentaires notamment). Les prix des vêtements eux-mêmes vont certainement continuer à grimper en raison de la hausse du coût des matières. A cet égard, on notera par exemple qu'au cours des 12 derniers mois, la livre de coton à la Bourse de New York est passée de 0,838 dollar le 2 juin 2021 à 1,368 dollar au 2 juin 2022, soit une hausse de 63,2 %.

Dans ces conditions économiques difficiles, les consommateurs européens qui, rappelons-le, réduisent régulièrement depuis de nombreuses années leurs dépenses vestimentaires, vont limiter leurs achats d'habillement au strict nécessaire en privilégiant des vêtements bon marché, donc essentiellement asiatiques, tout en oubliant, du moins pour quelque temps, les impératifs de production et de transport responsables pour la sauvegarde de la planète.

Mais finalement, avec l'inflation et la guerre en Ukraine, l'année 2022 ne sera pas un grand cru et risque même d'être une « annus horribilis » pour tous, consommateurs européens, producteurs mondiaux et distributeurs !

Jean-François Limantour

Président d'Evalliance