



90% des entreprises du secteur textile-habillement, travaillant pour l'export, ont été touchées de plein fouet par la crise économique qui prévaut à cause de plusieurs facteurs.

La Tunisie a vécu dix années d'instabilité politique, sociale, sécuritaire, législative, fiscale...et de grandes turbulences qui ont été à l'origine d'une détérioration du climat des affaires, de la dégradation de la compétitivité des entreprises. Le secteur textile-habillement—dont 90% des entreprises travaillant pour l'export, ont été touchées de plein fouet—n'a cessé de perdre des parts de marché au profit de pays concurrents. Par ailleurs, la Tunisie a occupé la cinquième place en 2010, devant le Maroc, en tant que fournisseur d'habillement de l'UE (avec une part de marché de 3,7%), et a dégringolé à la dixième place avec une part de marché de 2,4% seulement (contre 3,2% pour le Maroc).

Et les conséquences auraient pu être bien pires n'eussent été la grande résilience des entreprises et les grands efforts d'investissement, de repositionnement, d'organisation... consentis malgré un manque d'appui et d'assistance des pouvoirs publics. Dans ce contexte, M. Nafâa Ennaïfer, ingénieur-dirigeant d'un groupe d'entreprises totalement exportatrices opérant dans l'industrie de l'habillement et vice-président de la Fédération tunisienne du textile et de l'habillement (Ftth) a

mentionné que le secteur T/H demeure aujourd'hui, malgré toutes les difficultés et malgré la perte de près de 400 PME et 40.000 emplois en dix ans, le premier employeur du pays avec 160.000 emplois (soit 31% des emplois de l'industrie manufacturière), et le deuxième exportateur avec 2,3 milliards d'€ (soit plus de 20% des exports de l'industrie manufacturière).

Prolifération des marques étrangères

En effet, les entreprises travaillant pour le marché local ont subi, de leur côté, les conséquences de la prolifération des marques de distribution étrangères, mais surtout de l'invasion du marché par les produits de contrebande venus de Chine et de Turquie, et d'un nouveau fléau qui prend trop d'ampleur : le commerce de la friperie qui ne concerne plus des vêtements usagés destinés à une classe démunie, mais des fins de lots et des invendus ramenés de manière illégale, essentiellement de Turquie et distribués dans des boutiques ayant désormais pignon sur rue !

La crise sanitaire mondiale vécue en 2020, et qui continue à sévir jusqu'aujourd'hui, a eu de graves répercussions sur le secteur et a fragilisé notamment les petites et moyennes entreprises de moins de 100 personnes qui ont perdu jusqu'à 50% de leurs chiffres d'affaires. Là aussi, et malgré un manque d'appui de l'Etat, le comportement des entreprises a été exemplaire puisqu'elles ont tout fait pour maintenir leurs emplois, payer les salaires et se battre pour résister jusqu'à la reprise. Une année après le déclenchement de la pandémie, on ne dénombre que la fermeture de 60 petits ateliers employant environ 4.500 personnes (soit 3% du total des emplois du secteur).

Comment permettre au secteur de reconquérir sa place sur le marché international ?

La profession et les entreprises n'ont pas arrêté de se battre pour défendre les acquis d'un secteur dont l'expérience et le poids économique sont uniques. M. Ennaïfer a révélé également que dès 2016, la Ftth a élaboré avec le gouvernement un plan de relance ayant fait l'objet d'un Conseil Ministériel Restreint en juin 2017, qui a abouti à un ensemble de mesures d'assouplissement des procédures administratives (douane, autorisations...), d'amélioration des services logistiques (qualité et célérité des prestations portuaires..), de facilitation de l'accès au financement bancaire (lignes de crédits spécifiques...), de l'aide à la restructuration des PME en difficulté, de remboursement des crédits de TVA et d'IS par l'administration fiscale, d'adaptation de la formation (universitaire et professionnelle

) aux exigences et besoins du secteur, de l'encouragement et de l'incitation à l'investissement en amont de la filière (tissage et finissage). Ces mesures n'ont pas vu le jour...

En février 2019, le secteur T/H a été le tout premier secteur à avoir signé avec le gouvernement un pacte de compétitivité qui représente dans les faits un contrat de partenariat Public-Privé définissant les engagements de l'Etat pour améliorer le climat des affaires (on peut reprendre l'ensemble des mesures préconisées ci-haut et connues depuis de longues années), les engagements du secteur en termes d'efforts d'investissement, d'accroissement de l'intégration, de la valeur ajoutée, de l'exportation, et de la création d'emplois notamment dans les zones de développement régional.

Engagements non tenus

Et encore une fois, la profession n'a pas arrêté de se battre, d'investir et de défendre ses marchés, alors que les engagements de l'Etat n'ont pas été tenus encore une fois. La profession a même dû prendre ses destinées en main en ce qui concerne: la formation (en créant des centres de formation professionnelle interentreprises avec le concours du GIZ, et en tissant un partenariat avec une université allemande pour la refonte du cycle de formation d'ingénieurs textiles de l'Enim) ainsi que la gestion de l'image du secteur (pour pallier la détérioration de l'image du pays). Elle a pris aussi ses destinées en main en arrêtant, avec l'assistance du Centre international du commerce de Genève (programme Getex) une stratégie de relance, de repositionnement et de développement du secteur post-Covid.

Le textile habillement tunisien a ainsi été le tout premier secteur à lancer une étude de l'impact du Covid-19 sur la distribution textile européenne, sur les habitudes de consommation, sur les périls (besoin de plus de services, plus de qualité, plus de certifications, plus de réactivité ...), sur les nouvelles exigences éco-responsables, et sur les opportunités qui s'offrent à nos entreprises (relocalisation de certaines productions, nouveaux créneaux porteurs...).

M. Nafâa a ajouté que pour saisir ces opportunités et reconquérir nos parts de marché, il faut mettre une double exigence, à savoir la capacité des entreprises à faire évoluer leur organisation (optimisation et digitalisation des process), et leur positionnement produits et marchés, à réaliser les investissements matériels et immatériels nécessaires, à remettre en cause parfois leur stratégie de sourcing... En l'occurrence, la volonté et la capacité de nos gouvernants à aplanir les difficultés, à

améliorer les services administratifs et logistiques pour ne pas grever la compétitivité des industriels.

Les entreprises spécialisées exclusivement en sous-traitance seront toujours indispensables dans le secteur elles travaillent en parfaite synergie et complémentarité avec de grandes entreprises ou groupes d'entreprises dont la taille et les capacités humaines et financières leur permettent de concevoir, fabriquer et vendre du produit fini (capacité à financer des achats matières et des cycles de production coûteux, capacité à répondre à des commandes importantes dans un laps de temps court). Elles offrent un service sur mesure à des donneurs d'ordres qui veulent maîtriser leur supplychain et leur sourcing (produits techniques utilisant des matières spécifiques)

Appellation d'origine Tunisie

Ce que ne savent pas beaucoup de Tunisiens, le made in Tunisia est très reconnu en Europe ! Nos entreprises produisent pour les plus grandes marques internationales haut de gamme dans tous les créneaux : lingerie & balnéaire, maille, jeans...

Contrairement aux idées reçues, notre secteur a une très forte valeur ajoutée (atteignant 70% pour certains produits). Nos entreprises sont performantes et plusieurs d'entre elles sont leaders dans leur créneau.

Sur le marché du jeans, par exemple, la Tunisie occupe le quatrième rang en tant que fournisseur de l'UE avec 8% de la valeur des importations des 27 membres de l'Europe (après le Bangladesh, la Turquie et le Pakistan), et bien avant la Chine (6%) et l'Égypte et le Maroc (chacun 2% des importations européennes). Mais le plus significatif c'est le prix moyen du jean importé par l'UE : il est globalement d'environ 8,5€ tous pays confondus, entre 6 à 7 € de provenance Chine, Bangladesh, Pakistan et Cambodge ; 9€ d'Inde, 11 € d'Égypte, 12 € de Turquie et 13 € du Maroc et de plus de 18 € de Tunisie.

Et cela grâce à un savoir-faire unique de nos entreprises qui leur permet d'attirer et de fidéliser toutes les plus grandes marques internationales ! Donc, ce n'est pas le made in Tunisia qui handicaperait le « consommateurs tunisien », puisque le consommateur tunisien qui achète un jean de marque a une grande probabilité de découvrir qu'il a été fabriqué en Tunisie. Et tout le monde le sait et s'en réjouit. Le vrai problème qui se pose, c'est l'image, la notoriété et la taille des marques tunisiennes qui évoluent dans un environnement hostile et ne peuvent avoir les moyens de création, de marketing, de logistique et la taille du réseau... de marques et enseignes internationales comme Inditex et autres. Et pourtant certaines de nos enseignes ne

s'en sortent pas si mal que cela. «Si on aidait les entreprises à s'internationaliser comme l'a fait et le fait encore jusqu'à ce jour le gouvernement turc avec ses marques de mode, la situation changerait en mieux», conclut notre interlocuteur.