

**La fin des quotas textiles
Stratégie de la France et de la Chine**

Auteurs du dossier

Claudine Cecille

Anne-Laure Courvoisier

Adrien Darragon

Sreedhar Malayappa

Delphine Marches

Laurence Philippon

Marine Thomas;

Patrice Van Mullen

Sommaire

Introduction

I- Contexte	II- Situation à date	III- Stratégie des acteurs
<p>1- La filière Textile-Habillement</p> <p>1.1- Vision globale du secteur 1.1-1) les flux commerciaux 1.1-2) La filière en Europe</p> <p>1.2- La chaîne de création de valeur</p> <p>1.3- Les axes d'innovation</p> <p>2- Historique des accords internationaux</p> <p>2.1- Les arrangements multifibres (AMF)</p> <p>2.2- Accord Textile-Vêtement (ATV) en 1995</p> <p>2.3- Les engagements de la Chine</p> <p>3- Impacts & Postures en 2005</p> <p>3.1- L'impact sur l'UE</p> <p>3.2- L'impact sur La France</p> <p>3.3- Deux postures différentes pour l'Europe & des Etats-Unis en 2005</p>	<p>1- Situation et enjeux pour La France</p> <p>1.1- Le textile</p> <p>1.2- L'habillement</p> <p>1.3- Forces du TH en France</p> <p>1.3-1) Les segments forts du T-H 1.3-2) Innovation & créativité 1.3-3) Rapidité de réaction et rentabilité 1.3-4) France / Chine : Atouts des marques françaises en Chine dans un marché en forte croissance 1.3-5) Quelques exemples de réussite</p> <p>1.4 - Faiblesses du TH en France</p> <p>1.4-1) Textile : beaucoup de TPE – filière incomplète 1.4-2) Profusion de marques 1.4-3) Calendrier de la mode, salons et fuites créatives 1.4-4) Des enjeux différents entre le textile & l'habillement : une filière non-soudée 1.4-5) Manque de préparation à la baisse des quotas</p> <p>2- Situation & enjeux pour la Chine</p> <p>2.1- Chiffres clés Textile-Habillement</p> <p>2.2- Forces</p> <p>2.2-1) Le premier exportateur mondial 2.2-2) Faibles coûts de production & main d'œuvre inépuisable 2.2-3) Une industrie adaptée aux cycles & fonctionnement de la mode 2.2-4) Une industrie stratégique soutenue par l'Etat</p> <p>2.3 - Faiblesses</p> <p>2.3-1) Un outil de production vieillissant 2.3-2) Un manque de créativité 2.3-3) Faible rentabilité 2.3-4) Une situation géographique loin des marchés</p>	<p>1- La France</p> <p>1.1- Politique internationale : Stratégie défensive et suiviste de l'Europe</p> <p>1.2- Politique / Polémique au sein de l'Europe</p> <p>1.3- Résultats de l'OMC</p> <p>1.4- Marquage d'origine 'Made in Europe'</p> <p>1.5- Une France affaiblie au sein de l'Europe</p> <p>1.6- Politique nationale pour renforcer notre compétitivité</p> <p>1.6-1) Actions initiatives à l'innovation 1.6-2) Les pôles de compétitivité, soutien aux produits les plus porteurs 1.6-3) Le développement durable 1.6-4) Le financement 1.6-5) La propriété intellectuelle</p> <p>1.7- La place de la France en Chine</p> <p>1.7.1) Le marché chinois 1.7.2) Pénétration du marché 1.7.3) Les initiatives de la Profession pour combler le retard français en Chine 1.7.4) Quelques succès de marques françaises</p> <p>2- La Chine</p> <p>2.1- Un secteur clé</p> <p>2.2- La politique internationale</p> <p>2.2-1) Le respect des règles de l'OMC 2.2-2) Le dumping</p> <p>2.3- Les mesures nationales</p> <p>2.3-1) La Chine restructure le secteur textile et en organise le tissu industriel (1997-2000) 2.3-2) Modernisation 2.3-3) La Chine et sa politique monétaire 2.3-4) Le système d'attribution des quotas à l'exportation 2.3-5) L'augmentation de la réactivité 2.3-6) Le développement de la créativité 2.2-7) Une expansion massive des capacités de production 2.2-8) Récente communication</p>

Conclusion

Introduction

« Quand la Chine s'éveillera, le Monde tremblera. » Alain Peyrefitte avait prévu, dès 1973, le grand bouleversement économique qu'entraînerait l'ouverture de cet immense pays au capitalisme et à l'économie de marché.

Alors même que la Chine faisait partie des pays fondateurs du GATT en 1947, elle a quitté cette organisation trois ans en plus tard, après la création de la République Populaire. Ce ne sera qu'en 1994 que son retour sera signé via l'acte de l'Uruguay Round à Marrakech : dès lors, la Chine s'est engagée à appliquer l'ensemble des accords de l'OMC, qu'elle a rejoint en 2001.

Dès cette adhésion et conformément à l'Accord sur le Textile et les Vêtements, la planification de la levée des quotas à l'importation a été établie au 1^{er} Janvier 2005. Quelles ont été alors les défenses mises en place par la France et l'Europe pour se protéger d'une déferlante de produits Chinois ? En quoi cette suppression des quotas a-t-elle changé la carte du commerce produits textile et habillement dans le monde ?

La preuve a été faite que cette ouverture du marché n'a pas été anticipée correctement : six mois à peine après la levée des quotas, ceux-ci ont été remis en place ... Quelle peut donc être la stratégie de la France pour protéger son économie de cette attaque de masse ? L'ouverture au commerce étant à double sens, quel positionnement la France peut-elle viser sur le territoire chinois, et quels moyens doit-elle se donner ?

Quels sont les enjeux réels, quelles sont les marges de manœuvre de la France dans le contexte européen pour consolider les avantages technologiques face à la concurrence chinoise ?

Y-a-t-il un vrai risque pour l'emploi en France et comment se dessinent les migrations des entreprises et des emplois pour demain. Devons-nous craindre l'avenir face à la déferlante chinoise ou est-il encore temps pour réagir ?

Après un rappel des grands principes et accords régissant le secteur du textile et de l'habillement, une étude des différentes caractéristiques de la filière française et chinoise sera menée, ainsi qu'une analyse des différentes stratégies de ces deux pays afin de tenter d'apporter une réponse à ces questions.

Démarche :

Nous avons documenté et rédigé notre dossier sur la fin des quotas textile-habillement de janvier 2005 à juin 2006. Nous projetons de cerner, pour la France comme pour la Chine, le secteur textile-habillement, ses forces & faiblesses, et les stratégies respectives face à ce nouveau contexte.

Nous avons nourri notre réflexion :

- De rapports préalables à la fin des quotas - par exemple le dossier produit par l'IFM-CTCOE, pour la Commission européenne -, émettant des hypothèses sur les conséquences de la fin des quotas,
- d'entretiens avec des parties prenantes (fédération -UIT-, client du secteur -Renault, marque chinoise – Episode-).
- et du relai dans la presse de la gestion du dossier par la France, l'Europe, les Etats-Unis.

I- Contexte

1- La filière industrielle Textile-Habillement

1.1- Vision globale du secteur

1.1-1) Flux commerciaux

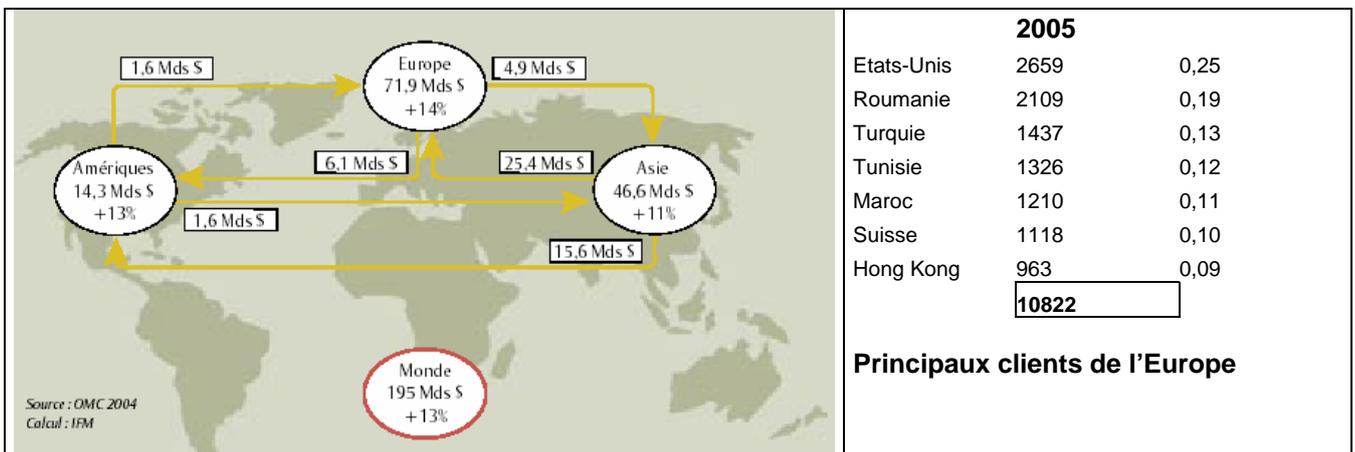
Les produits textile-habillement (TH) représentent 10% des échanges mondiaux de produits industriels, soit 8% du commerce des marchandises. Ils se classent au 3^e rang des produits échangés après l'électronique et l'automobile.

Plus de 130 pays membres de l'OMC échangent des produits TH, mais 20 pays représentent 85% des échanges. (Bangladesh, Canada, Chine, Corée, Hong-Kong, Inde, Indonésie, Japon, Malaisie, Maroc, Mexique, Pakistan, Philippines, Sri-Lanka, Taipei (Chine), Thaïlande, Tunisie, Turquie, UE, USA).

L'industrie européenne est le 2^eme exportateur mondial TH, juste derrière la Chine. Ce pays est le premier fournisseur des US et l'UE en TH.

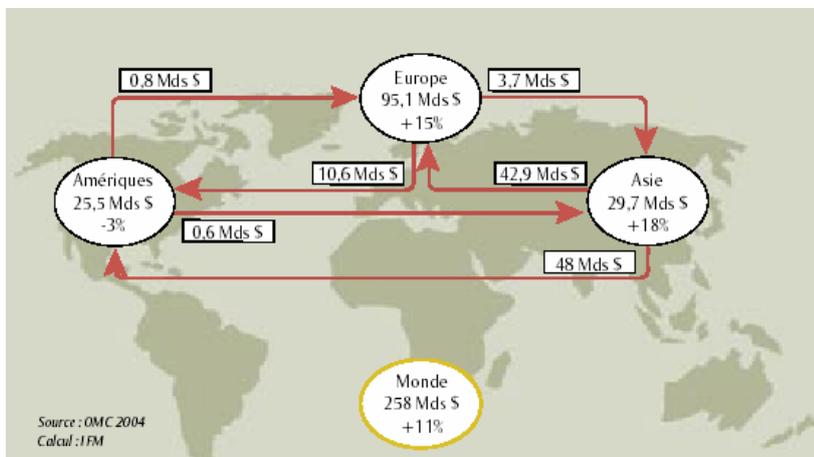
Textile

Production mondiale de textile : 500 MM\$



Habillement

Production mondiale d'habillement : 350 MM\$



Les chiffres, en milliards, désignent le commerce intra-zones (cercles) et inter-zones (flèches). Les % indiquent les taux de croissance intra-zones entre 2003 et 2004.

Peu de marchés offrent aux pays en voie de développement une source importante d'emplois et permettent à la population de se qualifier et de se reconvertir. Dans ce contexte, l'industrie textile est une grande opportunité pour les pays en développement et ceux-ci semblent avoir le plus à gagner des accords internationaux et de la libération des échanges.

Dans ces régions, les emplois peu qualifiés qu'offre ce secteur d'activité, sont souvent destinés aux femmes, leur apportant ainsi une source de revenus officiels. Les faibles investissements nécessaires à une bonne compétitivité et une main d'œuvre bon marché, font que les industries textiles et habillement constituent souvent la première étape du développement industriel.

D'autre part, ces industries textiles et habillement ont des segments à très forte valeur ajoutée où le Design, la Recherche et Développement et le marketing sont de réels facteurs différenciants.

Les mêmes technologies et les mêmes principes et accords internationaux régissent ces deux industries.

Au niveau micro-économique, les deux secteurs, textile et habillement, sont de plus en plus intégrés dans les chaînes de création de valeur que ce soit dans leur distribution ou la vente au consommateur final. Cette intégration s'est amplifiée depuis l'apparition de géants de la distribution, comme Wall Mart dans les années 70, qui ont obligé ces deux secteurs à réduire leurs coûts et à augmenter les rotations de collections en magasin. En France, la grande distribution (chaînes et GSS, hyper et supermarchés, VPC) a gagné 17 points sur la période 1992-2004, quand le commerce de détail en perdait 15.

1.1-2) La filière en Europe

Dans l'Europe des 25, la filière TH a un poids significatif. D'après Euratex, en 2003, elle représentait 170000 entreprises, dont 95% de PME, pour un CA de 214 MM euros et un effectif de 2.5 millions de salariés, soit 4% du PIB industriel et 7% de l'emploi manufacturier.

Depuis les années 70, la filière connaît une restructuration permanente (fermetures & délocalisation), avec une accélération dans les années 90.

Textiles

	UE 15	UE 25	(2003)	CA	Effectifs
Entreprises	92087	98988	Italie	43.2 MM euros	580 900
Emplois (milliers)	1747,6	2263,3	France	25.9 MM euros	178 000
Chiffre d'affaires MM euros	170,3	180,5	Allemagne	24.8 MM euros	178 000
Investissements MM euros	4,9	5,2	Espagne		234 700
Investissements (% CA)	2,9%	3%	Portugal		200 500
Exportations (% CA)	25,30%	20,60%	RU		200 000
			Pologne		198 700

Evolution des effectifs (Europe)

1995-2003	Diminution de 636 000 postes
2004	Baisse de 165 000 emplois
2004-2020	Diminution de 50% des effectifs anticipée

1.2- La chaîne de création de valeur

La filière textile se décompose en deux segments majeurs : la filature et le tissage. L'habillement a deux sous segments : la maille et les vêtements tissés. Trois grandes zones de production se détachent: l'Amérique, l'Europe et l'Asie.

Si nous considérons le secteur dynamique et à haute valeur ajoutée de l'industrie textile, il se caractérise par sa haute technicité et ses salaires élevés. Ce secteur sert l'industrie de la mode. Les avantages concurrentiels sont la capacité des entreprises à influencer les choix de leurs clients et à créer une demande. Les entreprises sont localisées dans les pays industrialisés et plus particulièrement dans des régions spécifiques telles que l'Emilie-Romagne en Italie.

L'autre secteur de la filière textile habillement regroupe les produits bas de gamme, fabriqués dans des pays en voie de développement dans des zones d'exportation et expédiés via des importateurs dans les pays industrialisés. La concentration du secteur de la distribution a donné de plus en plus de pouvoir aux grands groupes de la distribution. Zara et H&M ont créé de nouvelles conceptions de la distribution qui ont changé la donne. Ainsi la distribution a de plus en plus de pouvoir de négociation vis à vis des fournisseurs. Grâce aux avancées technologiques et informatiques de gestion des stocks et des flux, les distributeurs s'approvisionnent de plus en plus en flux tendus en commandant de petites quantités de plus en plus souvent pour une rotation optimale des rayons. Les consommateurs des pays industrialisés consomment de plus en plus de textile, provenant de ces sources.

Ces deux secteurs subissent la même règle : de la matière première au design, à la fabrication et à la vente, la chaîne de création de valeur est intégrée dans un système productiviste où chaque étape est organisée et localisée afin de créer la meilleure valeur au produit final.

La distribution des vêtements est de plus en plus concentrée, ce qui se traduit pour le consommateur final par de plus en plus de grandes surfaces et de centres commerciaux, au détriment des magasins de centre ville.

Schéma 1 : Chaîne de création de valeur de la filière textile

(les flux de matières sont formalisés en traits pleins et les flux d'informations en pointillés)

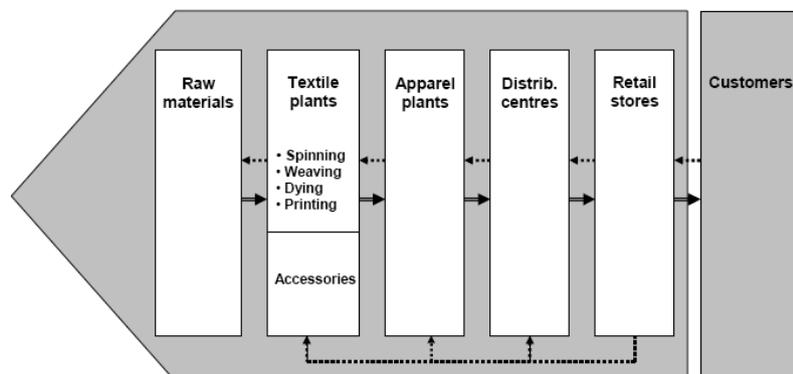
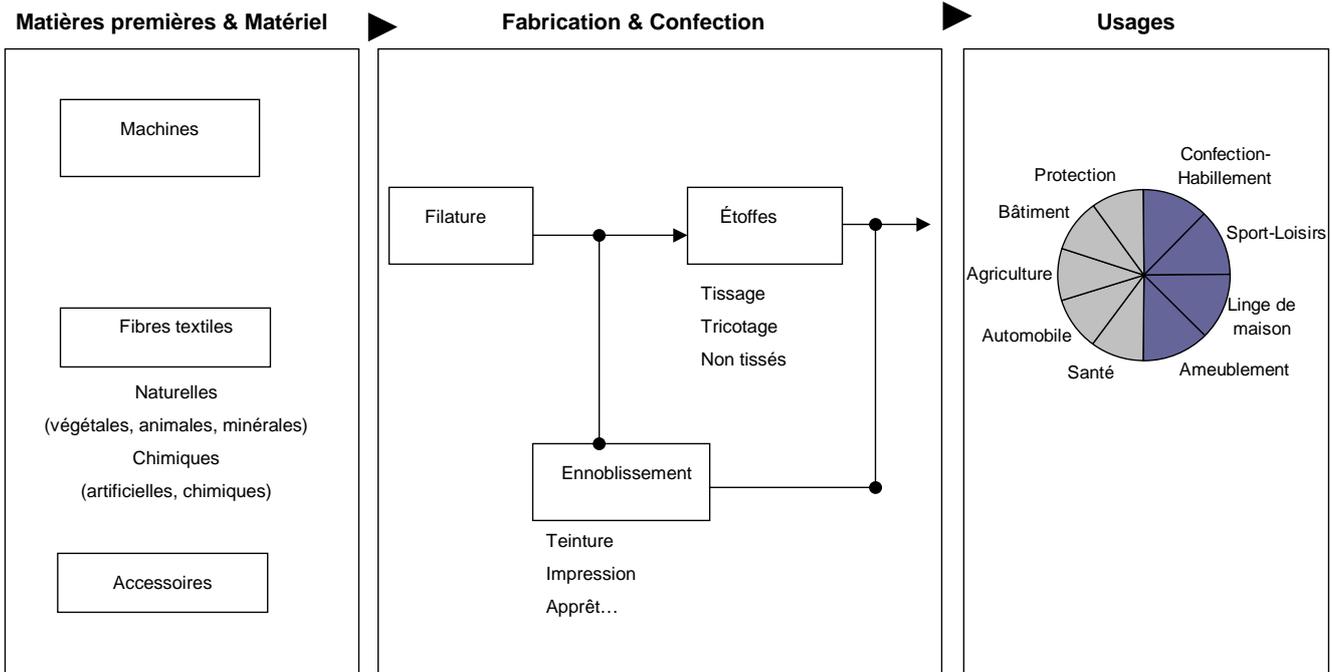


Schéma 2 : Chaîne détaillée



■ Applications traditionnelles

■ Applications techniques

La filière textile est fortement capitalistique et peu consommatrice de main d'œuvre. Les étapes de fabrication du textile ont lieu dans des usines intégrées qui livrent des lots d'étoffes importants. L'industrie textile est moins flexible que le vêtement. D'autre part les investissements en recherche et développement sont plus importants que dans le vêtement.

Le textile est de culture très industrielle. En France, il est dominé par d'anciens ingénieurs textile et chimistes.

L'habillement est un secteur moins consommateur de capitaux. C'est une industrie d'opérations d'assemblage qui nécessite plus de ressources humaines. Les techniques de confection de vêtements n'ont pas vraiment changé depuis un siècle. Il repose encore sur la machine à coudre. Chaque étape de la confection est plus ou moins manuelle.

Il y a toujours quarante opérations pour fabriquer un pantalon : même si chaque opération a été optimisée avec le temps, chaque travail unitaire est resté le même.

Automatisation

Cependant un nouveau type de machines (maille 3D et Tricotage intégral, textile 3D) permet une confection complète ou quasi-complète d'articles textiles (article intégral, article « sans-couture », article seamless ou textile 3D pour applications techniques).

La France est très en retard (30-40 machines contre 600 en Italie pour l'intégral, 50 nouveaux métiers circulaires « seamless » contre 2000 en Italie...).

Dans le cadre des actions d'innovation de la filière, gérées par l'IFTH, une plate-forme a été mise en place en Champagne-Ardenne. Elle s'inscrit dans une politique globale de l'IFTH qui développe un réseau d'outils dédiés aux nouvelles technologies et ouverts aux industriels (cf. infra). Il s'agit de mutualiser l'équipement pour impulser une diversification par l'initiation, et l'accompagnement nécessaire dans la conduite du changement (cerner les possibilités, formation).

+ Programme européen d'innovation (cf. infra) qui a un volet automatisation

2- Historique des accords internationaux

1974-1994	AMF Arrangement multifibres
1er janvier 1995	ATV Accord Textile-Vêtement (régime transitoire)
2002	Adhésion de la Chine à l'OMC
1er janvier 2005	Retour aux règles générales de l'OMC
	Fin des quotas textiles... et actions limitatives face au ras de marée chinois.

Pendant une quarantaine d'années, des accords internationaux ont régi le secteur du Textile et Habillement. En 10 ans, de 1995 à 2004, Le système des contingents d'importation, qui a dominé le commerce dans ce secteur depuis le début des années 60, est progressivement supprimé selon l'accord Textile Vêtement (ATV) de 1995.

L'adhésion de la Chine à l'OMC en 2001 lui a permis de bénéficier de l'abaissement des barrières douanières prévus par l'ATV dès 2002.

Au 1er janvier 2005, tous les quotas ont été supprimés.

Devant le raz de marée de produits chinois en Europe et aux US, de nouvelles mesures ont été prises afin de limiter respectivement jusqu'à fin 2007 et fin 2008 l'importation de certains produits chinois.

2.1- Les arrangements multifibres (AMF)

Comme l'agriculture, le textile a toujours été l'un des sujets de négociation les plus ardues, que ce soit de nos jours, au sein de l'OMC ou auparavant dans l'ancien système du GATT.

De 1974 à la fin du Cycle d'Uruguay, le commerce était régi par l'Arrangement multifibres (AMF). Ce cadre établissait les contingents par voie d'accords bilatéraux ou de mesures unilatérales, ceci afin de limiter les importations dans les pays dont les branches de production nationale risquaient de pâtir gravement d'une expansion rapide des importations.

Les contingents étaient l'élément le plus visible du système. Ils contredisaient la règle générale du GATT qui privilégiait les droits de douanes par rapport aux mesures de restrictions quantitatives. Ils constituaient aussi une exception au principe GATT de l'égalité de traitement à appliquer à tous les partenaires commerciaux puisqu'ils précisaient la quantité que le pays importateur était disposé à accepter de la part de tel ou tel pays exportateur.

2.2- Accord Textile-Vêtement (ATV) en 1995

Depuis 1995, l'Accord de l'OMC sur les textiles et les vêtements (ATV) conclu lors de l'Uruguay Round remplace l'Arrangement multifibres (AMF).

Ce secteur est depuis le 1er janvier 2005, pleinement intégré dans le cadre des règles normales du GATT. En particulier, les contingents sont supprimés, et les pays importateurs ne peuvent plus établir de discrimination entre les exportateurs.

Le retour des textiles et des vêtements dans le champ d'application des règles du GATT, était prévu sur dix ans. Il s'est fait progressivement, en quatre étapes, pour ménager, tant aux importateurs qu'aux exportateurs, le délai nécessaire pour s'adapter à la nouvelle situation. Certains de ces produits étaient auparavant soumis à contingentement.

L'accord indiquait le pourcentage de produits qui devaient être intégrés dans le cadre des règles du GATT lors de chaque étape :

- | | |
|-------------|--|
| 1995 | Etape 1 : à partir du 1er janvier 1995 avec l'intégration par chaque Membre de produits qui représentaient pas moins de 16 % du volume total de ses importations |
| 1998 | Etape 2 : à partir du 1er janvier 1998, pas moins de 17 % supplémentaires furent intégrés, |
| 2002 | Etape 3 : à partir le 1er janvier 2002, pas moins de 18 % supplémentaires furent intégrés, |
| 2005 | Etape 4 : au 1er janvier 2005, tous les produits restants (représentant 49 % des importations effectuées par le Membre) furent intégrés et l'Accord prit fin. |

Chaque Membre importateur décidait lui-même des produits qu'il intégrait à chaque étape pour atteindre le niveau fixé. La seule condition était que les quatre catégories (peignés et filés, tissus, articles confectionnés et vêtements) devaient être représentées dans la liste des produits intégrés.

Dans tout système de contingentement visant des pays exportateurs spécifiques, les exportateurs sont parfois tentés de contourner les contingents en expédiant leurs produits par l'intermédiaire de pays tiers ou en faisant de fausses déclarations sur le pays d'origine du produit. L'accord contient des dispositions pour y remédier.

Des mécanismes de sauvegarde ont été mis en place :

- Antidumping
- Anti-subsidiation
- Clauses de sauvegarde :

- Clause générale OMC
- Clause OMC spécifique pour la Chine

Le dumping, souvent reproché à la Chine, est très difficile à prouver quand les coûts salariaux ne comportent pas de minimum légal.

Un des éléments-clés de l'Accord est l'article 6, qui prévoit un **mécanisme de sauvegarde** transitoire spécial visant à protéger les Membres contre un accroissement soudain des importations causant un préjudice au cours de la période de transition, lorsqu'il s'agit de produits qui n'ont pas encore été intégrés dans le cadre des règles du GATT et qui ne sont pas déjà assujettis à un contingent.

Cette clause est fondée sur une approche double: Premièrement, le Membre importateur doit déterminer que les importations totales d'un produit donné portent un préjudice grave ou menacent réellement de porter un préjudice grave à la branche de production nationale et deuxièmement, il lui faut alors décider à quel(s) Membre(s) ce préjudice grave peut être attribué.

Des critères et des procédures spécifiques sont définis pour chaque étape. Le Membre importateur devra alors chercher à engager des consultations avec le ou les Membres exportateurs. Ces mesures de sauvegarde peuvent être appliquées sur une base sélective, pays par pays, par accord mutuel ou, si aucun accord n'est intervenu au cours des consultations dans un délai de 60 jours, de manière unilatérale. Le contingent ne peut pas être inférieur au niveau effectif des importations en provenance de ce pays exportateur au cours d'une période récente de 12 mois et la mesure pourra être maintenue pendant un maximum de trois ans.

Si elle reste en vigueur plus d'un an, le coefficient de croissance sera, à une exception près, de 6 % au moins par an. Dans la pratique, la sauvegarde spéciale a été invoquée 24 fois en 1995 par les États-Unis, 8 fois en 1996 (7 fois par le Brésil, 1 fois par les États-Unis), 2 fois en 1997 par les États-Unis et 10 fois en 1998 (9 fois par la Colombie, 1 fois par les États-Unis).

2.3- Les engagements de la Chine

Dans le secteur textile, l'adhésion de la Chine à l'OMC en 2001 a conduit non seulement l'Union Européenne à supprimer les quotas sur le textile mais aussi à obliger la Chine à ouvrir son marché et à diminuer les barrières tarifaires et non tarifaires. Auparavant, le marché chinois était relativement fermé avec des droits de douane élevés, un manque de transparence de la législation et des règles du commerce.

D'ici 2010, la Chine devrait se mettre en conformité avec les règles de l'OMC.

Ainsi, au niveau des barrières, la Chine a avancé dans quelques domaines :

- les droits de douane pour les produits importés qui étaient de l'ordre de 20-25% en 2004 ont baissé autour de 17,5% en 2005,
- les entreprises à capitaux 100% étrangers sont maintenant autorisées à faire de la distribution,
- les taxes sur le capital social des entreprises étrangères ont diminué,
- les activités d'import/export sont libéralisées ; prendre un partenaire local n'est plus une obligation,
- les droits de propriété sont protégés.

Sur le sujet capital de la contrefaçon, la Chine a fait quelques progrès car elle se rend compte que cela est préjudiciable à la fois pour le développement de ses propres marques et pour les investissements des marques étrangères. Il faut rappeler que ce pays (toute catégorie de produits confondue) représente à lui seul 70 à 80% de la contrefaçon mondiale (Source : « Quand la Chine change le Monde », Erik Izraelwicz – 02/2005). Ainsi, en 2005, l'opération « fake » menée par les douanes européennes pendant 10 jours à la frontières des 25 pays membres de l'UE a permis de saisir 485 tonnes de produits, essentiellement textile, en provenance de la Chine.

L'avancée de la politique chinoise s'est matérialisée par :

- les deux procès condamnant la contrefaçon en 2006 en Chine (Louis Vuitton contre Carrefour et Louis Vuitton, Prada, Burberry, Gucci, Chanel contre le marché de la soie) et relayés par la presse chinoise locale contrôlée par l'Etat,
- la signature d'un accord entre l'UE et la Chine pour responsabiliser les patrons de grands magasins afin qu'ils contrôlent leurs locataires en juin 2006,
- le plan de bataille contre la contrefaçon annoncé par le président chinois en visite aux US en avril 2006 et mis en place en juin 2006.

Cependant, tous les problèmes liés à la contrefaçon ne sont pas résolus étant donné :

- les difficultés pour faire appliquer la loi du fait de la taille du pays et de la double responsabilité des autorités locales qui sont à la fois juges et parties (elles sont responsables du développement économique et donc d'un côté favorables à la contrefaçon et de l'autre chargées d'appliquer la loi !),

- la complexité et les longs délais pour l'enregistrement des marques, des dessins et modèles.

3- Impacts & Postures en 2005

A partir de 2002, la Chine bénéficie en une fois des trois étapes antérieures. Les Etats-Unis sont particulièrement touchés dès cette date. En effet, c'est un marché plus facile à pénétrer que l'Europe car plus uniforme. L'industrie américaine a donc souffert plus vite et a réagi en conséquence.

Les associations se sont (re)structurées, notamment l'industrie du coton, qui représente 23% de la production mondiale. La NCTO (National Council of Textile Organizations) a fait de l'intelligence économique avec la Turquie et le Mexique, mis en place la Déclaration d'Istanbul ou GAFFT (Global Alliance for Fair Textile Trade), en mars 2004.

Extrait : « En mars, le patronat turc, l'American Manufacturing Trade Action et le Mexican National Chamber of Textile ont signé la déclaration d'Istanbul, réclamant à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) une période de grâce jusqu'en 2007. [Ensuite], ces signataires ont été rejoints par une centaine de fédérations nationales, dont, pour la France, l'Union des industries textiles (UIT). »

Le premier objet de cette déclaration était le report de 3 ans de la disparition des quotas. L'OMC n'a cependant pas accepté cette proposition, et l'objet a aujourd'hui changé, le GAFFT étant conclu sur une base souple.

Cet accord montre que les Etats-Unis mènent la danse, malheureusement, car l'Europe est la première puissance commerciale et présente donc des enjeux différents.

En 2002, même après les libéralisations effectuées, les produits textile-habillement chinois continuent d'atteindre un très grand nombre des quotas européens et américains. Ces taux de remplissage des quotas, proches de 100%, attestent des restrictions qui s'appliquent sur les approvisionnements en provenance de Chine. Ils laissent présager dès cette époque une hausse rapide des exportations des produits textiles et habillements en direction des marchés protégés, dès lors que les protections auront disparu.

3.1- L'impact sur l'UE

Malgré la mise en place de nouveaux quotas en juin 2005, l'impact est rude sur la production et l'emploi du secteur de l'habillement européen (plus fort impact que pour le textile), pourtant le 2ème exportateur mondial derrière la Chine :

- > -5 à -10% de production dans l'UE à 25 au 1er semestre 2005
- > -6% sur l'emploi au 1er semestre 2005
- > -6% de baisse des prix à l'importation UE au 1er semestre 2005 / -18% sur 1 an/Chine : -30%
- > Importation UE : +8% en valeur (Chine = 31% des approvisionnements de l'UE), ce qui est supérieur à la croissance de la consommation et des exportations
- > A l'exception de l'Inde, du Pakistan, et du Bangladesh et de la Turquie, tous les exportateurs mondiaux de perdent des parts de marché :

Importation H UE	2005	Evolution
Chine	€16,6 md	+47%
Monde moins Chine	€37	-4%
Total	€53 md	+8%

La Chine consolide fortement sa position d'importateur européen avec une part de marché de 31% en 2005 contre 23% en 2004. La Tunisie et le Maroc ont fortement souffert de la concurrence chinoise et leurs exportations à destination de l'UE ont baissé de 7%. Ces pays de l'Euromed sont fragilisés à la différence de la Turquie (+4% en 2005)

La réintroduction de quotas au second semestre à l'encontre de la Chine (voir ci-dessous) n'a pas empêché une évolution identique sur les deux semestres 2005 de + 47%. En revanche, cela a évité une accélération de la croissance des importations chinoises. Les donneurs d'ordre ont donc été contraints de diversifier leurs sources d'approvisionnement au 2^e semestre 2005. Ainsi les exportations venant d'Inde, d'Europe de l'Est et du pourtour méditerranéen se sont nettement intensifiées au cours du deuxième semestre.

Par ailleurs, les chinois ont également recommencé à contourner les quotas en passant par Hong Kong, Macao par exemple comme pendant la période de restriction des importations.

La baisse des prix à l'import, dont l'ampleur est comparable à celle observée lors des précédentes phases de libéralisation peut s'expliquer par la suppression, pour les entreprises chinoises, du coût du quota et par la simplification des circuits de sourcing : lorsque le quota chinois était rempli, les entreprises chinoises transitaient par HongKong, Macao avant de réexporter vers l'Union européenne, ce qui engendrait des coûts logistiques supplémentaires. Ainsi, La Chine gagne des parts de marché au détriment des ses concurrents asiatiques et maghrébins.

Enfin, le développement des entreprises privées, plus compétitives que les entreprises d'Etat est également à l'origine de gains de productivité. Le démantèlement des quotas a donc conduit à une augmentation spectaculaire des exportations d'habillement de la Chine vers les grands marchés de consommation, les US (+70% en 2005) et l'UE (+47%). Ces parts de marché acquises sont plus conformes au poids économique de la Chine dans le secteur TH mondial.

3.2- L'impact sur la France

La Chine a touché la France de deux façons:

1- les importations chinoises d'habillement ont fortement augmenté en 2005 (+41%) dans un contexte de faible croissance (+6%) et concurrencent la production locale.

2- la montée en puissance de la Chine a affaibli certains concurrents dont des clients de la France qui importaient des tissus français car leur offre locale n'était pas de qualité. Le Maroc et la Tunisie ont également vu leurs parts de marchés s'effriter vers la France de respectivement - 7% et -8% sur le secteur habillement. Ainsi, les exportations de textile français vers le Maroc ont diminué de 11% et celles vers la Tunisie de 17% en 2005. Cela est d'autant plus significatif que la Tunisie est le premier client de la France pour le textile et le Maroc occupe la deuxième place. En effet distributeurs et grandes marques importent désormais "de plus en plus de produits finis" d'Asie, à des prix beaucoup plus bas, au détriment des pays du Maghreb » explique Gildas Minvielle, économiste à l'Institut français de la mode (IFM).

Cela se traduit dans les chiffres. Au niveau du textile, la production française a diminué de 8% et les exportations ont chuté de 3% en 2005.

Sur les produits étudiés, on constate deux phénomènes : lorsque la Chine avait une faible part de marché, un rattrapage s'est effectué (c'est le cas pour les chaussons, tee-shirts, chemisiers, pull-overs, robes et pantalons) et il n'est pas illogique que la Chine totalise des parts de marchés voisines de 15 % sur ces articles. Lorsque la Chine avait déjà une part de marché conséquente (soutien-gorge, manteaux, layette), cette part s'est consolidée fortement.

Enfin, la levée des quotas sur les importations chinoises a donné lieu à une bataille de chiffres quant à ses effets sur l'emploi.

Pour Patrick Devedjan, le ministre délégué à l'industrie, le bond « made in china » devait se traduire par 7.000 suppressions d'emplois supplémentaires par rapport à un rythme de destruction de 10% par an.

Guillaume Sarkozy, ex-président de l'Union des industries textiles et patron d'une PME de Picardie spécialisée dans le tissu d'ameublement, estimait qu'il pourrait y avoir de « 15.000 à 20.000 emplois » perdus en 2005.

La fédération CGT textile, habillement et cuir évoque, elle, une perte d'au moins 2.000 emplois par mois. Soit environ 24.000 pour l'année.

Dans les faits, en 2005, les effectifs de l'industrie textile (filage, tissage...) ont significativement diminué. La baisse est évaluée « entre 8 % et un peu plus de 9 % » par l'Union des industries textiles (UIT), soit « 8 000 à 9 000 » emplois supprimés. « Une centaine de sociétés ont disparu », estime le syndicat professionnel, qui, fin 2004, recensait 1 100 entreprises. Le Centre textile de conjoncture et d'observation économique (CTCOE) de l'Institut français de la mode estimait que le « recul des effectifs salariés a atteint 9 % en 2005 ».

3.3- Deux postures différentes pour l'Europe & les Etats-Unis

En 2005, les importations de produits habillement en provenance de la Chine ont augmenté de 47% pour l'Europe et de 70% pour les Etats-Unis.

L'Europe a eu une approche défensive (recherche d'un accord), quand les Etats-Unis ont eu une approche offensive (recours aux clauses de sauvegarde), avant de conclure un accord.

Europe (approche défensive)

2003

Mesures de transition/gestion :

1- les quotas de 2004 s'appliquent jusqu'en mars 2005

2- Surveillance d'après les anciens quotas pour un an (surveillance douanière produits/pays)

3- Préparation des lignes directrices de sauvegarde

Mars 2003 : création d'un groupe Haut Niveau européen.

- 2004** Juin 2004 : remise d'un rapport « le défi 2005, les textiles et l'habillement européens dans un environnement sans quotas ».
Les actions proposées concernent : la recherche, l'innovation la formation, la création d'un fond de réserve et d'un site européen sur les droits de propriété intellectuelle, la consolidation de la zone euro-méditerranéenne, la surveillance des importations chinoises, l'aide aux pays en voie de développement. cf. infra pour plus de détails.
- 2005**
Janvier Alerte dès fin janvier
L'Union Européenne menace de mettre en place des mesures de sauvegarde sur les tee-shirt et les fils de lin, mais Mandelson, nouveau commissaire, « n'a pas la même sensibilité » quant aux mesures à prendre et privilégie la négociation.
- 11 mars** - Le directeur général d'Euratex, Bill Lakin requiert des mesures de sauvegarde prévues lors de l'adhésion de Pékin à l'Organisation mondiale du commerce, pour certains produits (pull-overs, manteaux, vestes, costumes ..). En effet, les exportations vers l'Union européenne auraient progressé entre janvier 2004 et 2005 de 46,5 % en valeur, et auraient bondi de 625 % en volume sur les douze marchés les plus exposés...

- La Commission Européenne temporise. La DG du Commerce dit ne pas être en mesure de conclure, suite au pointage frontalier.
- Les pays membres (notamment la France et l'Italie) déclarent s'inquiéter, mais ne font cependant pas de demande formelle.
- L'Europe est aussi dans l'expectative des mesures américaines. En effet, toute mesure de sauvegarde côté US engendre une redirection des flux d'exportations vers l'Europe.
- La Chine propose de définir des prix planchers.
- 25 avril** 13 des 25 pays de l'Union souhaitent la mise en place de quotas... les pays essaient d'afficher une solidarité face à cette situation. Les types d'action, leur contenu, leur rapidité de mise en œuvre divergent. Les 13* plaident pour des pour-parlers formels devant l'OMC ce qui obligerait la Chine à réduire immédiatement ses exportations, les autres (Suède, Royaume-Uni, Allemagne) soutiennent la démarche de Mandelson : se donner deux mois de délais pour convaincre la Chine par le biais de consultations informelles.
Il faut aussi noter que seuls 8 des 13 pays traduisent leur demande par écrit.
- 24 avril** L'EU doit officiellement ouvrir des enquêtes sur 9 catégories de produits. Elle amorce une procédure auprès de l'OMC (clause 242 du protocole d'adhésion de la Chine à l'OMC, ouvrant la voie à des mesures de sauvegarde).
- 5 mai** M. Bo Xilai ministre chinois du Commerce souligne malicieusement, lors de sa visite en France qu'il « faut 800 millions de chemisettes à 30 cents de taxe, pour acheter un Airbus A380 », manière détournée de rappeler qu'il est risqué pour la France d'engager les hostilités avec la Chine sur le textile, tout en voulant écouler centrales nucléaires ou TGV pour tenter de combler un déficit commercial bilatéral sans cesse croissant - 11 milliards d'euros en 2004 (dont un tiers dû au textile).
- 11 mai** Le 11 mai, Chirac juge très grave l'augmentation des exportations de textile chinois et se déplace à Moscou pour en discuter avec le président chinois. L'entretien a duré quelque 45 minutes dans un grand hôtel moscovite où résidait M. Hu.
Selon Casino/TNS Sofres/L'Hémocycle, 86% des français redoutent les conséquences de ces importations sur l'emploi et seuls 9% mettent en avant les bénéfices pour le consommateur final. Chirac est soutenu par Schröder à une semaine du référendum français... alors que les enjeux ne sont pas les mêmes pour l'Allemagne et la France : 0.4% du PIB pour l'Allemagne contre 4% pour la France, l'Allemagne est le plus grand exportateur vers la Chine.
Par ailleurs, M. Chirac informe par la même le président chinois "de l'évolution de la discussion à Bruxelles" sur la levée de l'embargo européen sur les ventes d'armes à la Chine.
- 26 mai** Le feu vert des 25 à la procédure d'urgence.
Les négociateurs chinois et européens tentent parallèlement de trouver un accord.

- 29 mai** Référendum français
Le textile est utilisé comme exemple de menace de la mondialisation.
- 10 juin** Accord de Shanghai (ou 45 mn entre Bo Xilai et Peter Mandelson)
Limitation de 8 à 10% des importations sur 10 produits jusqu'à fin 2007
Pour éviter des mesures de sauvegarde, la Commission a signé avec la Chine un protocole d'accord MOU du 10 juin 2005 dit accord de Shanghai, qui fixe des quotas pour 10 catégories textiles jusqu'à la fin de 2007.
- 8 juillet** Règlement CE 1084/2005, applicable le 13 instaure des licences d'importation et permet de limiter les quantités importées...
Des quotas sont de fait déjà remplis au lendemain de la mise en œuvre de l'accord...
Au delà de la pression exercée par les grands distributeurs, on assiste à un véritable déchirement intra-européen entre les pays qui souhaitent le maintien de quotas stricts et ceux qui sont favorables à la libéralisation, soit :
- pays « producteurs » du Sud, où existe encore une industrie textile (France, Espagne, Italie, Grèce, Portugal) qui sont pour les quotas,
- pays commerçants du Nord (Allemagne, Pays-Bas, Finlande, Suède, Danemark) qui sont contre.
- 12 juillet** Entrée en vigueur de l'accord.
Les distributeurs et les exportateurs chinois demandent et obtiennent des licences d'importation/exportation avant cette date.
- Août** Haro des grandes enseignes face à leurs approvisionnements bloqués...
Les commerçants indépendants, qui ont un approvisionnement large (Madagascar, Europe de l'Est et Maghreb) sont plus tranquilles.
- 5 septembre** Accord de Pékin
Accord de juin modifié pour permettre de libérer les 87 millions de pièces bloquées dans les ports européens pendant l'été, signé entre Mandelson et Bo Xilai.
Termes de l'accord :
- Partage à 50/50 du coût de l'opération : c'est à dire que 50% des pièces sont autorisées à rentrer sur le territoire et 50% sont défalquées des quotas de l'année suivante
- Une partie des quantités commandées, avec licences, sera décomptée des quotas 2006 par les distributeurs européens en excès des quotas 2005.
- Enfin, l'accord prévoit de transférer une partie des produits en excédents sur le quota d'une catégorie où le plafond pour 2005 n'est pas atteint.
- Cet accord est intervenu quelques heures après l'ouverture à Pékin du **8e sommet annuel** entre la Chine et l'Union européenne, dont la délégation était dirigée par le Premier ministre britannique Tony Blair, président en exercice de l'UE. Au programme de ce sommet, un prêt de 500 millions d'euros (625 millions de dollars) accordé par l'Union européenne pour l'extension de l'aéroport de Pékin. Bruxelles doit également débloquer des subventions destinées à financer la mise en place de projets écologiques dans le pays.
- 6 septembre** La Commission doit obtenir l'accord des Etats Membres : nécessaire de l'indiquer ?
- Bilan & perspectives** L'objectif de cet accord serait de (re)gagner du temps pour s'adapter... et construire une alternative à la déferlante chinoise dans le cadre du partenariat euro-méditerranéen.
Est-ce réaliste ?
L'année 2005 et la gestion du dossier textile se sont déroulées, au niveau européen, comme au niveau français, avec pour toile de fond d'autres dimensions (des négociations commerciales sur des airbus, la fin de l'embargo sur la vente d'armes à la Chine, le référendum français sur la constitution européenne,...).
Les dénonciateurs de cette mesure annonçaient un « cafouillage » similaire pour 2006.
Dans les faits, le dossier textile n'a pas connu la même audience qu'en 2005...
Cependant, la réalité reste la même, les fournisseurs chinois ont délocalisé leur production en Asie pour contourner ses nouveaux quotas, et le cafouillage annoncé n'a pas eu lieu.

Etats-Unis (approche offensive)

Les Etats-Unis dénoncent la sous-évaluation de la devise chinoise et décident de limiter à 7.5% la hausse annuelle du volume de leur importations de 7 catégories de produits textiles chinois jusqu'en 2008.
(Depuis 2001, 400 000 emplois ont été supprimés dans le secteur, selon la fédération AMTAC, soit 1/3 des emplois du secteur.)

- Avril** Les Etats-Unis ouvrent une enquête, et amorcent parallèlement des négociations.
- Mai** Les US rétablissent des quotas sur 3 catégories de produits (pantalons en coton, chemises en coton, et sous-vêtements), puis sur 4 autres catégories deux semaines après.
- 7 septembre** Visite du Président Chinois
Malgré la volonté de trouver un terrain d'entente avant la visite du président chinois aux Etats-Unis le 7 septembre, les négociations entre les deux pays ont été un échec.
- 29 septembre** Les négociations sont toujours en échec, mais un RDV est pris pour le mois suivant.
- 8 novembre** Signature d'un accord entre la Chine et les Etats-Unis, qui couvre trois années (2006-2008). Il concerne 34 catégories de produits, contre 10 seulement pour l'UE.
La flexibilité (possibilité d'utilisation anticipée de quotas) est moindre et contrairement à l'Accord européen, les transferts entre catégories ne sont pas autorisés.
Cet accord intervient deux semaines avant le voyage de Bush à Pékin.

Bilan (cf. infra)

→ Les Etats-Unis ont eu une attitude beaucoup plus ferme que l'Europe

→ L'accord de l'Europe s'arrêtant fin 2007, l'année 2008 risque de voir reprendre le flux d'importations chinoises sur l'Union Européenne.

→ Peter Mandelson risque de devoir renégocier, mais il fera selon toute probabilité en sorte de maintenir l'image « conciliante » que les autorités chinoises ont de l'Europe. Car son domaine de négociation concerne l'ensemble des secteurs de l'économie.

II- Situation à date

1- Situation et enjeux pour La France

1.1- Le textile

Chiffres clés

Textiles (2005)	
Entreprises (+20 personnes)	1010
Emplois	91040
CA (MM euros)	13,8
Textiles techniques (MM euros)	4 (30% de la production)
Investissement (Meuros)	300 (2.2% du CA)

		Union Européenne	Autres pays
Exportations	8,2	5,3	2,9
Importations	12,2	6	6,2
Solde déficitaire	- 4	-0,7	-3,3

La France est le troisième producteur de textile en Europe derrière l'Italie, l'Allemagne, puis vient au 4^e rang le Royaume Uni. Au niveau de la gamme des savoir-faire, la France se classe 2^eme après l'Italie qui est le seul pays européen à posséder encore l'ensemble de la chaîne de valeur textile.

Pour les textiles techniques (une niche en forte augmentation, 4 MM de CA), elle se classe également deuxième après l'Allemagne (8 MM euros).

La filière textile connaît une baisse régulière d'emplois autour de 10% depuis 20 ans.

En 2005, la baisse des effectifs a atteint 9%. Cependant, cette situation regroupe de nombreuses disparités. On peut dire qu'il y a un textile qui rit (Rhône Alpes, Nord Pas de Calais) et un qui pleure car il souffre de nombreuses faiblesses. Il est très lié à l'habillement, n'a pas développé de marques propres, n'est pas intégré à la filière habillement et ne répond pas aux besoins de ses clients.

Les débouchés du secteur textile sont à 60% l'habillement et se développent fortement dans le textile pour la maison et le textile technique.

Au cours de l'année 2005, la production textile sur le sol français a reculé de 8 % en tonnage, contre 5 % en 2004. Les importations ont fléchi de 3%. La Chine, qui est le 4^e exportateur de la France après l'Italie, l'Allemagne et la Belgique, a connu la plus forte hausse des exportations vers la France avec + 39%. La Chine a touché plus fortement la France au niveau de l'habillement avec une hausse de 50% de ses exportations. Mais il faut rajouter l'impact de la baisse de la part de marché du Maroc et de la Tunisie pour les exportations d'habillement, pays qui sont de très bons clients du textile français.

Au premier trimestre 2006, même si la production continue à chuter (-11%), certains signes sont positifs. Les exportations sont à la hausse avec +1% contre -3% en 2005, essentiellement grâce à un regain d'activité sur le pourtour méditerranéen (+3% vers la Tunisie, +4% vers le Maroc, +18% vers la Turquie). Certaines entreprises ont sans doute réorienté leurs commandes vers leurs fournisseurs traditionnels après avoir été subies des déconvenues en Chine.

1.2- L'habillement

Habillement (2005)	
Entreprises	1150
Emplois	112.468 (295.072 il y a 10 ans)
CA (MM euros)	15.2

		Union Européenne	Autres pays
Exportations (2005)	3,6	2,2	1,4
Importations (2005)	7,1	2,1	5
Solde	- 3,5	+ 0,1	- 3,6

En 2005, les importations ont crû de 40% compte tenu de l'augmentation des exportations chinoises (+50%) et indiennes (+23%). Cela a eu un impact négatif sur la production d'habillement qui a reculé de 8 % en quantités. Les fournisseurs de la France sont la Chine suivie par l'Italie, la Tunisie, le Maroc et la Turquie. Au premier trimestre 2006, malgré le recul de la production (-9%), les exportations ont progressé de 9% grâce aux livraisons à la Russie et aux US. Les importations n'ont progressé que de 7%. Le ralentissement de la croissance des arrivées en provenance de la Chine a profité aux concurrents asiatiques de la Chine (+32% pour l'Inde et +24% pour le Bangladesh) et aux anciens pays de transits des productions chinoises : les importations françaises d'habillement en provenance de Hong Kong ont progressé de 97% pour les vêtements tissés et de 223% pour les vêtements de maille. La remise en place des quotas a conduit la Chine à faire à nouveau passer ses exportations par Hong Kong qui n'est pas soumis aux quotas.

1.3- Forces du TH en France

1.3-1) Les segments forts du T-H

Textile

La France est bien positionnée sur les fibres naturelles, surtout la laine et le coton et sur les fibres synthétiques.

Les points forts de la France au niveau du **textile** sont les textiles techniques, le linge de maison, la lingerie :

→ Les textiles techniques

Les textiles techniques occupent une place de plus en plus importante dans la production française.

La France, avec un CA de 4 MM€, soit 30% de la production nationale, est le 2^e producteur après l'Allemagne (8 MM€).

380 sociétés françaises sont spécialisées dans ce domaine. Elles sont surtout localisées dans les régions Rhône-Alpes, Nord Pas-de-Calais et Champagne-Ardenne.

Beaucoup d'entreprises du secteur ont donc trouvé dans cette extension de leur activité habituelle une voie de diversification intéressante, passant par exemple du tissage de la soie au tissage de fibres de verre ou de carbone.

Les perspectives de développement sont étendues et les marges souvent supérieures à celle du textile traditionnel.

Les 17 % d'entreprises du secteur textile français qui produisent des textiles techniques représentent 27 % du chiffre d'affaires du secteur et 40 % de ses bénéfices. La valeur ajoutée est supérieure et la concurrence des pays à bas salaire moins forte.

La Direction générale des entreprises a organisé le 13 mars 2006 un colloque sur ce thème.

Ex : **Duflot** Industrie, Cambrésis, entreprise leader en tissu barrière.

Deux des pôles de compétitivité font des textiles techniques une de leur priorité :

- Techtera (Rhône-Alpes) s'appuie sur la première concentration européenne d'entreprises spécialisées dans les textiles techniques.

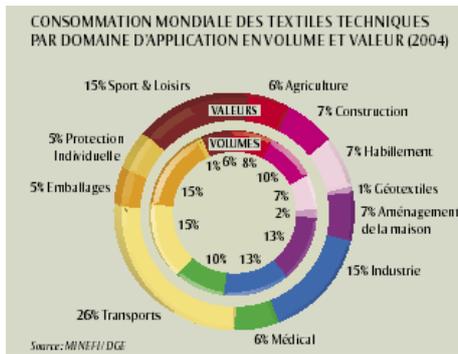
- Up-Tex (Nord-Pas de Calais) souhaite accélérer les recherches technologiques dans le domaine du textile afin de s'orienter vers le textile technique mais aussi créer une nouvelle offre dans le domaine traditionnel du textile habillement. Le pôle regroupe environ 150 entreprises.

Les textiles techniques en Europe & dans le Monde (source rapport annuel UIT)

	Production
Europe	24.4%
Amérique	29.4%
Asie	47.2%
	20 M de tonnes

	Consommation	Croissance
Europe	20,5 MM euros	+2.8%
Monde	86 MM euros	+3.3%

Applications



→ Le linge de maison

Au niveau du **linge de maison**, les acteurs majeurs sont au nombre de 10 entreprises, dont Vanderschoten, Benoit Acquot, Desforges. Ils sont très internationaux et disposent d'un portefeuille de marques.

→ La **lingerie** compte de grandes marques exportatrices qui soutiennent les métiers de brodeurs/dentelliers.

Habille

L'habillement est une activité moins capitalistique, d'opérations d'assemblage, qui nécessite plus de ressources humaines.

Un plan de recherche sur l'automatisation existe à Bruxelles, en partenariat avec les constructeurs de machines. Un type de machine permet de tricoter intégralement des pulls. Elles sont plus utilisées en Italie, qu'en France.

Jusqu'à récemment, l'habillement français exploitait les coûts de main d'œuvre inférieurs, au Maghreb, par le biais notamment du Sentier.

Aujourd'hui, la grande diffusion se source majoritairement en produits finis directement en Chine.

Un paradoxe quelque part : les grands groupes de distribution sont nés de groupes textiles, par exemple Auchan s'est développé sur le succès de Phildar.

Les places de marché sont aussi montantes, avec le système ravageur des enchères inversées. Par exemple, PPR passe ses ordres via www.gnx.com.

Les segments forts à l'export sont le luxe (Dior, Chanel, YSL, Vuitton, Chloé, Céline) et le haut de gamme (Kenzo).

1.3-2) Innovation & créativité : l'une des clés de la survie de l'industrie française du textile-habille

a) Innovations

Marchés textiles porteurs : les non-tissés et les textiles techniques

Éléments facilitateurs : les partenariats inter-entreprises (cf. Pôle de compétitivité)

L'avenir est aujourd'hui aux PME innovantes qui misent sur des produits à très forte valeur ajoutée comme les textiles techniques. Citons par exemple la création du Centre européen des textiles innovants (CETI) dédié aux non tissés, sur la zone de l'Union à Tourcoing, et la présence à Roubaix d'un pôle de recherche et de formation de haut niveau.

La plate-forme de Tourcoing apporte un espoir : le segment des non tissés est en croissance de 6% par an. Les utilisations (automobiles, lingettes de nettoyage jetable ; textiles santé, déco de la maison) sont nombreuses et les compétences demandées restent pour l'instant essentiellement européennes. (Elle fait partie d'un schéma d'innovation qui est détaillé infra.)

En France, il existe près de 380 entreprises spécialisées dans ces textiles techniques, employant 20 000 personnes et créant entre 1500 et 2000 emplois net par an. Celles-ci sont spécialisées dans des produits à haute technicité, tels que les tissus infroissables, les fibres anti-froid, mais également des textiles destinés à d'autres secteurs d'activité tels que l'automobile, le paramédical.

b) Créativité

La mauvaise réputation en termes de création des entreprises chinoises donnent un avantage temporaire aux entreprises non-chinoises. Aussi bien à l'exportation qu'à l'importation, les entreprises chinoises ne convainquent pas lorsqu'il s'agit de création. Les collections chinoises ont une image assez médiocre auprès du public chinois, qui leur préfère des marques aux consonances étrangères. Même les dirigeants de sociétés chinoises se plaignent du manque de créativité des stylistes.

Lors du salon Interselection, le salon mode de la distribution organisée en mai 2005, plusieurs acheteuses confirment que les fabricants français disposent encore d'une avance sur leurs concurrents chinois en matière de style. La Chine reste trop éloignée pour suivre une mode plus élaborée et éphémère. « En cherchant nous pourrions trouver les mêmes produits. Mais cela serait trop long et nous ne voulons prendre aucun risque sur les produits les plus pointus. » déclare une acheteuse.

Les acheteurs de la grande distribution sont venus avec des équipes moins nombreuses. En revanche les chaînes d'habillement ont envoyé plus d'acheteurs. Leurs marges ont été érodées par la guerre des prix avec les hard-discounters et elles veulent enrayer ce phénomène. Elles recherchent des produits à plus forte valeur ajoutée. (Source La Tribune.fr 13/05)

La Chine, très forte pour fabriquer des vêtements basiques, ne semble pas encore en mesure de concurrencer les fabricants hexagonaux, plus pointus et plus réactifs en terme de mode.

1.3-3) Rapidité de réaction et rentabilité

La maîtrise de la production reste un élément clé de réussite, notamment pour les séries courtes, et ce quelque soit la ou les localisations. Sans ce levier, il est difficile de s'assurer de la qualité des produits et de la maîtrise des délais de livraison. Il convient de bâtir le succès de l'entreprise, par un processus d'innovation complet, intégrant la production.

La délocalisation peut s'avérer bénéfique lorsque les pièces requièrent beaucoup de main d'œuvre pour une faible valeur ajoutée. Attention : rapidité d'exécution ne s'entend qu'avec des moyens de livraisons efficaces. Les investissements pour améliorer la réactivité face aux commandes urgentes assurent la pérennité des entreprises françaises face à une production lointaine qui ne pourrait garantir de meilleurs délais de livraison. De plus les chinois fabriquent moins cher mais il faut qu'ils transportent :

1- Ils ne peuvent pas être aussi réactifs qu'une entreprise localisée en France face à des demandes spontanées.

2- Les productions asiatiques ne sont rentables que sur de gros volumes puisque les coûts de transport sont élevés.

En fait la Chine n'est pas un ennemi à condition de savoir créer de la valeur ajoutée pour les productions françaises. La combinaison de ces éléments vise à pérenniser l'emploi dans l'entreprise.

1.3-4) France / Chine : Atouts des marques françaises en Chine dans un marché en forte croissance

Les chinois sont très attirés par les marques européennes et plus particulièrement italiennes et françaises. Cela est d'autant plus positif que le marché chinois représente un vrai potentiel. Selon le rapport sur le marché du prêt-à-porter en Chine publié en novembre 2004 par les Missions Economiques en Chine (Shanghai, Pékin, Canton), les sondages montrent que les consommateurs chinois préfèrent les marques étrangères de prêt-à-porter car ils estiment que ces marques ont du style, une qualité et une image de marque supérieure à ce que proposent les griffes locales : 53% des personnes interrogées affirment préférer une marque étrangère, 16,70% une marque chinoise, les autres étant indifférentes.

Ainsi plusieurs styles se dégagent dont certains favorables aux marques européennes tels que :

- La femme jeune et moderne qui voit dans l'Europe et les USA une source d'inspiration inépuisable : couleurs flash et jeans revisités appréciés
- La femme active qui affirme par son classicisme son rang social et sa fortune est une clientèle fidèle des marques françaises, italiennes ou hongkongaises.

Un vêtement « styled in Italy » ou « made in Paris » est le garant d'un style, d'une qualité qui lui donne l'avantage face aux produits locaux. Dans le contexte de l'adhésion de la Chine à l'OMC, le marché chinois est une opportunité pour les marques étrangères et notamment françaises du fait du pouvoir d'achat croissant des consommateurs, du manque de compétitivité des marques locales et de la baisse des barrières tarifaires.

1.3-5) Quelques exemples de réussite : l'entreprise Armolux et la société Kindy

L'entreprise ARMOLUX figure parmi les cinq premiers fabricants de vêtements en France. Rescapée d'un secteur en sursis, elle mise sur la qualité et l'innovation. Au cours d'un entretien Jean Yves Le Floch, président d'Armolux affirme :

« Le vêtement lui-même devient anecdotique dans l'activité textile ». Vendre une marque, c'est d'abord offrir une image. Jean Yves Le Floch a toujours misé à fond sur la culture bretonne.

Cette entreprise quimpéroise créée en 1938 alors dénommée la Bonneterie d'Armor et rachetée en 1994 par deux industriels bretons amis d'enfance et issus du groupe Bolloré est désormais le principal opérateur en France en bonneterie et emploie 700 personnes. Les principaux facteurs sur lesquels ils ont développé l'entreprise sont :

- la création de marques qui font appel à la créativité,
- une démarche commerciale systématique,
- l'automatisation de l'outil de production.

Dès qu'une pièce demande plus de 10 mn, elle est délocalisée ; solution trouvée pour maintenir les 700 emplois en France.

Autre exemple de réussite, la société KINDY qui délocalise une partie de sa production au Maghreb, en Turquie, au Portugal et en Italie. 1/5 de la production est fait en France pour les produits innovants au lieu de 80% en 1999 (Source : Valeur actuelle du 26 mai 05).

1.4 - Faiblesses du TH en France

1.4-1) Textile : beaucoup de TPE et une filière incomplète

En France, les entreprises de textile sont pour la plupart des TPE-PME, dont l'effectif est inférieur à 50 salariés.

Il leur était difficile d'anticiper et donc de réagir à la menace chinoise. En effet, elles n'ont pas les moyens commerciaux d'envoyer des VRPs en prospection à l'étranger, pour faire de l'intelligence économique, et appréhender largement les dispositifs institutionnels. Elles n'ont pas la taille critique pour avoir une vision 360° de leur environnement. Elles ne se sont pas préparées à la concurrence accrue de la Chine depuis le démantèlement des quotas. Pour l'Union des Industries Textiles (UIT, réunion des groupements professionnels patronaux du textile), c'est une tâche difficile que de les entendre toutes, et les décideurs à Bruxelles sont encore plus éloignés de leurs préoccupations. Le tissu industriel textile français est à deux vitesses entre :

- des entreprises de grande taille qui intègrent la Chine dans leur paysage, qui maîtrisent fabrication et distribution,
- l'immense majorité qui exporte à proximité, soit en Europe... et qui ont mal anticipé la fin des quotas, malgré les actions d'informations ad hoc de l'UIT sur l'analyse des catégories, les enjeux, etc.

A contrario, en Allemagne, la taille des entreprises majoritairement entre 300 et 500 employés, rend l'adaptation à l'environnement concurrentiel plus facile.

De plus, la France a perdu le savoir-faire d'ennoblissement (coloration, teinture, apprêt) qui est la dernière phase du textile. Il y a donc une rupture dans la chaîne de production, difficilement rattrapable. L'ennoblissement est une activité extrêmement capitalistique, qui brasse des volumes énormes, pour des traitements très sophistiqués.

1.4-2) Calendrier de la mode, salons et fuites créatives

Deux salons phares existent pour le textile :

- Première Vision / Expofil, salon français, à Villepinte, en septembre et mars.
- Texworld, salon orchestré par les allemands, qui a lieu quasi simultanément...

Texworld organise aussi un salon à Moscou (Interstoff Rossija) et 4 salons en Chine (Interstoff Asia Autumn et Interstoff Asia Spring à Hong Kong, Intertextile à Beijing et à Shanghai). Première Vision s'est voulu « sélectif », et peu ouvert aux chinois, indiens, pakistanais, lesquels se sont rabattus sur Texworld...

Il devient notoire que la profession hume les tendances à Première Vision, et se fournit à Texworld !!

De plus, les décalages de la profession -présentation des tendances un an et demi avant la mise sur le marché- facilitent ce phénomène et son corollaire, la délocalisation, voire la contrefaçon.

Une anecdote en 3 actes :

- 1- TexWorld a fait une grande opération d'image autour de la contrefaçon en septembre 2005,
- 2- Un textilien français a décelé un contrefacteur sur le salon,
- 3- L'industriel lésé n'a pu poursuivre l'entreprise, parce qu'il n'avait pas fait les enregistrements idoines à l'INPI.

1.4-3) Des enjeux différents entre le textile & l'habillement : une filière non-soudée

Le textile français redoute la concurrence des produits chinois qui réduit ses exportations, alors que l'habillement étant dominé par les grandes chaînes de distribution, celles-ci recherchent les produits à bas coûts produits par la Chine. Les mastodontes de la distribution pèsent aujourd'hui pour plus de 70% sur le marché français. Plus qu'une divergence de points de vue, il y a une divergence de faits entre le textile et l'habillement.

Ces divergences ont pesé dans la défense des intérêts du secteur lors des négociations avec la Chine en 2005. Par exemple, les distributeurs européens, qui s'approvisionnent massivement en Chine, avaient dénoncé la décision de Bruxelles de lancer des enquêtes sur les importations de textile chinois.

[La Foreign Trade Association (FTA), qui représente des groupes comme Carrefour, KarstadtQuelle, Metro ou Inditex, « s'est dite choquée par les actions de la Commission qui ont un impact extrêmement négatif pour les importateurs détaillants. La menace de mesures de sauvegarde détruit la visibilité nécessaire pour commercer. » (La Tribune.fr du 13 juin 2005).]

Là où les deux secteurs se rejoignent, c'est sur l'accès aux marchés externes, donc dans le cadre des négociations de l'OMC.

1.4-4) Manque de préparation à la baisse des quotas

Il n'existait pas d'esprit fédérateur au sein de la filière TH, pas d'actions gouvernementales et européenne majeures. Le projet d'observatoire de la Mondialisation européen, notamment sur la Chine, avant le démantèlement des quotas de 2005, soutenu par l'UIT, n'a pas été mis en place par l'UE. Cependant, les pôles de compétitivité et le projet européen d'innovation textile & habillement à horizon 2020 sont des dispositifs qui peuvent contribuer à faciliter l'adaptation de cette industrie.

2- Situation & enjeux pour la Chine

La Chine est un géant en pleine mutation qui regroupe 20.7% de la population mondiale (1,3 Md d'habitants en 2004). Elle se place déjà au 7e rang des puissances économiques mondiales par son PIB (1650 Md USD) et devrait rejoindre la 4e place d'ici 2010 selon les prévisions de l'OCDE en 2004. La Chine poursuit un taux de croissance soutenue avec 9,5% en moyenne sur les deux dernières décennies.

Le TH a été crucial pendant une cinquantaine d'années en Chine et reste un secteur clé (37 000 entreprises et 19 millions d'emplois). La Chine a d'abord privilégié le secteur de l'habillement fortement consommateur de main d'œuvre avant d'investir dans le secteur du textile plus capitalistique et technique, et entend poursuivre sa modernisation. Ces secteurs ont bénéficié d'importants subsides. La Chine a confessé ce qu'elle a donné, lors de son entrée à l'OMC, mais ne s'est pas arrêtée depuis.

2.1- Chiffres clés Textile-Habillement

La Chine est le premier producteur et employeur mondial dans le textile et l'habillement. Cela est à relativiser en partie à cause de la taille du pays. Cette industrie emploie 6,8 millions de personnes en 2001, loin devant l'Inde qui se classe deuxième avec 1,6 millions en 2000. (Source: Unico cité dans la rapport de l'OMC 'the global textile and clothing industry post the agreement on textiles and clothings', Hildegunn Kvik Nordas). Elle génère 22% de la production mondiale de fibres textiles, 33% des fils, 25% des étoffes et 20% des vêtements en 2003. La production totale est estimée à 200 Md d'euros en 2000. (Source : Estimation de l'IFM à partir de statistiques chinoises officielles).

2.2-Forces

2.2-1) Le premier exportateur mondial

L'industrie chinoise est la première mondiale en termes d'exportation. En 2003, les exportations textiles chinoises représentent 15,9% du total mondial avec 27 Md USD à comparer au 6,9% en 1990. Au niveau de l'habillement, les exportations comptent pour 23% du total avec 52 Md USD. La Chine est devenue le premier fournisseur du Japon, de l'UE et des Etats-Unis. Elle devient également le premier fournisseur de vêtement de la France devant l'Italie avec 1,6 Md d'exportations.

2.2-2) Faibles coûts de production & main d'œuvre inépuisable

La domination chinoise s'explique entre autres par les coûts de production très compétitifs. En effet, la Chine bénéficie d'un volant presque intarissable de main d'œuvre bon marché grâce la réforme du secteur agricole qui entraîne des déplacements massifs de la campagne vers la ville et, dans une moindre mesure, par la restructuration du secteur public (division par deux du nombre d'établissements publics entre 1998 et 2003). De plus, la Chine a bénéficié grandement du transfert technologique des entreprises occidentales et asiatiques, ce qui est attesté par leur présence notable dans la production textile (22%) et habillement (46%).

2.2.3) Une industrie adaptée aux cycles & fonctionnement de la mode

Le système de production chinois correspond bien à la nouvelle tendance de la mode, surnommée «fast fashion ». Ce nouveau phénomène qui émerge après les périodes de la haute couture et du prêt-à-porter se caractérise par trois facteurs : l'imitation des modèles proposées par les défilés de mode et les créateurs, la rapidité entre la copie et la mise sur le marché, l'accès au plus grand nombre par des prix très compétitifs.

2.2-4) Une industrie stratégique soutenue par l'Etat

L'industrie chinoise du textile et de l'habillement occupe une place stratégique au sein de l'économie chinoise de par le nombre de personnes employées (13% de la population active en 2002), son apport en termes de devises (41 Md USD en 2002 à comparer au surplus de la balance commerciale de 30 Md USD) et la croissance régulière de la production (de l'ordre de 8% entre 1995 et 2001).

Ces deux points sont cruciaux pour le gouvernement chinois qui veut diminuer le chômage pour éviter toute tension sociale et détenir des recettes en devises pour l'approvisionnement en minerais et ressources énergétiques. Ce secteur a continué à être fortement soutenu par le gouvernement depuis son ouverture à l'économie de marché au début des années 1980. Les succès rencontrés par cette industrie montrent l'efficacité de la politique industrielle chinoise. Cette industrie bénéficie d'un environnement favorable avec des prêts à taux avantageux, un yuan sous-évalué, des primes à l'exportation...

2.3- Faiblesses

Cependant, l'industrie chinoise du textile et de l'habillement a encore des failles avec une offre dans le domaine textile de faible qualité, un manque de créativité dans le secteur de l'habillement, une rentabilité faible des entreprises du secteur et un éloignement géographique des marchés européens et américains.

2. 3-1) Un outil de production vieillissant, mais le 1^{er} investisseur mondial

Au niveau du secteur textile, la capacité de production est encore obsolète avec 10% des machines qui ont moins de 10 ans en 2002. Cela crée une dépendance vis-à-vis de l'étranger sur certains produits textiles, notamment les tissus à haute valeur ajoutée. Cela explique également que la Chine est encore un immense atelier qui assure des travaux d'assemblage pour le compte de groupes étrangers. 45% des importations dans ce secteur sont ainsi réexportés. La Chine essaie néanmoins de combler son retard. Aussi, en 2003, l'investissement chinois en machine textile représente 61% du total mondial pour la filature et 73% pour le tissage. (Source : IFM). Les suisses, les autrichiens et les hongrois ont largement équipé les chinois.

2. 3-2) Un manque de créativité

Dans l'habillement, les marques chinoises souffrent d'un déficit de compétences en design, créativité et marketing. De plus, elles ont une faible notoriété, ce qui est dû en partie au développement local des enseignes, et d'une image bas de gamme. Cela explique que les marques étrangères réalisent 46% de la valeur ajoutée du secteur en 2001. Mais la Chine essaie de combler ce retard, notamment au niveau de la formation.

2. 3-3) Faible rentabilité

Par ailleurs, la rentabilité du secteur est faible, autour de 3,4% de marge nette en 2002 (Source : IFM). C'est une conséquence de la gestion planifiée. Le gouvernement chinois a engagé de profondes réformes en 1997 pour transformer l'industrie textile- habillement fortement déficitaire (production excédentaire, faible productivité, nombre d'entreprises pléthorique, surcapacité, outil de production obsolète, produits à faible valeur ajoutée). De nombreux progrès ont été faits mais la rentabilité est encore médiocre.

Schéma 6 : Le poids des Entreprises Publiques (EP) en Chine (2003, IFM)

	Textile	Vêtement	Production d'équipements TH
Emploi des EP en % de l'emploi total	49,4%	10,6%	48,6%
EP en % du total des entreprises	21,3%	8,2%	29,6%
Production des EP en % de la production totale	35,7%	6,7%	32,8%
EP fonctionnant en perte en % du total des EP	41,1%	35,6%	39%
Pertes des EP en % de la production totale des EP	2,2%	3,7%	1,8%

Cependant, le poids du secteur public est inférieur à la moyenne nationale : toutes activités confondues, le secteur public contribue à 44,4% de la production brute et à 51,7% de la valeur ajoutée du pays.

Si on regarde la productivité, malgré ses investissements, elle reste inférieure aux pays occidentaux parce que ces investissements ne sont pas toujours exploitables du fait d'un manque de qualification de la main d'œuvre ou de problèmes de maintenance (matériel immobilisé parce que les pièces de rechange ne sont pas remplacées).

2.3-4) Une situation géographique loin des marchés

L'éloignement de la Chine de l'Europe est un handicap étant donné les temps de transport par bateaux. La Chine a donc des difficultés à produire dans un temps relativement court. Ce facteur physique explique que le marché européen restera encore approvisionné en partie par les pays du pourtour méditerranéen. De plus, les marques et distributeurs veulent maintenir un certain équilibre entre leurs différentes sources d'approvisionnement. Ainsi Décathlon s'est fixé comme objectif de ne pas dépasser 50% de ses achats en Chine.

III) Stratégie des acteurs

1- La France

1.1- Politique internationale : Stratégie défensive et suiviste de l'Europe

Premièrement, les marges de négociation sont réellement différentes selon les zones (Europe vs. Etats-Unis). L'accord sur le textile conclu par les US montre qu'ils savent mieux que l'Europe être fermes avec la Chine... et qu'ils n'ont pas les mêmes intérêts.

Sur ce dossier, l'Europe suit les Etats-Unis car leurs positions sont similaires quant à l'impact négatif des exportations chinoises. Ils ont les mêmes intérêts défensifs. L'Industrie T-H US est en déconfiture, sauf sur le coton, et se bat donc pour ouvrir son marché le plus tard possible. Cependant, l'UE et les US ont des positions différentes sur l'ouverture du marché chinois car l'industrie américaine exporte peu. L'Europe veut se battre sur les pics tarifaires (11,7% contre des pics à 60% pour l'Inde) lors des négociations de l'OMC en décembre 2005. Par ailleurs, l'Europe doit se battre avec les Etats-Unis sans pour autant faire de l'ombre à Euromed. Le pouvoir de négociation américain s'est également révélé antérieurement pour la mise en place des clauses de sauvegarde dans les accords ATV, pour les dispositions concernant la propriété intellectuelle. Sans la pression exercée par les américains, ces clauses favorables également aux européens n'auraient pas été signées.

De plus, l'UE et les EU n'ont pas toujours les mêmes intérêts face aux chinois car les Etats-Unis sont un partenaire commercial majeur de la Chine, notamment grâce aux poids des délocalisations américaines en Chine. De plus, le dollar est lié à la politique de la Banque centrale chinoise qui détient une part non négligeable des réserves mondiales de cette monnaie. Aussi, on connaît mal les tractations souterraines entre la Chine et les US intimement liées à cette problématique stratégique.

1.2- Politique / Polémique au sein de l'Europe

De plus, le secteur T-H n'est pas en position de force au sein de l'Europe car il représente seulement 5% des exportations (2005) à la différence de la problématique agroalimentaire.

Le dilemme Airbus contre les tee-shirts chinois mis en exergue par Bo Xilai, ministre chinois, fut symptomatique de la place du secteur au sein de l'UE, et au lendemain de l'accord de Pékin en septembre, la China Southern Airlines annonçait l'achat de 10 Airbus 330, pour un montant de 1,5 milliard de dollar. Les contradictions internes à l'Europe, entre pays libéraux-distributeurs au Nord et protectionnistes-producteurs au Sud, se sont manifestées et la crise a trouvé une issue plus favorable aux premiers. Cependant les deux se rejoignent sur la nécessité de trouver de nouveaux marchés à l'export, donc de ménager la Chine comme vaste marché potentiel.

Fond de restructuration

Pascal Lamy, président de l'OMC depuis mai 2005 et... ex-commissaire européen, chargé du commerce international (99-2004) défend les avantages comparatifs, et soutient que les bénéfices de la mondialisation sont largement reportés, et les conséquences pour le textile européen, concentrés sur certains territoires, renforcent la fébrilité face à des zones en devenir sinistrées, à l'emploi majoritairement féminin. Face à cela, ce que voudraient les défenseurs du secteur serait la mise en place de dispositifs de reconversion... ce qu'a proposé Barroso... un fond structurel « antichoc », au niveau de l'Europe... lié à la mondialisation...

Remarque : ce type de fonds a été pensé aux Etats-Unis déjà sous Kennedy. En 1963 : Kennedy fait voter un « trade adjustment act » dans son pays, parallèlement à la négociation sur le Kennedy Round. Les politiques de prévoyance individuelle et le dispositif de reconversion allaient dans le même sens.

High Level Group

En mars 2003, l'Europe avait mis en place un « High Level Group sur le textile » pour préparer le démantèlement de 2005. Il était composé d'industriels, des acteurs de la distribution et de représentants de la Commission européenne.

Les différents axes de réflexion développés en mars 2004 étaient les suivants :

- Dimension commerciale > Dialogue orienté « résultats » a été instauré avec la Chine
- Ouverture des marchés tiers aux produits textiles européens
- Lutte contre les barrières non tarifaires
- Menace des clauses de sauvegarde
- Instrument anti-dumping
- Accélération de la Zone Pan-Euromed
- Label « Made in Europe »
- Système général de Préférences Tarifaires

Autres axes proposés :

- Meilleure protection des droits de propriété intellectuelle
- Amélioration de l'éducation et de la formation
- Renforcement de la R&D et des efforts en innovation
- Propositions pour une politique régionale intégrée (subsides transversales pour reconversion)
- Renforcement de la compétitivité : REACH (substances chimiques interdites car dangereuses pour la santé ou anti-environnementales), financement des entreprises (accès des PME au capital), accord avec la Grande Distribution, engagement sur le respect dans leur sourcing des normes minimales sociales et environnementales, et son rôle dans la lutte contre la contrefaçon.

A ce jour, le bilan de ce groupe est le suivant :

- Pas de manœuvres de protection fondamentale

Les mesures sur l'ouverture des marchés ne peuvent qu'être prises au niveau de l'OMC et les accords de Doha étant dans l'impasse, l'ouverture pour les pays récalcitrants ne pourra se faire qu'à l'horizon de 2007. (Par exemple, l'Inde qui compte 60 millions de consommateurs pour les produits haut de gamme, a des taxes à l'importation de 50% contre des maximums de 12% pour l'UE.)

- Rien quant aux « stimuli » financiers régionaux...

En revanche, quelques mesures positives ont été prises :

- Renforcement de la R&D et l'innovation

La plate-forme européenne sur les projets novateurs (« Plate-forme pour le futur du textile et de l'habillement »), à l'horizon 2020, implique 3 grandes organisations européennes : EURATEX, TEXTRANET et AUTEK. Les axes sont : biens spécialisés à haut valeur ajoutée, nouvelles applications textiles, passer de la consommation de masse à la personnalisation, programme sur les fibres multifonctionnelles et textiles techniques.

- Mesures sur la protection de la propriété intellectuelle avec un label européen,
- Efforts plus importants pour la formation.

Plus de 100 entreprises françaises accompagnées par l'IFTH, près de 300 entreprises et centres de recherche européens préparent pour fin 2006 un agenda destiné à être intégré dans le 7^e PCRD (Programme –Cadre de Recherche, de Développement Technologique et de Démonstration Elisabeth Ducotet, PDG de Thuasne, présidente du RIITH français, administrateur de l'IFTH représente la profession au board de la Plate-forme.

Intelligence Economique & Technologique

L'ETI Fashion Net est une action d'Intelligence économique et technologique. Elle était prévue jusqu'en mai 2006. Elle est financée par la Commission Européenne. Ce consortium regroupe 16 organisations de 8 pays, coordonnés par l'Institut Italien de la Promotion Industrielle. Ce réseau propose aux industriels des évaluations de leur potentiel d'innovation, des séminaires trans-européens, la recherche de partenaires en Europe, une coordination avec d'autres actions européennes proches : Shoes 2000, ITE (intelligent textile Environnement).

Euromed

Les relations avec de l'UE avec l'Euromed (Maghreb + Turquie) font partie d'une politique de stabilisation des pays géographiques proches.

Lors de la réunion OMC à HK en décembre 2005, l'Europe a demandé de consolider une préférence tarifaire TH dans la zone paneuromed car :

- Cette zone représente 50% des exportations TH de l'Union Européenne
- Près de 40% des importations de vêtements de l'UE vient de cette zone
- L'Europe TH a tout à perdre si la préférence tarifaire actuelle (12%) est démantelée par la négociation OMC sur les tarifs industriels.

Le processus d'intégration régionale lié au projet d'une vaste zone de libre échange Euromed rassemblant à l'horizon 2010, pays producteurs et consommateurs de textile et vêtements, alternative à la toute puissance chinoise est fragilisée par les conséquences négatives sur l'industrie marocaine et tunisienne des démantèlements des quotas.

La France est très liée aux pays de l'Euromed ainsi que son industrie TH.

1.3- Résultats de l'OMC

Le Secteur textile-habillement européen, lors de la conférence d'Hong-Kong entendait négocier « dans un contexte bouleversé par la fin des quotas » les priorités suivantes :

- 1- améliorer l'accès de l'Europe aux autres marchés du Monde, par des droits de douane maximum de 15%, une suppression des pics tarifaires, un démantèlement des obstacles non tarifaires,
- 2- consolider une préférence tarifaire dans la zone Paneuropéenne (la maintenir à 12%),
- 3- maintenir les instruments anti-concurrence déloyale (anti-dumping, anti-subsidation, et clauses de sauvegarde).

L'UIT dans son bilan 2006 recense les avancées suivantes :

- «Le cycle de Doha reste sur les rails mais n'apporte pas de solution au secteur textile.
- L'année 2005 a vu se succéder les réunions des groupes de négociations sans aboutir à des résultats tangibles.
- La Conférence Ministérielle de l'OMC à Hong Kong a permis de franchir une nouvelle étape. Pour les produits non agricoles, c'est une formule non linéaire de réduction des droits qui sera retenue mais aucune des modalités précises (nombre et niveau des coefficients, flexibilités accordées aux PED) n'est encore définie. Des négociations sectorielles restent toutefois possibles à partir du moment où un nombre suffisant de pays le demande. La Turquie a déposé le 21 mars 2006 à l'OMC une proposition en vue d'une négociation sectorielle textile-habillement mais la Chine n'y est pas favorable. Quant aux obstacles non tarifaires, aucun progrès n'est attendu d'ici juillet 2006 sauf peut-être pour les taxes à l'exportation.»

1.4- Marquage d'origine 'Made in Europe'

La Commission européenne travaille actuellement sur un projet de marquage « made in Europe » afin d'harmoniser le cadre juridique du marquage d'origine, en concertation avec les Etats membres et les fédérations professionnelles.

1.5- Une France affaiblie au sein de l'Europe

La France est très affaiblie au sein de l'Europe, notamment après le rejet par référendum de la constitution européenne et de la question agricole. Cela est d'autant plus important que, dans le cadre des négociations à l'OMC, le TH relève d'un mandat de l'UE et ne peut donc être géré au niveau national.

La France essaie néanmoins de faire entendre sa voix en développant le lobbying. Le lobbying est l'une des raisons d'être de l'UIT, à fortiori depuis le 1er janvier 2005. « Au fil des années, nous avons construit une stratégie de défense des intérêts de la profession » explique Emmanuelle Butaud (UIT). En France nous nous appuyons sur un petit groupe d'élus – à l'assemblée nationale et au Sénat- qui s'engagent à suivre de près toutes les questions liées à l'activité textile. Nous sommes en train de développer le même type de structure informelle au niveau européen.

1.6- Politique nationale pour renforcer notre compétitivité

1.6-1) Actions incitatives à l'innovation

L'IFTH, centre technique, née d'une fusion textile-habillement dirige plusieurs projets d'innovation. Pour former les projets de R&D, une mutualisation des moyens et des équipements est nécessaire : les plateformes installées en 2004, dans le cadre du réseau RIITH sont une première réponse. Ces investissements lourds ont pu être développés grâce à de nombreux partenaires financiers (Etat, Conseils régionaux & généraux, Europe, industriels).

Les plates-formes montées en 2004 sont :

- plate-forme maille 3D et tricotage intégral (Troyes)
- plate-forme laboratoire non-tissé (CENT, centre européen du non-tissé à Tourcoing)
- plate-forme confectionnabilité et plate-forme de prototypage rapide (Cholet)
- engineering de l'ennoblissement à Mulhouse
- centre national du numérique (Roanne).

Les plate-formes constituent des outils à partir desquels les industriels peuvent développer des produits, procédés, et services innovants. Il semble que le textile en tire un plus grand bénéfice que l'habillement. Cependant, l'IFTH a aussi mené une campagne de mensuration dont les résultats ont été présentés en mars 2005.

1.6-2) Les pôles de compétitivité, soutien aux produits les plus porteurs

L'Etat français s'est engagé dans un processus de réorganisation de son tissu industriel. Dans un contexte international où les mutations économiques s'accélèrent, l'innovation est devenue un facteur clef de compétitivité pour les industries de production de biens et de services. C'est pourquoi le Gouvernement a décidé, lors du Comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire (CIADT) du 14 septembre 2004, de mettre en place un nouvel instrument destiné à préserver et renforcer notre potentiel industriel : le pôle de compétitivité.

La constitution de pôles de compétitivité répartis sur le territoire vise à développer le dynamisme économique et l'attractivité d'un secteur géographique où des entreprises, des centres de recherche, des universités, des établissements financiers, des organismes de formation et des collectivités fédèrent leurs savoir-faire et leurs moyens sur des projets innovants communs.

Ce partenariat, encouragé par des aides publiques, permettra de mieux utiliser les réserves de croissance, d'emploi et de compétences que recèlent certains territoires.

Les candidats au pôle de compétitivité textiles étaient au nombre de quatre :

1. Fibres naturelles Grand Est – Docelles – Alsace Lorraine
2. Rouanne Pôle textile Loire Rhône – Roanne – Rhône Alpes
3. Techtera - Textiles techniques et fonctionnels – Lyon – Rhône Alpes (réuni Lyon, Roanne, Saint-Etienne)
4. Up-Tex - Marcq-en-Baroeuil –Nord Pas de Calais (textiles haute-performances)

Les pôles de compétitivité retenus sont

- Up Tex (<http://www.up-tex.com>),
- Techtera (<http://www.techtera.org>),
- Grand Est.

De plus le pôle enfant de la région Pays de la Loire, également labellisé, comporte un volet habillement.

Lors du déblocage de la première enveloppe de 30 millions d'euros en septembre 2005, le ministre avait cité l'exemple du pôle rhônalpin Techtera, dédié aux textiles techniques et fonctionnels. Un financement de 250.000 euros lui avait été attribué pour mener des recherches sur les textiles tridimensionnels innovants. Depuis le CIADT du 6 mars 2006, 66 pôles de compétitivité sont labellisés, dont 6 projets mondiaux et 10 projets à vocation mondiale. L'enveloppe totale dédiée au financement des pôles, en particulier leurs projets de R&D, s'élève à un minimum de 1,5 milliard d'euros sur 3 ans. Pour le textile, les pôles vont permettre un meilleur maillage commercial aux TPE-PME françaises, et une articulation positive entre les laboratoires de recherche, les universités, les entreprises.

Dispositif Techtera

Acteurs (avril 2006)

Techtera se positionne sur les textiles techniques et fonctionnels (TTF), et comme « guichet unique et simplifié » pour le transfert de technologie, le développement de projets industriels et l'accompagnement y afférant ».

La région Rhône-Alpes représente 70% de la production nationale de textiles techniques et 18% du tonnage européen, elle regroupe 140 PMI significatives et groupes internationaux.

Actions

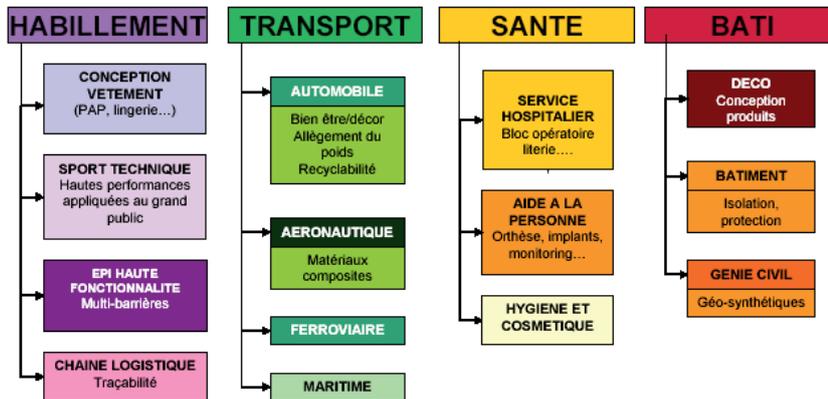
Un incubateur (IncubaTECH) doit être créé pour fédérer les acteurs autour de projets innovants, dans un esprit de mutualisation :

- entreprises (au nombre de 30 en avril 2006),
- laboratoires et sites spécialisés (IFTH, ITECH, Espace Textile, ERAI)
- écoles (EM Lyon, ESMOD)

Un portail d'échange on-line doit aussi être mis en place. Il est sensé devenir « inter-pôles de compétitivité et inter-pôles d'excellence européen... »

Le pôle a défini des marchés cibles prioritaires et organise des ateliers (prévus en avril-mai), réunissant clients/fournisseurs, avec pour objectif de faire émerger ou de sélectionner les meilleurs projets générateurs de valeur ajoutée pour les adhérents de Techtera, et donc les aides de financement (Etat, collectivité locale, Oséo-ANVAR, A2I, ANR).

Marchés cibles



Les grandes attentes des marchés cibles mises en avant par Techtera sont :

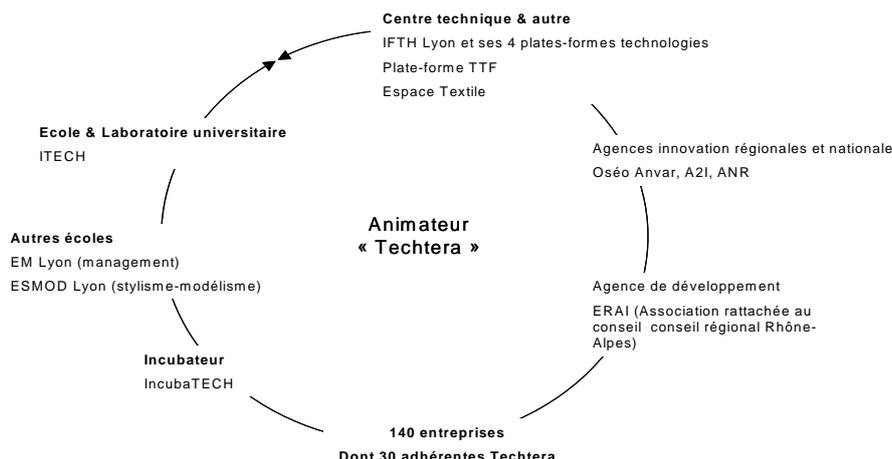
- Le confort (thermique, fonction de l'âge, de l'espace)
- La légèreté et la miniaturisation (confort de vie, économie d'énergie, performances)
- La polysensorialité (esthétique, effets visuels, amélioration du toucher, odeurs)
- La réduction des coûts et des délais (virtualisation des étapes de conception produit)
- La protection de l'humain et sa sécurité (assistance médicale, innocuité des produits, EPI, sécurité dans la vie quotidienne, performances des fibres)
- La protection de l'environnement (meilleure utilisation des ressources, attrait pour le naturel, traitements des déchets, recyclabilité, innocuité des rejets, diminution des pollutions)

Premier Bilan

La dernière lettre d'information relate comme premiers résultats tangibles, « trois grands projets de R&D réunissant trois sociétés leaders et une dizaine de PM régionales. »

Cependant, cette fédération est loin d'être acquise. Les freins des adhérents potentiels sont les suivants (sic):

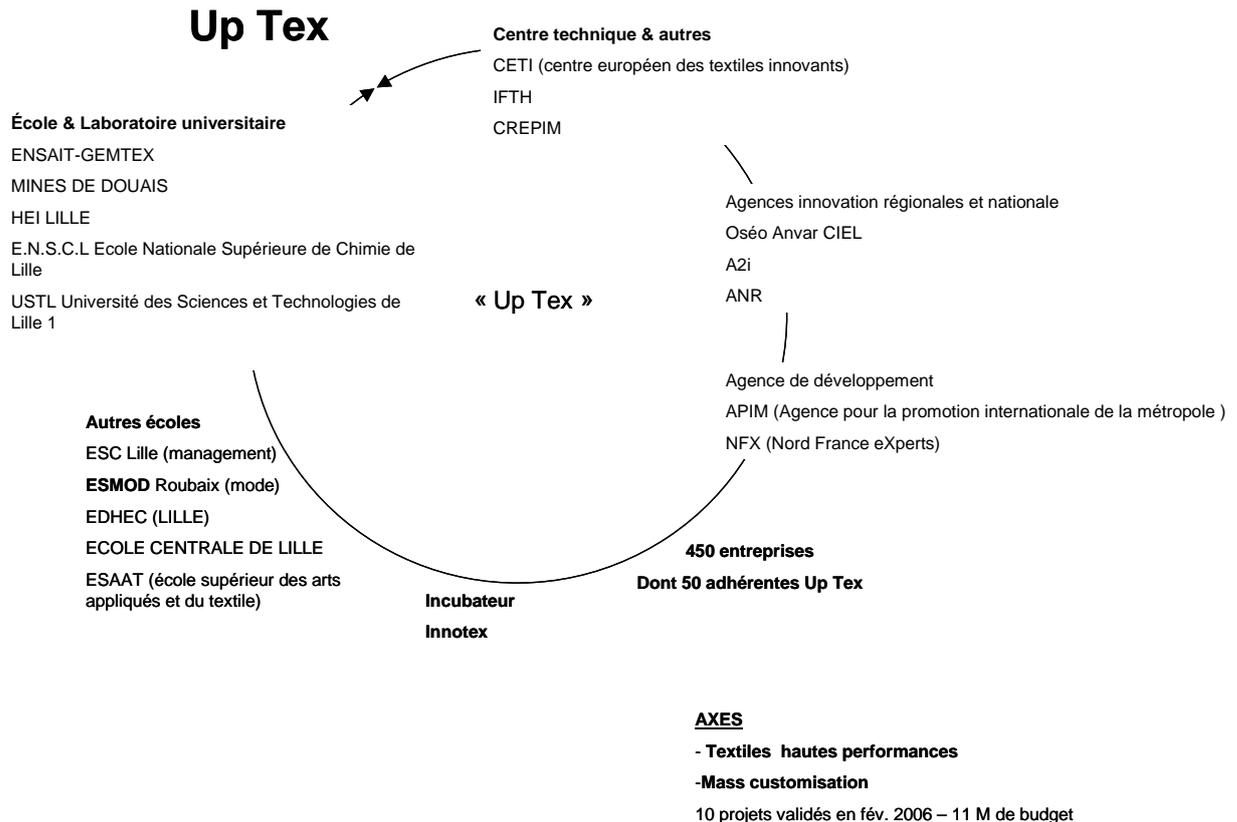
- « L'argent public revient toujours aux mêmes ; à quoi ça va me servir ? ; les cotisations sont trop élevées ; mon entreprise est trop petite ; je n'ai pas de cellule de R&D... »
- « Encore un nouveau dispositif qui va favoriser les grands groupes et diluer les aides... »
- « Je ne dévoilerai pas mon projet devant une commission scientifique sans contrat de confidentialité extrêmement précis... »
- « confusion entre l'action du pôle et la démarche syndicale »
- « ségrégation géographique ou d'hégémonie lyonnaise... »



Dispositif Up-tex

Up-tex se projette à horizon 2010 selon 2 axes de développement :

- les produits textiles techniques, c'est-à-dire offrant des caractéristiques ou des fonctionnalités nouvelles pour lesquels quelque 200 entreprises de la région assurent déjà près de 20 % de la production française. (8 projets, 10 Million d'euros, validés en février 2006),
- la mass customisation : une production personnalisée réalisée dans des délais courts dans le cadre d'une gestion optimisée, un projet en partenariat avec l'IFM. Cela s'appuie sur une étude de l'IFM qui montre que 40 % des vêtements sont vendus en solde, 70 % des consommateurs estiment que la mode est la même partout et 35 % d'entre eux affirment rencontrer des difficultés à trouver leur taille. Un marché de la personnalisation existe donc.



Budget

- 76 millions d'euros de projet sur 5 ans (44% d'apports privés). - 141 millions d'euros pour des équipements et aménagements (zone de l'Union et centre européen des textiles innovants).

Retombées économiques envisagées:

- Un triplement du chiffre d'affaires régional, soit plus de 2 milliards d'euros.
- La création de 7.500 emplois.

Contexte et principaux acteurs :

Le Nord-Pas de-Calais est la première région textile de France. Avec plus de 34.000 salariés directs, l'industrie textile est le deuxième employeur de la région.

Porteur du projet : L'Union des industries textiles du Nord

Entreprises : Ce pôle de compétitivité Up-Tex regroupe les entreprises du textile technique et celles de la dentelle à Caudry et Calais, soit 150 entreprises et 9.000 emplois.

Unités de recherche : 750 chercheurs sur les thématiques textiles.

Vers une union des pôles

Les pôles ont vendu leurs projets sur un positionnement particulier (textiles haute-performance, technique, fibres naturelles). Dans les faits, chacun se penche sur l'ensemble des opportunités d'innovation et un rapprochement se fait jour. La Région-Nord s'entend comme trans-frontalière et développe des projets pan-européens avec la Belgique.

Projets Eureka

Les projets Européens Eureka constituent également des opportunités en termes de partenariats.

1.6-3) Le développement durable

Les entreprises textiles et habillement peuvent s'engager et mettre en avant leur responsabilité sociale et environnementale. Nous pouvons citer l'exemple d'Armolux, qui a décidé de s'engager dans le développement durable. La société est l'une des premières à miser sur le commerce équitable du coton et en a acheté une première cargaison de 50 tonnes à de petits planteurs du Mali labellisée par l'association Max Havelaar. D'autres sociétés françaises : Hydra, Kindy, La Redoute, Hacot Colombier, Celio, Eider) L'UIT soutient l'innovation dans les produits, les process et le marketing.

1.6-4) Le financement

L'UIT est en train de mettre en place des outils de financement adaptés au secteur composite des petites entreprises TH en partenariat avec Oséo.

1.6-5) La propriété intellectuelle

Des actions sont aussi menées au niveau de la propriété intellectuelle. (cf. supra)

1.7- La place de la France en Chine

1.7-1) Le marché chinois

Le marché de l'habillement est dominé par les marques locales. A l'ouverture du marché en 1983, 100 000 dépôts de marque étaient enregistrés contre 1,5 million en 2002. Les entreprises étrangères représentent 19% et 42% du nombre des entreprises du secteur textile et habillement respectivement. Au niveau de la valeur ajoutée, les pourcentages montent respectivement à 22% et 46%, ce qui montre la plus forte rentabilité des entreprises étrangères et leur place non négligeable dans le marché chinois.

Le pouvoir d'achat est en augmentation régulière et soutenue en liaison avec la forte croissance économique. Celle-ci a contribué à tripler le revenu annuel moyen par tête depuis le début des années 1990. Il s'établit en 2003 à 1090 USD. Cependant, le PIB à parité du pouvoir d'achat se situe à environ 6000 Md USD, soit la 2e place mondiale après les Etats-Unis. Ces chiffres sont à pondérer car la population chinoise est très hétérogène : différence de niveau de vie entre la population côtière, urbaine de l'est et la population rurale, agricole de l'ouest, disparités entre les villes et la campagne (61% de la population vit encore à la campagne en 2002 et dispose d'un revenu disponible annuel par tête trois fois moins important que celui des citadins). (Source: China Statistical Yearbooks)

Au niveau de la population, la Chine compte déjà 200 millions de personnes intégrées à l'économie de marché et susceptibles d'acheter des produits occidentaux. Trois groupes se distinguent :

- les très riches estimés entre 5 et 10 millions (0,6% de la population totale) dont le pouvoir d'achat est comparable aux tranches de revenu les plus élevées dans les pays occidentaux et qui sont courtisés par les marques de luxe,
- les consommateurs haut de gamme entre 30 et 40 millions (3% de la population totale) qui sont la cible des marques étrangères de milieu de gamme,
- la nouvelle classe moyenne estimée à 150 millions (12% de la population totale) qui sont plus concernés par les biens de consommation de masse. (Source : rapport IFM, Septembre 2004)

Le développement rapide de la Chine grâce aux réformes économiques conduit à une augmentation exponentielle du nombre de consommateurs potentiels pour les marques étrangères. Dans le secteur du luxe, d'ici 2011, les dépenses effectuées par les chinois devraient dépassées celles des japonais. Ils représenteront un quart des ventes mondiales contre 11% aujourd'hui. (Source : Le Figaro, 26/09/2005, Article 'Les chinois seront les premiers clients du luxe en 2011')

L'amélioration du niveau de vie des chinois se traduit mécaniquement par la hausse des dépenses d'habillement qui s'établissent à 72 euros dans les villes et 13 euros dans les campagnes, soit 8,5% du budget moyen des ménages en 2001. Ces chiffres sont à comparer aux 439 euros de dépenses moyennes des français en habillement. Le marché total de l'habillement représente 45 Md d'euros en 2001, soit un marché 6 fois plus petit que le marché européen, 8 fois inférieur au marché américain et 3 fois moins important que le marché japonais. Un potentiel énorme existe donc et cela d'autant plus que la croissance du marché est soutenue avec une hausse de 8,5% entre 1995 et 2001, soit une croissance deux fois plus forte que celle dans l'Union européenne ou aux Etats-Unis. (Source IFM)

1.7-2) Pénétration du marché

Les détaillants ont été autorisés à entrer sur le marché à travers des licences ou des franchises seulement à partir de 1992. Les premiers entrants européens furent essentiellement des italiens (Stefanel en juin 1992, Benetton en 1994). De plus, les designers italiens ont investi significativement sur le marché chinois. Zegna

est à la tête de 45 magasins, Benetton compte 41 boutiques, Prada s'appuie sur 22 magasins devant Salvatore Ferragamo (18 boutiques) et Versace (16 boutiques).

L'effet positif de l'arrivée précoce et massive des Italiens se retrouve dans les chiffres sur la répartition des marques étrangères. En 2002, les Italiens se classaient premier avec 28% devant Hong Kong, les US et la France (11% du total) pour les marques masculines et sixième pour les marques féminines avec 7% après la France (5e avec 6% des marques). Le poids des Italiens est d'autant plus fort que les marques étrangères dominent essentiellement le marché du luxe et que les hommes représentent près de 90% des dépenses dans ce secteur en 1999.

Schéma 5 : Répartition des marques étrangères sur le marché chinois

	Vêtements femmes	Vêtements hommes	Sous-vêtements
Hongkong	33	23	23
Taiwan	18		32
Corée du Sud		8	
Japon	10	4	
<hr/>			
Etats-Unis	11	12	14
France	8	11	
Italie	7	28	
Autres	14	18	

La France rencontre quelques succès, mais a une approche inadaptée au marché chinois à la différence des italiens et des allemands. Les italiens ont des capacités commerciales plus développées et sont soudés. Leurs grandes marques sont plus présentes.

Ils ont développé une connaissance des réseaux et des agents excellente en quelques décennies (savoir concret, pratique). Ils sont plus agiles que les français. Il existe un lobby « made in Italy ».

Les entreprises sont moins individualistes.

A titre d'exemple, le déploiement italien sur le salon Intertextiles comportait un pavillon collectif de 300 m², extrêmement vivant... Lorsque les français avaient 60 m², les entreprises se partageant des box isolés.

Les français n'ont pas confiance eux. Une vraie différence culturelle existe : les français ne pensent pas de la même façon, sont moins pragmatiques. Ils vont essayer d'acquérir des connaissances du marché pour les instrumentaliser, quand les italiens vont vendre. Les allemands avancent méthodiquement de façon groupée.

1.7.3) Les initiatives de la Profession pour combler le retard français en Chine

Les fédérations professionnelles

La Fédération de la maille a mis en place des missions et des formations-actions pour mieux appréhender la (nouvelle) réalité chinoise. Par exemple, elle a monté un voyage de prospection commerciale dans les principales métropoles chinoises (Pékin et Shanghai) en novembre 2004 et dans le Jiangsu et Zhejiang en décembre 2004. Elle a proposé de nombreuses formations dont :

- Crise des Quotas chinois : à quoi s'attendre? - le 15 Novembre 2005, 1er Janvier 2005,
- Fin des Quotas Textiles - Décembre 2004,
- Mission de prospection en Chine – novembre 2004,
- La Distribution de l'Habillement en Chine, Enjeux et Opportunités, sept. 2004).

En 2005, l'UIT à l'invitation de la région Nord a organisé des visites de sites chinois et conférences, avec Mazars Conseil.

L'UIT a conclu un accord de coopération avec la CNGA (China National Garment Association, Association nationale chinoise du vêtement), équivalent à celui qu'a obtenu le Gesamt (fédération allemande). Mais rien n'a été fait depuis sur cet accord, car les chinois ne sont pas demandeurs.

Créée en 1991, la CNGA se positionne comme l'interlocuteur du gouvernement chinois (plusieurs anciens ministères sont en fait regroupés en son sein) et celui des entreprises de tous les secteurs de l'habillement. Elle dispose d'un pouvoir important.

Intelligence économique

Il faudrait comprendre la Chine de l'intérieur, jusque dans ses provinces. Mais le T-H n'a pas assez de moyens. L'UIT a plaidé pour la mise en place d'un Observatoire européen de la Mondialisation, avec un focus important sur la Chine, pour doter l'Europe de capacités d'anticipation, mais cela n'a pas été entériné.

L'UIT a donc conclu une coopération forcée avec les allemands : ceux-ci ont mis en place un observatoire du marché chinois en Chine, ce que n'a pu faire l'UIT faute de moyens.

En revanche, l'IFTH a créé une antenne à Shanghai.

L'UIT existe au niveau européen par le biais d'Euratex, et intervient sur les sujets internationaux. Les trois personnes responsables de l'International à la l'UIT sont en contact permanents, voire quotidiens, avec Euratex, font des notes, des propositions d'amendements.

Fédération française de la Couture, du prêt à porter des couturiers et des créateurs de mode

En 2001, la fédération française a signé un accord avec la CNGA et un comité de réflexion, se réunissant deux fois par an, s'est mis en place. Des participations croisées à des salons (Chic de Pékin, salon PAP parisien) sont organisées.

Les parties prenantes sont les suivantes :

Français	Chinois
LVMH (Kenzo)	Hempel (leader du PAP féminin)
Richemont (Chloé)	Famory (brodeur, dentellier)
Sonia Rykiel	Sept wolves
Clarins (Thierry Mugler)	Baoxiniao
	Hongdou

Cet accord lie des entreprises des segments haut de gamme & créateurs avec des acteurs chinois.

Les objectifs affichés par les français sont :

- le maintien en France de la production des premières lignes, très haut de gamme, le savoir-faire, la mise au point, le contrôle de la distribution dans le monde.
- la pénétration du marché chinois, la compréhension de ce marché, la prise de contacts clés pour se développer
- les gains de temps pour pénétrer le marché chinois,
- la délocalisation des lignes complémentaires. Kenzo envisage ainsi de produire une ligne masculine ou des accessoires sur place,
- la création des bons points d'entrée (« La Chine est un grand pays et les points d'entrée ne sont pas si nombreux »).

Les attentes et arguments des chinois incluent :

- la formation des experts en haute couture et prêt à porter haut de gammes,
- la suppression des intermédiaires (les puissants traders de Hong Kong) et donc la réduction des coûts,
- l'adaptation des produits français aux attentes des chinois/chinoises par le transfert de savoir-faire,
- la mise à disposition des connaissances sur le marché et des stylistes susceptibles d'adapter les produits.

« Il faut fabriquer en Chine pour vendre en Chine. C'est ce que font avec succès les constructeurs automobiles, qui adaptent également leur design ». Cet esprit de réciprocité est très recherché et apprécié par les chinois...Mais cela peut comporter de nombreux risques :

- Production locale signifie produit moins cher, donc de moins bonne qualité parfois et donc l'image de marque est dévalorisée,
- Production locale est également synonyme de transfert de savoir faire et cela conduit à créer ses propres concurrents.

La mise en place de cet accord est –elle un échange de bons procédés ? Les deux parties en tirent-elles un bénéfice équivalent (d'un côté, l'accès au marché chinois et de l'autre le savoir faire français) ? Les produits européens ont-ils besoin d'être « localisés » ? Autant de questions qui sont pour l'instant sans réponse objectives.

1.7.4) Quelques succès de marques

Les marques de Luxe

Dans le domaine du luxe, les marques françaises sont présentes avec 46 maisons début 2004, tel que Dior, Chanel, Yves Saint-Laurent, Nina Ricci, Lalique, Vuitton, Lacoste, Baccarat, Ligne Roset, Hermès, Kenzo (12 magasins), Givenchy, Jean-Paul Gauthier, Sonia Rykiel. Ainsi environ 5% du chiffre d'affaires des marques de luxe françaises est réalisé en Chine en 2003, en hausse de 9% par an depuis 1997. D'ici 2020, la Chine devrait représenter le deuxième marché du Luxe. Il est intéressant de noter que, pour imposer des marques au niveau de Dior, les sociétés françaises sont souvent amenées à établir des joint-ventures avec des sociétés chinoises.

Les marques de prêt à porter : quelques exemples de réussite

Montagut

Implantée à Hong Kong dans les années 1970, cette société a commencé à se faire connaître en Chine continentale dès 1985, alors qu'elle n'avait pas encore le droit d'y vendre ses produits. La marque MONTAGUT est installée dans 24 des 31 provinces chinoises, possède deux magasins à Shanghai et un à

Pékin, et vend 80% de sa production en Chine. Sur les 750.000 polos fabriqués chaque année en Ardèche, 650.000 sont exportés en Asie au prix de détail d'environ 168 euros.

Le PDG de l'entreprise, Pierre Gros (Radio France, 11/01/05)

"Un polo Montagut est un article de luxe qui se vend à 160 euros environ, au prix de détail. Nos clients privilégiés sont les gens qui ont une aisance financière, qui ont un petit peu réussi dans la vie. Ce sont aussi des gens qui veulent faire un beau cadeau à quelqu'un. Parce que tout le monde sait que c'est un produit qui vient de France, de très grande qualité et qui coûte cher. Montagut c'est synonyme de réussite sociale.

Suivant l'exemple de Pierre Cardin, nous avons décidé de faire de la publicité en Chine en faisant des défilés, des panneaux publicitaires, des affiches. Et à l'époque on ne vendait rien. Mais nous avons constaté que ces actions avaient beaucoup développé les ventes à Hong-Kong: nos polos Montagut étaient des cadeaux que les Chinois de l'intérieur réclamaient de plus en plus. Et lorsque la Chine s'est ouverte, les ventes ont explosé parce que c'était la seule marque occidentale qu'ils connaissaient."

Etam

En moins de 10 ans, Etam est devenue l'une des griffes étrangères les plus connues et les plus importantes de Chine. Tous ses articles sont produits sur place et distribués en grands magasins. La société a ouvert sa première boutique en 1995. En 1998, elle lancé Etam Week-End, puis Etam Sport. Le groupe possédait 1686 magasins en 2004 avec un CA de 105 millions d'euros après 10 ans de présence. Etam se développe en Chine grâce à une JV avec un partenaire chinois, JV qu'elle possède à 60%. La marque Morgan est elle aussi installée et a un positionnement « qualité & mode », qui lui permet de pratiquer des prix deux fois plus élevés qu'en France !

2- La Chine

2.1- Un secteur clé

Le secteur textile-habillement conserve un rôle majeur dans la satisfaction des besoins intérieurs et surtout pour la génération des gains en devises par les exportations et donc l'accumulation du capital nécessaire au développement. Les exportations de ce secteur comptent pour 17,8% du total et pour 135% de l'accroissement net des devises chinoises en 2002. Le rôle imparti à l'industrie du textile/habillement : croître, exporter, habiller la population et créer massivement des emplois, ferment de la stabilité politique de la Chine. En effet, la Chine a quelques 270 millions de chômeurs, et il lui faut créer 12 à 15 millions d'emplois pour suivre la croissance de la population.

2.3-La politique internationale

2.1-1) Le respect des règles de l'OMC

La Chine a parfaitement respecté les décisions de l'OMC sur l'ouverture de son réseau de distribution, l'abaissement de ses tarifs douaniers. On ne peut l'attaquer là-dessus. Elle a en revanche instauré de nouveaux obstacles non tarifaires, notamment un code sur la toxicité avec des seuils de tolérance différents pour les européens et les américains. Une charte de bonne conduite a été mise en place pour les entreprises exportant (logements pour les salariés, assurance maladie, formation), qui est néanmoins non applicable pour les entreprises qui produisent pour le marché intérieur. La Chine a en revanche instauré de nouveaux obstacles non tarifaires, notamment un code sur la toxicité avec des seuils de tolérance différents des européens et américains...

2.1-2) Le dumping

La Chine et sa politique du 'Dumping'

Le dumping est une vente en dessous du prix de revient. « Un produit est considéré comme faisant l'objet d'un dumping lorsque son prix à l'exportation vers la Communauté est inférieur au prix comparable, pratiqué au cours d'opérations commerciales normales, pour le produit similaire dans le pays exportateur (article 1.2). Au regard de la réglementation, la procédure anti-dumping repose sur 3 éléments :

- existence de dumping
- existence d'un préjudice ou menace de préjudice
- lien de causalité entre dumping et préjudice (article 5.2).

Le pays attaquant doit faire la preuve que le pays vend à perte : la seule étude du marché ne constitue nullement une preuve suffisante. La présomption de pratiques de dumping devra alors être étayée par des preuves matérielles des prix pratiqués par le ou les exportateurs (par exemple : coût du produit fini inférieur aux coûts des matières premières).

En effet, d'autres causes peuvent justifier la différence de prix : avec la fin des quotas est arrivée la fin des activités de transit, par Hong Kong, Macao ou Taiwan, qui servaient à contourner des quotas pratiqués par la Chine : ainsi la réduction des intermédiaires peut justifier la baisse des prix.

Les entreprises publiques représentent encore une proportion non négligeable des entreprises du textile. Un ouvrier sur deux du textile travaillent dans une entreprise publique, 40% des entreprises publiques étaient déficitaires en 2001, et les pertes moyennes équivalaient à 2,2 de la production des entreprises publiques. Ainsi les fournisseurs occidentaux soupçonnent-ils les entreprises publiques de produire à perte, et donc de ne pas respecter les accords de l'OMC.

Cependant, il n'existe pas de rapport global sur la pratique chinoise du dumping, c'est une gestion au cas par cas. En juin 2005, l'UIT a constitué un dossier avec pour base le témoignage de divers industriels, au moment même de l'accord de Shanghai, afin d'étayer une certaine pression auprès de Mandelson.

2.2- Les mesures nationales

2.2-1) La Chine restructure le secteur textile et en organise le tissu industriel (1997-2000)

L'industrie T-H était déficitaire sur la période 1993-1998, et l'Etat engage un plan de restructuration globale des entreprises publiques en 1997, en prenant l'industrie textile comme pilote de la réforme.

Les mesures, drastiques, ont été les suivantes :

- modernisation et restructuration de l'outil de production (rationalisation des capacités)
- réduction des emplois excédentaires,
- augmentation de la rentabilité économique,
- refonte technique et optimisation de la structure des produits,
- amélioration du financement (Introduction de la capitalisation par actions et encouragements des entreprises à entrer en bourse),
- aide à l'exportation (remboursement des taxes aux exportations).

Le financement est lié à une coordination entre les départements du travail, de la gestion foncière, de la Banque, de la finance et du commerce extérieur. Une série de politiques préférentielles a été mise en place (prêts bonifiés, annulation de créances, réinsertion des employés, subventions pour réduire la capacité en broches arriérées, incitations à l'exportation, réserves allouées pour annuler les mauvaises dettes...).

Les résultats sont à la hauteur de l'engagement politique :

- En 1997, il y avait environ 42 millions de broches, dont environ 13 millions étaient arriérées et 10 millions appartenaient à des entreprises publiques. Grâce aux mesures étatiques (subventions 3 millions de Yuans et prêt bonifié de 2 millions de Yuans pour 10000 broches retirées), entre 1997 et 2000, 10 millions de broches ont été détruites.

- La capacité de production a été réduite de 22% entre 1996 et 1999.
- Entre 1997 et 2000, 1,2 millions de personnes ont été licenciées, notamment dans l'industrie du coton.
- Le rapport vente/production s'est rapproché de 100, ce qui reflète le caractère vendable de la production, le rapprochement entre l'offre et la demande.

Par ailleurs, les autorités affichent clairement leur volonté de différenciation et de complémentarité entre la côte et l'intérieur du territoire. L'objectif est de jouer sur leurs avantages respectifs, tout en renforçant les synergies pour opérer un redéploiement spatial des activités T-H (déclaration du directeur du State Textile Industry Bureau)

- les entreprises situées sur les côtes doivent se concentrer sur la production de marques et produits voués à l'exportation, et la réponse aux donneurs d'ordre étrangers,
- celles situées à l'intérieur : sur les ventes locales et les biens ethniques.

Les deux zones doivent collaborer.

2.2-2) Modernisation

Après la restructuration du secteur, notamment dans la branche coton, le bureau d'Etat de l'industrie du textile s'est fixé des objectifs de modernisation de l'industrie pour 2005. Le China National Textile Industry Council indique que l'industrie doit s'engager dans une réforme technique accélérée et une restructuration stratégique des entreprises.

Les objectifs fixés sont les suivants :

- à court terme :

- 1,4 MM de m de textile, 3 M de m de tissus pour se substituer aux importations ou renforcer les exportations, priorité est donnée à l'élaboration de nouvelles fibres chimiques ou processus technologiques.
- Actions similaires sur la filière laine et soie, en ce qui concerne la réduction des équipements (300 000 broches de laine, et 1 million de bobinoirs à écheveaux).

- d'ici à 2010 :

- Production textile : croissance en valeur + 6,5% / 132 MM\$ en 2010,
- Exportations : 70 MM en 2005 et 100 MM en 2010,
- Optimisation stratégique : augmentation du mix d'exportation, vers plus de valeur ajoutée et répartition 50%, 30%, 20% entre les vêtements, la maison et le textile industriel.

Pour tenir ces objectifs, la Chine se doit d'ajuster son industrie et table sur une progression technologique. Cela passe par exemple par l'utilisation de métiers à tisser plus performants, l'incitation à investir pour être à même de produire les tissus entrant dans la fabrication de vêtements réexportés en substitution des importations actuelles. Ces ambitions se fondent sur la poursuite des restructurations et la constitution de

conglomérats textiles à partir de la réorganisation du capital. Les entreprises d'Etat « irrécupérables » seront éliminées ; les petites et moyennes entreprises devront coopérer avec les entreprises privées et étrangères à travers les transferts et prises de participation. La réorganisation spatiale doit aussi s'accroître.

2.2-3) La Chine et sa politique monétaire

Le yuan était relié au dollar par un ancrage fixe non modifié depuis 1994. Ainsi la dépréciation du dollar a-t-elle entraînée une dépréciation mécanique du yuan et favorise une meilleure compétitivité des entreprises chinoises à l'exportation.

Cet ancrage est dénoncé par les Etats-Unis et l'Europe, qui demandent à la Chine de réévaluer sa monnaie. Depuis juillet 2005, le yuan est flottant mais ses variations sont fortement limitées par le gouvernement chinois.

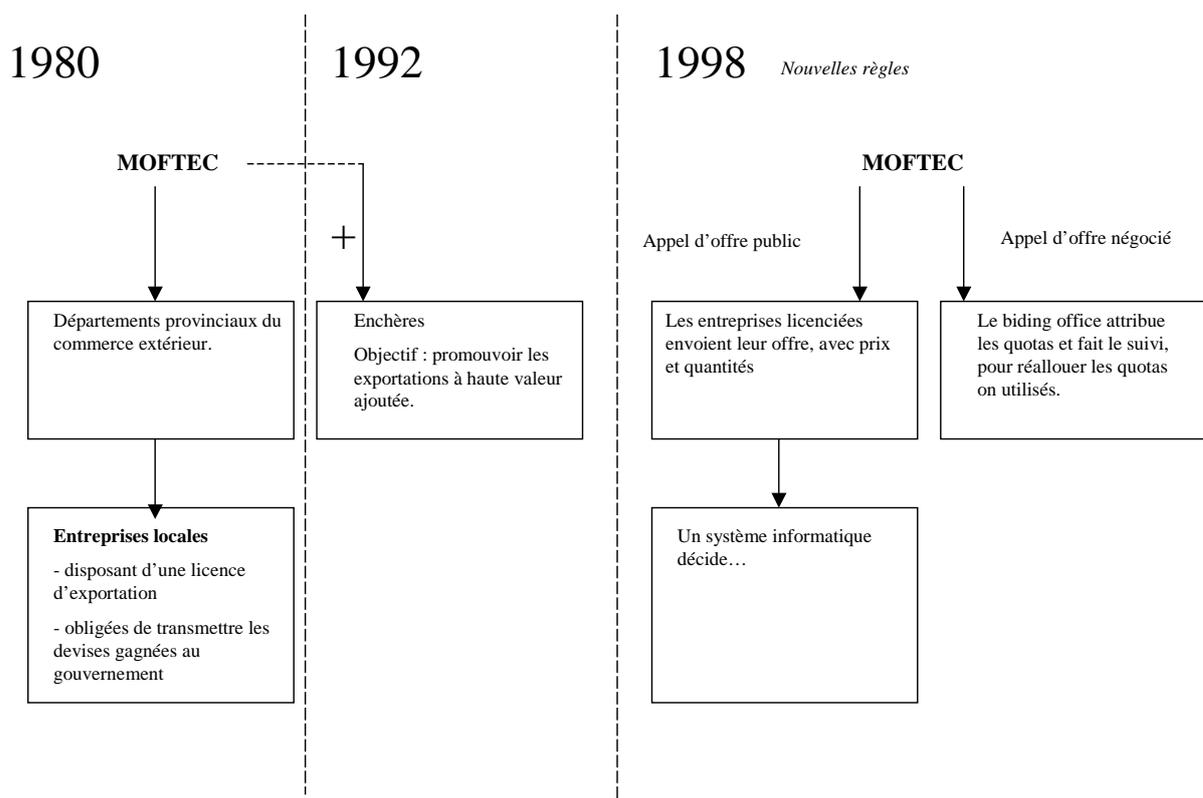
2.2-4) Le système d'attribution des quotas à l'exportation

Contrairement à de nombreux pays, les quotas ne sont pas alloués en Chine de manière directe aux entreprises désireuses d'exporter, en effet la plupart des entreprises n'ont pas le droit de s'engager directement dans le commerce international. Le système des quotas est géré par le MOFTEC (Ministère Chinois du commerce extérieur et de la coopération économique).

Schéma de fonctionnement

Ce système tend à favoriser les grandes entreprises et les entreprises d'Etats, notamment côtières. Une grande partie des quotas est allouée à la China Textile Import and Export Corporation et à ses représentations provinciales.

Les entreprises étrangères et les joint-ventures n'ont reçu l'autorisation d'exporter qu'en 1996 et de façon limitée.



2.2-5) L'augmentation de la réactivité

L'Etat chinois favorise le développement d'une filière complète permettant de répondre aux donneurs d'ordre occidentaux qui privilégient de plus en plus les solutions globales (matières premières, étoffes et confection). A défaut de proximité comme peut s'en prévaloir la zone Euromed.

2.2-6) Le développement de la créativité

La Chine favorise la formation de ces étudiants hors Asie et noue des partenariats avec des entreprises occidentales pour développer sa créativité et notoriété de demain, par des voies officielles (cf. supra), mais les initiatives individuelles se font aussi jour.

Sonia Rykiel a ainsi organisé un concours cette année dans les écoles de style de Shanghai. La gagnante se voit allouer une bourse de Sonia Rykiel, pour suivre un stage chez la créatrice et parallèlement des cours à l'école des arts appliqués Duperré, avec l'appui de l'Université de Marne la Vallée, pour une licence professionnelle en design de mode. Sonia Rykiel justifie cette mesure : « Nos moyens sont ceux d'une entreprise indépendante, mais nous pouvons semer des graines pour le futur, dans un esprit de réciprocité, très recherché et apprécié en Chine ».

De plus, l'Ecole de la Chambre syndicale de la Couture parisienne assure des formations sur toute la chaîne de valeur de l'industrie TH en Chine : stylisme > modélisme > merchandising > gestion & marketing.

Suite à une rencontre du CNGA avec la Fédération française de la couture, un nouveau MBA intitulé « Advanced management program in fashion & luxury » a été créé au sein de l'université de Tsing Hua en collaboration avec HEC et l'IFM.

2.2-7) Une expansion massive des capacités de production

A partir de 2003, la Chine a investi massivement dans les équipements textiles, notamment en filature traditionnelle type coton en prévision de la fin des quotas et dans une moindre mesure dans la filature traditionnelle type laine. En 2004, la Chine concentre à elle seule 74% des installations de métiers à tissu neufs sans navette d'un montant équivalent à 20 fois les investissements du second grand investisseur, la Turquie. Elle a investi de 1993 à 2004 10 fois plus que les 4 plus gros investisseurs mondiaux sur la période (Taiwan, Italie, Turquie et Corée).

Du côté des filières tee-shirts et pull-overs, la Chine domine également les investissements.

En 2004, ses investissements sur les filatures de fibres courtes type coton (pour fabriquer les tee shirt) représentent 55% des investissements mondiaux. Pour les métiers à tisser (pour les pulls), le pourcentage pour la Chine atteint 74%. Cela explique par exemple que la Chine a pu sextupler ses exportations de pull vers l'UE entre janvier et juin 2005.

2.2-8) Récente communication

Une récente circulaire gouvernementale, citée en juin 2006 par l'agence officielle Chine Nouvelle, confirme les axes de modernisation, restructuration géographique et montée en gamme :

- Actuellement, les entreprises du secteur ne consacrent que 0,3 % de leurs revenus aux activités de recherche et développement, et importent la plupart de leurs équipements sophistiqués, constate le texte publié par le principal organe de planification économique, la Commission nationale pour le développement et la réforme (CNRD), et neuf autres départements du gouvernement chinois.

Selon la circulaire, le gouvernement apportera son **soutien financier** aux grandes entreprises, qui utiliseront des équipements et des technologies avancées et devront créer des marques internationales.

- Les organismes gouvernementaux appellent également à une **délocalisation** des activités à l'intérieur même de la Chine.

Ils recommandent aux entreprises situées dans les régions côtières les plus développées de se développer sur les produits à plus haute valeur ajoutée, en se concentrant sur les marques, le marketing et la recherche et développement, tout en laissant aux régions les plus pauvres du centre et de l'ouest la partie nécessitant le plus de main d'œuvre.

Le texte appelle également à l'utilisation de **matières premières** alternatives comme le lin ou le bambou pour pallier la pénurie de coton et de fibres synthétiques, ainsi qu'à développer une production moins consommatrice d'eau et d'énergie.

Selon la circulaire, en 2010, la consommation d'eau par tonne de fibre produite devra être réduite de 20 %, tout comme la quantité de fibre utilisée pour chaque dollar de matériel, indique Chine Nouvelle.

Conclusion

Si la crise avec la Chine a eu des effets dévastateurs sur le secteur textile habillement français, il reste à la France des avantages concurrentiels certains avec des entreprises performantes qui créent des emplois dans le textile. Celles-ci sont spécialisées dans des produits à haute technicité, tels que les tissus infroissables, les fibres anti-froid, mais également des textiles destinés à d'autres secteurs d'activité tels que l'automobile, le paramédical ...

Tokia Saïfi, député européenne lilloise et auteur d'un rapport sur 'l'avenir du textile en Europe' 'résume bien les vraies questions : « On ne peut pas lutter contre l'invasion des produits chinois à très bas prix mais nos entreprises peuvent s'adapter en pariant sur l'innovation et la créativité de ses propres produits. C'est vraiment la seule réponse à apporter face à une concurrence aussi déloyale. La grande distribution a aussi un rôle à jouer car c'est elle qui achète à bas prix ... Quant au consommateur, doit-il acheter éthiquement pour permettre aux Chinois de mieux vivre ou doit-il faire attention pour sauvegarder nos emplois en France ? »

On ne peut se fermer aux échanges avec la Chine mais le véritable enjeu est l'équilibre à trouver. Il faut à la fois trouver une stratégie commerciale dynamique sur le marché chinois tout en préservant notre avance technologique et ne pas céder sans réserve aux pressions du transfert technologique. De plus l'Europe doit

arriver à mettre en place une politique commune pour déployer une véritable attitude de puissance économique et politique à opposer à la Chine.

Annexe

Entretiens

Emmanuelle Butaud – UIT – Responsable des Affaires Economiques et Internationales

Florence Brunon, Renault, Directrice des Achats

Sources

Site ministère industrie	http://www.industrie.gouv.fr/enjeux/textilquota.html http://www.industrie.gouv.fr/enjeux/textilghn.html
IFM-CTCOE (Institut de formation et observatoire)	http://www.ifm-paris.org/asp/fr2/econ_obse_4_1_lettreconj.asp http://www.ifm-paris.org/asp/fr2/econ_obse_4_1_distribilan.asp http://www.ifm-paris.org/asp/fr2/econ_obse_4_1_pointpays.asp
UIT (Fédération textile)	http://www.textile.fr:81/uitfr/UIT_RA_2005.pdf
Plate-forme Maille 3D et Tricotage intégral Versus Champagne-Ardenne	http://www.champagne-ardenne-tech.fr/-spip/article.php3?id_article=337 http://www.textile-technique.com/ http://www.champagne-ardenne-tech.fr/-spip/article.php3?id_article=786 http://www.champagne-ardenne-tech.fr/-spip/article.php3?id_article=337
Febeltex (fédération belge)	http://www.febeltex.be/frans/actueel_detail.asp?id=228
Chine-informations.com	http://www.chine-informations.com/mods/news/nouvel-echec-des-negociations-entre-washington-et-pekkin-sur-le-textile_3759.html
Clubtex	http://www.clubtex.com

Groupements professionnels

UIT : Union des Industriels Textiles - www.textile.fr

UCMTF : Union des Constructeurs de Matériel Textile de France - info@ucmtf.com

UFIH : Union Française des Industries de l'Habillement - info@wanadoo.fr

EURATEX: The European Apparel and Textile Organisation - www.euratex.org

Centres Techniques et Instituts

IFTH : Institut Français du Textile et de l'Habillement - www.ifth.org

IFM / CTCOE : Institut Français de la Mode / Centre Textile de Conjoncture et d'Observation Economique - www.ifm-paris.org

ITECH : Institut Textile et Chimique de Lyon - www.itech.com

Ecoles Textiles et Institut de Formation

ENSAIT : Ecole Nationale Supérieure des Arts et Industries Textiles - www.ensait.fr

ENSITM : Ecole Nationale Supérieure des Industries de Mulhouse - www.ensitm.fr

ESTIT - www.estit.fr

ESIV : Ecole Supérieure des Industries du Vêtement - www.esiv.fr

ESMOD

Ecole Duperré

IFM (Institut Français de la mode)

Sources d'informations sectorielles

Les échos

L'Usine Nouvelle

International Textile Bulletin

L'Industrie Textile

Statistiques de l'UIT

Statistiques de l'UFIH

Statistiques de l'UCMTF

Statistiques du FORTHAC

Lettre du CTCOE

Filière Maille

Journal du Textile

Revue TUT

Lettre de l'IFTH « Synthèse »

Lettre de l'ENSAIT « Fil d'Ariane »

Etude Forthac sur les métiers de la logistique dans le secteur textile-habillement (Juillet 2004)

RDT info. Magazine de la recherche européenne

Fiches techniques. CRCI ARIST Champagne -Ardenne

Extraits du rapport sur les textiles techniques « World Market Forecast to 2010 » de David Rigby Associates

Sites professionnels :

www.textiliens.net

www.euratex.org

www.textile.fr

www.fedcoton-laine.com

www.la-federation.com

www.appamed.com

www.uitnord.com

www.ifm-paris.org

www.ifth.org

www.forthac.fr

www.texti.net

www.r2ith.org

Sites institutionnels :

OMC :

http://www.wto.org/french/tratop_f/texti_f/texti_f.htm

DG « Commerce » de la Commission Européenne

http://trade-info.cec.eu.int/europa/index_fr.php

DG « Commerce »- (Système Intégré de Gestion de licences)

<http://sigl.cec.eu.int/>

DG « Entreprises » de la Commission Européenne

http://europa.eu.int/comm/entreprise/index_en.htm

DG « Commerce »-Market Access Database : état des droits de douane, obstacles non-tarifaires

<http://mkaccdb.eu.int/>

Sites professionnels étrangers :

www.itmf.org

www.iwto

www.autex.org

US Office of Textiles & Apparel

<http://otexa.ita.doc.gov/>

Royaume-Uni

www.batc.co.uk

Belgique

www.febeltex.be

Allemagne

www.textil-online.de

Italie

www.sistemamodaitalia.it

www.asstex.it

www.centrocot

www.tecnotex.it

www.citer.it

Espagne

www.aitpa.es/

Maroc
www.amith.org.ma

Euroméditerranée
<http://www.euromedtextile.com>

Europe
www.acte.net
www.fashionnet.org
www.textranet.com
Sites régionaux:

Sites régionaux français

Nord
www.uit.nord.com
www.clubtex.com

Rhône Alpes
www.saint-etienne.cci.fr
www.lyon.cci.fr
www.techgrandlyon.prd.fr
www.melchior-eco.com.fr
www.mutex.asso.fr
www.monts-du-beaujolais.org

Champagne Ardenne
www.aubedev.com
www.textilechampagneardenne.com

Lorraine
www.lorhatex.asso.fr

Up-Tex (Nord-Pas de Calais)
Porteur du projet : Union des industries textiles du Nord.
Contact pôle : stephan.verin@up-tex.fr
Expert DGE : annie.calisti@industrie.gouv.fr
Interlocuteur Drire : julien.tognola@industrie.gouv.fr
www.up-tex.com

Techtera (Rhône-Alpes)
Porteur du projet : Association Techtera.
Contact pôle : techtera@laposte.net
Expert DGE : annie.calisti@industrie.gouv.fr
Interlocuteur Drire : bertrand.georjon@industrie.gouv.fr
www.techtera.org