بسم الله الرحمن الرحيم

Royaume du Maroc
Centre Marocain de Promotion des Exportations
Direction Communication

المملكة المغربية
المركز المغربي لإنعاش الصادرات
مديرية التواصل

Casablanca le : 19 Mai 2015 الدار البيضاء في:

Communiqué de presse

Salon Denim By Première Vision 2015

Des entreprises marocaines représentant la filière "Denim" prendront part au Salon international "Denim by Première Vision" qui aura lieu à Barcelone du 27 au 28 Mai 2015. MAROC EXPORT en collaboration avec l'AMITH, organisera la participation marocaine à cette 15ème édition à travers la réservation d'un espace de 368 m² représenté par 8 entreprises performantes et leaders dans le secteur du Denim, qui exposeront une offre complète, diversifiée et compétitive en matière de jean.

Ce rendez-vous des professionnels du " Denim " a rassemblé, en 2014, une centaine d'exposants d'une vingtaine de nationalités, venus présenter les dernières tendances de la mode automne-hiver 2015-2016, technologies, tissus, fibres ou accessoires aux représentants des grandes marques de jeans et de prêt-à-porter.

Lors de l'édition précédente, les entreprises participantes ont totalisé plus de 200 contacts qualifiés en deux jours, qui ont donné lieu à des commandes estimées à près de 5 Millions d'Euros.

Les constantes évolutions de tendance dans le secteur de l'habillement, le changement de plus en plus rapide des goûts des consommateurs, l'existence d'un plus grand nombre de saisons par année, et le besoin des magasins et distributeurs de délais de livraison plus courts à volume plus réduit, sont les principeaux facteurs de l'évolution d'une demande exigeante en terme de compétitivité.

Au cours des six années dernières années, de 2007 à 2013, les importations de jeans ont connu un taux de croissance exceptionnel de 5,3 % l'an pour culminer en 2013. En 2013, trois pays se détachent nettement du lot des fournisseurs de jeans de l'Union européenne : la Turquie, le Bangladesh et la Chine. Ensemble, ils alimentent les deux tiers (62 %) des importations de jeans en valeur et 69 % en nombre de pièces. De nombreux autres pays, notamment asiatiques, exportent des jeans vers l'Union européenne. Certains comme l'Inde sont sur le déclin alors que d'autres fournisseurs comme le Cambodge ou le Vietnam progressent rapidement.

Maroc Export

Centre Marocain de Promotion des Exportations
23, Rue BnouMajed El Bahar- 20000 Casablanca. Tél.: (212.522) 30.22.10/30.75.43
Fax: (212.522) 45.05.57/30.17.93, www.marocexport.ma, email: info@marocexport.ma

En espagne, parmi les principaux Fabricants, on retouvre le Groupe Inditex qui regroupe les marques (Chaînes de magasins: Zara, Pull&Bear, Bershka, Stradivarius, Massimo Dutti, Kiddy's Class, Uterque, Fiftyes) et qui compte plus de 6009 magasins. Mango qui compte 2690 magasins et réalisant un chiffre d'affaire annuel de 1691 M €.

En 2013, les 27 états-membres de l'Union européenne ont importé 494 millions de jeans en denim, représentant une valeur de 3,69 milliards d'euros, destinés à une population de 505 millions de personnes dont 430 millions de consommateurs de plus de 14 ans. Le jean est plus que jamais un vêtement incontournable pour chaque consommateur européen, quel que soit son âge ou son sexe.

Plus de 2/3 des exportations marocaines de textiles vont vers l'Espagne et la France. En 2013, le Maroc a exporté plus de 12 milliards de dirhams vers le pays ibérique et plus de 9 milliards vers l'hexagone. Les prix compétitifs des produits textiles marocains facilitent notamment leur entrée dans l'Union Européenne.

Le Maroc garde plusieurs atouts selon les professionnels, les exportations de textile marocain bénéficient d'une entrée gratuite dans l'Union européenne et aux Etats-Unis. Autre avantage, la production au Maroc peut se faire sur des délais courts allant de 2 à 6 semaines pour coller aux besoins du *fast fashion*. Les entreprises offriraient une grande flexibilité de production à des prix plus compétitifs que ceux proposés par les pays de l'Europe de l'Est, la Tunisie ou encore la Turquie.

Par ailleurs, la nouvelle stratégie gouvernementale, le PAI (Plan d'Accélération Industrielle), signée le 24 Février 2014 par le Ministre de l'Industrie, du Commerce, de l'investissement et de l'Economie Numérique, le Ministre de l'Economie et des Finances et le Président de l'AMITH a donné un contenu opérationnel au volet textile. A travers cette vision, le secteur doit faire face à de nombreux obstacles notamment :

- La fragilité des fondamentaux du secteur notamment la distribution;
- Le déséquilibre des différentes activités industrielles, en mettant l'accent sur les filières à fort potentiel, tel que le textile à usages techniques ;
- L'informel, afin de l'intégrer dans les circuits officiels de la production et la commercialisation ;

Afin d'accompagner cette vision, Maroc Export organise deux fois par an le « Denim » en Espagne et le « 1ère vision », à Paris, des actions d'appui qui visent à renforcer le secteur dans ces démarches commerciales et de prospection. A noter que le secteur du textile réalise 29 MMDH de chiffre d'affaires à l'export.

Par ailleurs, le secteur du textile, en raison de ses fragilités, souffre de la désintégration de la chaine de valeur, source principale d'attractivité du secteur, en l'occurrence :

- La fragilité des fondamentaux du secteur au niveau de son amont industriel et son aval (la distribution) ;
- Le déséquilibre des différentes activités industrielles en mettant l'accent sur les filières à fort potentiel, tel le textile à usages techniques ;
- L'informel qui agit de manière frontale pour l'intégrer dans les circuits officiels de la production et la commercialisation ;

La nouvelle stratégie gouvernementale, signée le 24 Février 2014 par le ministre de l'Industrie, du Commerce, de l'investissement et de l'Economie Numérique, le ministre de l'Economie et des Finances et le Président de l'AMITH a donné un contenu opérationnel au volet textile. Selon les professionnels du secteur, les piliers de la nouvelle stratégie touchent la sécurisation et le développement du marché local, un meilleur positionnement à l'international, l'attraction de nouveaux acteurs de compétences, le fonctionnement sous forme d'écosystème faisant favoriser l'intégration et la valeur ajoutée et le déploiement d'une offre de soutien autour de mesures structurantes alignées avec les objectifs stratégiques. Ces choix stratégiques devraient permettre l'impulsion de secteur du textile marocain pour un meilleur repositionnement national et international.