

Jeudi 15 décembre 2005
Session 4, Atelier 1: les enjeux de la normalisation dans le secteur textile

Eric DEFRENNE

Présentation du contexte et d'une expérience en France avec des PME de la filière textile.

Tout d'abord, Eric DEFRENNE a rappelé qu'il existe différentes étapes dans la confection textile et que cette production est mondialisée. L'idée est d'avoir une visibilité sur l'ensemble de la filière (dès la matière première) qui est de plus caractérisée par un mélange formel et informel afin de pouvoir agir complètement. Il est d'ailleurs fondamental de penser sur toute la filière parce que si l'on aborde le développement durable selon uniquement la phase confection, le risque est, que les coûts alors induits soient compensés alors par la phase de matière première. Sachant que le grand public est sensible au développement durable mais n'achète pas, cette expérience s'est concentrée, dans un premier temps sur les acheteurs professionnels (les achats publics et les entreprises qui sont engagées dans une démarche de développement durable) avec comme application: le vêtement professionnel ce qui représente un marché conséquent puisqu'un actif sur deux est habillé par l'entreprise.

Cette expérience se situe dans un contexte d'enjeu pour les industriels européens et du Maghreb afin d'éviter un départ de leurs clients vers l'Asie.

Depuis le 1^{er} juin, 8 entreprises, plus particulièrement des PME, ont rejoint le programme (une centaine d'ici 2006). L'idée est de les accompagner dans une démarche de progrès continu. Le programme fibre citoyenne se développe dans différents pays afin d'intégrer les parties intéressées locales. Au départ c'était une initiative marocaine qui se met en place en Tunisie, prochainement au Sénégal...

Mohammed TAZI

Association Marocaine des Industries Textiles et Habillement, AMITH

L'AMITH est l'association des industries textile et de l'habillement depuis ½ siècle. L'industrie du textile est très importante au Maroc puisqu'elle représente 1/3 des export, 3% du PIB et plus de 40% des emplois du secteur industriel soit 250000 personnes dans secteur industriel et 700000 au total.

Mr TAZI rappelle que l'entreprise est avant tout un lieu de production et que l'engagement en matière de développement durable est un choix.

Ce secteur industriel est caractérisé par la pression que subissent les entreprises entre l'exigence des donneurs d'ordre (en terme social et environnemental) et les prix. Et cela d'autant plus important que le démantèlement des quotas est effectif depuis le 1^{er} janvier 2005 du fait de la fin des accords multifibres, AMF, programmée dès 1994. Trois contraintes majeures s'imposent donc à ce secteur industriel:

- Une forte concurrence, avec une grande pénétration des produits asiatiques

- La conséquence directe de cet état de fait avec le nivellement vers le bas de pratiques sociales et environnementales pour rentrer dans les prix exigés par les donneurs d'ordre
- Le changement des pratiques d'approvisionnement des clients qui favorisent aujourd'hui les grands imports

Les impacts, un an après la fin des AMF au Maroc sont les suivants:

Une baisse cumulée de 9% à fin octobre, ce qui constitue un résultat assez satisfaisant compte-tenu du contexte et par rapport aux prévisions et finalement une baisse prévue 2005 entre 5 et 7%. De plus, les pertes d'effectifs sont moins graves que prévues. Cela tient notamment dans 4 facteurs clefs proposés par l'AMITH:

- La synergie – alliance entre acteurs (échelle régionale)
- La compétence
- La recherche et la créativité
- Le marketing à l'international

Quatre axes stratégiques viennent à l'appui de ces facteurs:

- Une stratégie marché: diversifier les produits et les débouchés, se positionner sur le marché européen des marques et réaliser des accords de libre échange pour avoir accès aux marchés de l'UE et des USA
- Une stratégie produit: se positionner sur des niches, et développer la créativité et la mode
- Une stratégie de service: optimiser l'atout de proximité pour compresser les délais, assurer une offre globale, développer des plate-formes d'approvisionnement et d'export et développer des approches commerciales basées sur les réseaux d'entreprise
- Une stratégie industrielle: passer de la sous-traitance à co-traitance et au négoce, réaliser une intégration ciblée, se mettre en conformité dans les domaines sociaux et environnementaux

Très concrètement, l'AMITH a développé une charte des valeurs et d'excellence adoptée en 2004, a mise en place d'une distinction "fibre citoyenne", et favorise la mise en conformité aux normes environnementales, tout en assurant la promotion des principes et des valeurs d'éthique commerciale avec processus de traçabilité des produits

Mr TAZI a conclu sur le **facteur de compétitivité hors-prix que peut constituer une démarche de développement durable pour les entreprises de cette industrie.**

Ali NAKAI

Fédération nationale du Textile, Tunisie

Le secteur du textile est le troisième secteur après l'automobile et l'informatique, il est constitué de 120 pays exportateurs réparties dans trois grandes zones d'export (l'Asie, la zone UE - Maghreb et les Etats Unis)

Pour la Tunisie, la situation est assez similaire à celle du Maroc, autrement dit le textile est le secteur industriel leader avec 45 à 50% des exportations, 250000 emplois, 2500 entreprises réparties sur tout le territoire. C'est un secteur fondé sur la confection avec une main d'œuvre majoritairement féminine.

Les débats sur le développement durable et la RSE ne sont apparus, en Tunisie, qu'à partir du moment où les pays ont senti le danger de la déferlante chinoise et donc la nécessité de se différencier.

Donc ce mouvement de RSE qui date de quelques mois seulement, va probablement prendre de l'ampleur avec un dispositif unique de RSE, 90% de la production étant exportée sur les marchés et notamment sur le marché européen. Cependant, il convient de simplifier et d'expliquer les retours concrets que peuvent apporter des démarches de développement durable.

Daniel VALENGHI
ONG Helvetas

L'ONG Helvetas est une association suisse, regroupant 40000 membres, présente dans 22 pays pour lutter contre la pauvreté, et membre fondateur de Max Havelaar. L'action de cette association se situe au niveau de la matière première, autrement dit dans la phase amont de la filière.

Tout d'abord, les pays producteurs de cotons sont des pays pauvres dépendants de la valeur de la matière première sur le marché mondial. Les problèmes sociaux et environnementaux du coton sont nombreux, à titre d'exemple 80% des intrants chimiques sont importés pour la filière coton. Mais en même temps, le coton fait vivre des dizaine de milliers de familles. Ces constats ont amené cette organisation à s'orienter vers la labellisation biologique et équitable du coton.

L'idée était de se fonder sur des labels connus (tels que le label AB, Agriculture Biologique, et le label Max Havelaar, même si ce dernier ne concerne que la production et donc pas toute la filière) permettant ainsi de réduire les impacts sociaux et environnementaux négatifs. Cela s'accompagne du développement de partenariats, d'une promotion de la production labellisée de coton, d'un appui à la production et d'un soutien à la commercialisation... Le marché bio représentait 2,7% en 2003 en Suisse, et l'objectif est d'atteindre 5% en 2007. Cependant, la production labellisée sur 2005/2006 de 360T reste faible.

Eric DEFRENNE, en synthèse de ces présentations note la complexité de la filière textile et l'ouverture des marchés qui porte le risque d'un nivellement par le bas. La RSE est alors une opportunité de faire la différence.

Les questions et remarques:

- La filière textile montre des entreprises qui vivent des situations difficiles. Il n'y a pas que la fin des AMF, il y a également des facteurs exogènes: par exemple, en Asie les questions de développement durable ne les préoccupent nullement et contribuent à mettre à terre la filière textile.
- Les friperies, vente de vêtements usagés, posent également de gros problèmes.
- La question est comment dans une situation, de crise, on peut intégrer le développement durable.

- Ce qui est commun dans les trois présentations est la différenciation. Mais il semble y avoir encore quelques doutes... cela va-t-il vraiment empêcher les clients d'aller en Asie ?
- En France, nous avons noté l'étrange manque d'anticipation de la fin des accords multifibre... qu'en est-il au Maroc et en Tunisie ? Selon Mr TAZI, il n'y a pas eu de surprise à la fin des AMF (10 ans de préparations). Cependant, ce n'est pas le seul problème: il y a également celui des pratiques de la Chine. Mr DUFRENNE rappelle à titre d'exemple le problème des colorants cancérigènes, beaucoup moins chers, qui sont interdits tant en France et qu'au Maghreb et pas en Asie.
- La RSE est un choix délibéré des entreprises pour se différencier, une orientation. L'entreprise s'inscrit dans un cercle vertueux qui va impacter ses résultats.
- Remarque sur les textiles dans les boutiques de l'hôtel, qui sont...made in India. qu'en est-il de la concurrence sur le marché Marocain? Pour Mr NAKAI, il faut capitaliser sur les pratiques déjà bonnes dans les entreprises pour en faire un argument commercial pour concurrencer la Chine. Mais 2 vêtements pour bébés sur 3 sur d'origine chinoise en Tunisie. Pour que cela fonctionne, il faut que cette prise de conscience touche toute la chaîne y compris les consommateurs.
- Il est nécessaire pour les filières de se renforcer pour survivre à la concurrence internationale. Le problème est complexe avec distorsion du marché du fait notamment des subventions US sur le marché, qui ont des conséquences directes pour les producteurs africains.
- Il faut travailler sur la valorisation locale, les opportunités de marché (Bio et Equitable) mais aussi sur les améliorations sociales et environnementales, et pas uniquement parce qu'il y a un marché: cela touche directement le patrimoine naturel des populations et leur qualité de vie
- La proximité, et donc la diminution des transports, est également présentée comme un avantage potentiel du fait d'une probable augmentation du coût de CO2. Elle peut également constituer un atout pour l'activité de réassort.
- C'est intéressant de voir la RSE comme facteur de compétitivité.
- L'importance de la traçabilité est également soulignée.
- Il n'y a eu qu'une seule analyse de cycle de vie qui a duré de 2 ans pour remonter la filière. Les plus gros problèmes environnementaux se situent au niveau de l'entretien, du lavage et de la fin de vie.
- La question est quand les chinois vont voir que le Bio est un marché, ne vont-ils pas faire 10 000 ou 20 000 ha ?
- Et enfin, pour conclure, dans le cadre d'une démarche de développement durable, l'idée serait de modifier les modes de production mais aussi de consommation, et donc la diminution des achats de produits textiles. Quelles seront alors les conséquences sur le secteur textile ?