

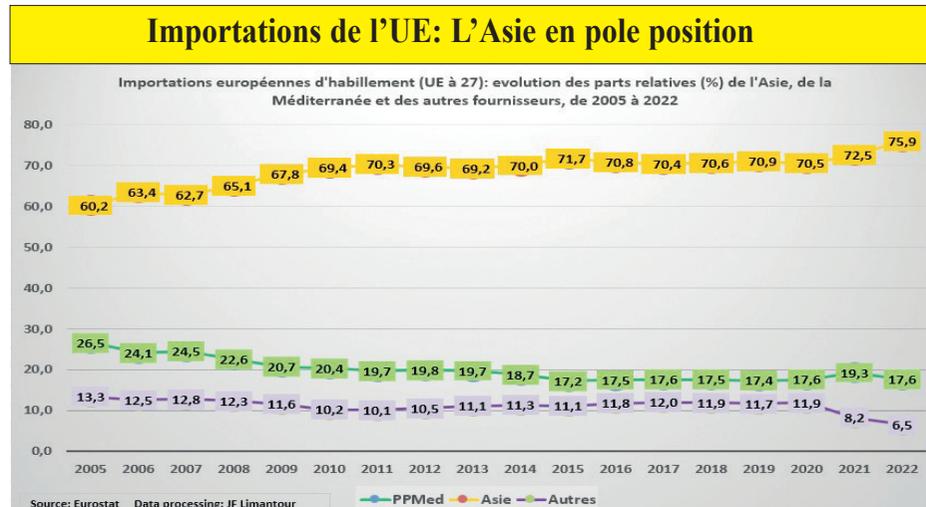
# Industrie textile mondiale: La nouvelle géopolitique

• Depuis la fin de l'AMF en 2005, la Chine a envahi le monde et continue sur sa lancée

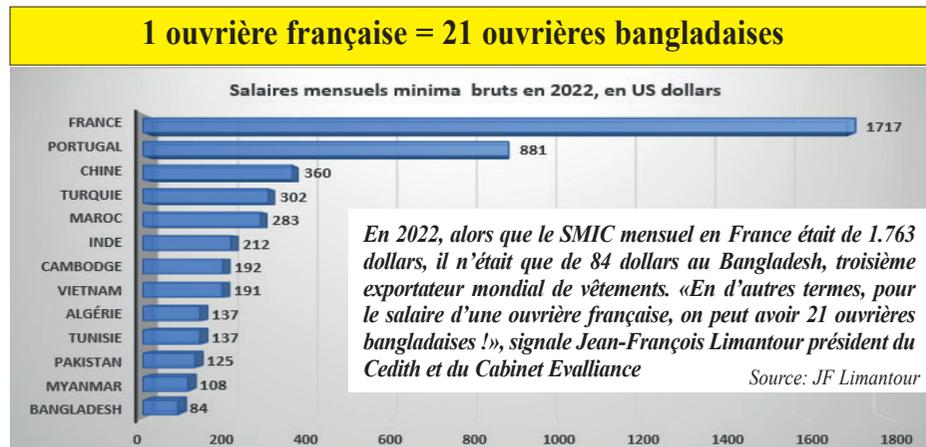
• Plus de 80% de la production mondiale est assurée par la Chine, l'Asie du Sud-Est et le sous-continent indien

LA géopolitique de l'industrie textile mondiale s'est complètement transformée depuis le démantèlement de l'accord Multifibres en 2005. Aujourd'hui la redistribution des cartes fait que les marchés occidentaux (Union européenne, Amérique du Nord) sont grands ouverts aux producteurs asiatiques, au premier rang desquels la Chine. On assiste donc depuis bientôt 20 ans à un vaste transfert Ouest-Est de la production d'habillement et, corrélativement, du textile. Plus de 80% de la production mondiale d'habillement et de textile est maintenant assurée par la Chine, l'Asie du Sud-Est et le sous-continent indien.

«L'Asie n'est cependant pas un bloc homogène de producteurs/exportateurs de textile-habillement. La Chine reste de très loin le premier d'entre eux mais elle est de plus en plus concurrencée par des pays comme le Bangladesh, le Vietnam, le Cambodge, le Myanmar ou le Pakistan», nous apprend Jean-François Limantour président du Cedith et du cabinet Evalliance. Un transfert Ouest-Est qui va effectivement se poursuivre au cours des prochaines années, malgré des velléités de relo-



Depuis 2005, les exportateurs asiatiques, Chine en tête, ont vu leur part rapidement grimper pour s'établir actuellement aux alentours de 75 % des marchés nord-américain et européen et plus de 95 % de leurs propres marchés. La part de l'Asie dans les importations d'habillement de l'Union européenne est actuellement de 75,9 %. Elle a légèrement progressé en 2022 alors que celle des pays méditerranéens s'effrite: 17,6 %



localisation industrielles aux Etats-Unis et en Europe. Si les pays occidentaux demeurent leaders dans le luxe et dans les textiles à haute intensité technologique, les Européens jouent également avec succès, en partenariat avec les producteurs méditerranéens, la carte du circuit court. Il en est de même des Etats-Unis avec les pays du Golfe, du Mexique et d'Amérique centrale.

## La relocalisation, un mythe!

LA crise énergétique en Europe a accentué l'écart tarifaire avec les autres zones possibles de production. Alors que la souveraineté industrielle et la consommation locale étaient les mots d'ordre, voilà que le spectre des relocalisations en masse se profile. Pour Jean François Limantour, «la relocalisation en masse est un mythe! En effet, les raisons qui avaient poussé les occidentaux à produire en Asie existent toujours, à savoir la disponibilité des matières sur les lieux même de production et des bas salaires. Il y a certes des initiatives remarquables qui sont prises pour relocaliser la production, par exemple en France. Mais il s'agit d'initiatives isolées, peu susceptibles de se multiplier de manière significative car, qu'on le veuille ou non, le prix reste le facteur déterminant dans l'acte d'achat d'un vêtement. Et dans ce domaine, l'Asie avec ses bas salaires et ses matières bon marché est imbattable».

Cela étant, nul doute que l'accélération des rythmes du marché et les impératifs de réactivité et de stocks réduits au maximum vont favoriser la production des vêtements, non pas en Europe même ou aux Etats-Unis, mais chez leurs fournisseurs de proximité méditerranéens et du bassin Caraïbes. □

Si les pays occidentaux ont choisi de délocaliser leurs usines en Asie c'est pour y produire en grandes séries des vêtements bon marché, dont la production est «gourmande» en main d'œuvre. Cela pour deux raisons principales: les coûts salariaux d'une part, la disponibilité et les prix des matières d'autre part. Mais ce n'est pas le seul argument dont disposent les pays asiatiques. En dehors des bas salaires, l'intégration en amont joue aussi un très grand rôle dans la structure des prix. La Chine, le Pakistan, ou l'Inde sont de très gros producteurs de matières premières et ont de ce fait des industries textiles qui fournissent à leurs confectionneurs des tissus dans des conditions très compétitives de prix. De plus, un bon nombre de ces grands producteurs asiatiques bénéficient d'un accès à droits nuls sur les marchés occidentaux pour leurs exportations de vêtements. Des pays comme le Bangladesh, le Cambodge, le Myanmar bénéficient de régimes douaniers super privilégiés au titre de l'accord «Tout sauf les armes», d'autres comme le Pakistan ou le Sri Lanka au titre du Système des préférences généralisées. □

Radia LAHLOU

## La Chine, toujours l'usine du monde

MALGRÉ une forte poussée de ses salaires, la Chine demeure de très loin le premier producteur et exportateur mondial de textile et d'habillement. A fin octobre 2021 (derniers chiffres connus), sa part dans les importations européennes d'habillement s'établissait à 29,5 %. Mais la Chine est maintenant talonnée en Europe par le Bangladesh. A eux deux, ils alimentent 52 % des importations d'habillement de l'Europe. Aux Etats-Unis, la domination chinoise est contestée par le Vietnam. Certes, les salaires chinois ont fortement augmenté et la Chine ne bénéficie d'aucun régime douanier de faveur sur les marchés européens et américains contrairement à des fournisseurs comme le Bangladesh, le Vietnam, le Cambodge, le Pakistan, le



Myanmar ou le Sri Lanka. Cependant, la Chine maîtrise totalement ses approvisionnements en matières, elle consacre beaucoup d'efforts de compétitivité, y compris au moyen de gros investissements dans les solutions technologiques avancées, elle est très active pour promouvoir son offre sur tous les marchés du monde. On notera aussi que la Chine investit aussi beaucoup dans des pays tiers à bas salaires et bénéficiant d'accords douaniers préférentiels en Europe ou aux Etats-Unis, si bien que quand on parle des exportations de pays comme le Cambodge ou le Myanmar, il s'agit en réalité pour une grande part de ventes réalisées par des firmes chinoises qui y sont implantées. □

# Entreprises agiles, l'avenir est dans la fashion 4.0



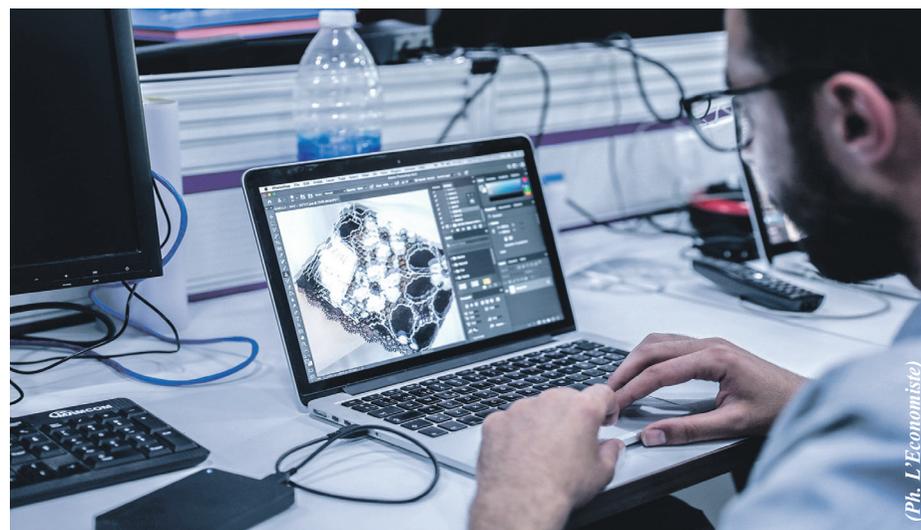
• **Les PME confrontées à un problème de compétitivité par les prix**

• **Pour rester dans le top 10 des fournisseurs de l'Europe, le Maroc doit valoriser son offre de produits/services**

• **Intégrer les nouvelles technologies et l'intelligence artificielle, inévitable**

**M**ALGRÉ tous les défis environnementaux qui se posent actuellement à l'industrie mondiale du textile, il n'y a pas de véritable menace globale sur le secteur, annonce Jean-François Limantour, président du CEDITH. «Le monde continuera toujours à s'habiller et la population mondiale s'accroît année après année. Elle a atteint 7,95 milliards de personnes en 2022», fait-il observer. Mais les tensions géostratégiques et la mise en cause de la mondialisation pourraient bousculer l'actuel équilibre des échanges mondiaux. Pour les marchés occidentaux d'habillement, le problème est celui de l'érosion relative de la consommation vestimentaire, elle doit donc être relancée! Il faudrait, plus fondamentalement, repenser la place des entreprises industrielles dans les nouvelles chaînes de valeur en cours de déploiement afin d'assurer une production plus responsable: moins de stocks, moins de gaspillages, moins de pollution, plus de durabilité des vêtements. «On notera que dans ce domaine, le Maroc et la Tunisie ne bénéficient pas de tels

*L'IA et la personnalisation permettront à l'avenir d'améliorer les nombreuses contraintes des entreprises textile: gestion des stocks, réduction des coûts de transport et des émissions de gaz à effet de serre... Les opérateurs doivent s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation, c'est-à-dire produire moins, créer moins de volume et personnaliser les commandes afin de se conformer aussi aux nouvelles exigences de la mode*



*avantages et qu'ils sont donc injustement discriminés par rapport à leurs concurrents asiatiques et...turcs!», souligne-t-il.*

Le prix et le rapport qualité/prix restent les facteurs déterminants des achats de vêtements. Les entreprises sont donc prioritairement confrontées

à un problème de compétitivité par les prix, problématique dont la solution passe par l'intégration accélérée des nouvelles technologies de production, de création, de gestion et de commercialisation qu'offre le déploiement de l'intelligence artificielle. Ces technologies permettent de réaliser un bond

## Nouveau monde, nouveaux marchés

**D**E nouveaux défis apparaissent avec les exigences des nouveaux consommateurs (Millenniums, Génération Z,...): responsabilité environnementale et sociétale mais aussi personnalisation accrue du vêtement, ce qui suppose beaucoup d'agilité et donc de nouveaux modes d'organisation et de fonctionnement des entreprises pour une réponse performante et compétitive. «Les entreprises méditerranéennes ont là une formidable carte à jouer» conclut Limantour. De nouvelles tendances apparaissent aussi. Les marchés les plus porteurs sont ceux des textiles techniques, non seulement dans les pays industrialisés mais aussi en Asie. On anticipe également un bel avenir pour le recyclage textile. En habillement, le jean et plus généralement le sportswear poursuivront une croissance soutenue de même que les vêtements professionnels et de protection, en particulier «intelligents». □

technologique pour s'adapter aux nouveaux paradigmes des marchés. «Les introduire dans les entreprises est donc un impératif absolu et existentiel, ce qui suppose d'importants investissements matériels et humains comme l'on bien compris les Chinois qui mettent les bouchées doubles dans ce domaine», précise le président d'Evaliance, cabinet dont la mission est de scruter les marchés asiatiques.

Dans ce contexte, pour conserver sa place dans le peloton de tête des fournisseurs de l'Europe, «le Maroc doit impérativement valoriser et différencier son offre de produits/services, doper sa compétitivité, accroître son agilité, coller aux exigences écologiques et sociétales des marchés et renforcer la promotion de son image internationale», selon l'analyste.

Parmi les diverses initiatives prioritaires à prendre, «il conviendrait de lancer un vaste plan d'investissements matériels et immatériels «Fashion 4.0» et renforcer l'amont textile en partenariat avec l'Europe, y compris par la création d'une filière de textiles recyclés (après une étude de faisabilité) pour réduire la dépendance du Maroc vis-à-vis des fournisseurs étrangers comme la Turquie, accroître son agilité et améliorer sa balance commerciale».

Une telle stratégie compétitive, complétée par des initiatives dans divers autres domaines (RSE, veille économique, communication, etc.) conduirait le Maroc à s'extraire de sa logique actuelle de sous-traitance et à s'engager dans une voie porteuse d'avenir, en phase avec les changements profonds de paradigme que connaît le marché mondial. □

Radia LAHLOU

## Industrie textile mondiale

# La mode en circuit court, un

• Une parade contre la fast fashion et une carte maîtresse pour les pays du pourtour méditerranéen

• Conflit ukrainien, inflation, tensions politiques... gros risques sur les investissements

• Attention, prévient l'expert, les entreprises doivent se mettre au pas de la révolution technologique



*Il y a urgence pour les entreprises du secteur, selon Jean François Limantour. «Sous peine d'être éjectées des marchés, elles doivent intégrer de nouvelles solutions technologiques 4.0, renforcer et valoriser leur politique environnementale, customiser leurs offres... Etre non seulement hyper-performantes en qualité/prix mais aussi innovantes et agiles». (Ph. DR)*

- L'Economiste: Quels sont les fondamentaux et les facteurs de maintien du textile et de l'habillement mondial pour 2023?

- Jean-François Limantour: La filière mondiale textile-habillement devrait poursuivre sa croissance en 2023 et continuer à combler le

thétiques et des transports maritimes a fortement augmenté en 2021 avec un pic au premier trimestre 2022 pour

pris le relais, alimentée par la guerre en Ukraine, accompagnée d'une augmentation du loyer de l'argent

induits sur la production textile mondiale. Tout ceci dans un climat anxio-gène né d'une situation géopolitique internationale très préoccupante.

En clair, ce n'est pas bon pour le business, et en particulier pour les sous-traitants et les co-traitants car, étant en bout de chaîne, ils subissent la somme des pressions qui s'exercent sur les prix tout au long de la filière et voient leurs marges sévèrement impactées. Quant aux projets d'investissements, beaucoup passent pour l'instant à la trappe faute de visibilité sur l'avenir à moyen terme.

- Comment rendre son offre plus attractive dans un marché international très concurrentiel en proie à une consommation atone plombée par l'inflation?

- La difficulté est, qu'à la différence des périodes passées, la filière textile-habillement est entrée de plain-pied dans une ère nouvelle avec de nouveaux paradigmes: l'intelligence artificielle, l'e-commerce,

### Croissance parts de marché

Imports d'habillement de l'UE à 27: Evolution des parts de la Turquie, du Maroc, de la Tunisie

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Turquie	15,3	13,8	14,1	12,6	11,7	12,1	11,8	12,3	12,5	11,8	11,0	11,1	11,1	11,0	11,0	11,7	12,8	11,6
Maroc	4,5	4,3	4,4	4,1	3,7	3,5	3,3	3,4	3,3	3,3	3,0	3,3	3,4	3,4	3,3	2,9	3,4	3,1
Tunisie	5,8	5,1	5,1	5,0	4,5	4,0	3,8	3,5	3,4	3,1	2,7	2,6	2,6	2,6	2,5	2,4	2,5	2,3

Source: Comex Data processing: JF Limantour

Selon les derniers chiffres fournis par Eurostat (10 premiers mois de l'année 2022), le Maroc est le 9<sup>e</sup> fournisseur d'habillement de l'Union européenne avec une part de 3,1%. La Turquie est le 3<sup>e</sup> fournisseur avec une part de 11,6% (et le second fournisseur en textile après la Chine!). La Tunisie est le 10<sup>e</sup> fournisseur d'habillement avec une part de 2,3%. Si l'on compare avec l'année de référence (2005), la position du Maroc, très fortement concurrencé par la Tunisie, s'est dégradée, passant d'une part de marché de 4,5% en baisse constante pour s'établir à 3,1% en 2022

retard accumulé en 2020 et 2021 en raison de la crise du Covid. Mais sur un rythme ralenti, voire très ralenti, vu les anticipations pessimistes et même les risques de récession pronostiqués par la Banque mondiale, la situation géopolitique et l'inflation seront les deux facteurs déterminants: la guerre en Ukraine, les tensions politiques dans plusieurs parties du monde et les risques d'internationalisation de conflits vont peser sur les politiques d'investissements et favoriser les comportements malthusiens.

- Explosion des coûts des intrants, inflation... quel impact sur les donneurs d'ordres?

- Le prix du coton, des tissus syn-

redescendre ensuite. Ces hausses ont été répercutées en 2022 sur les prix des tissus. Et l'inflation générale a

et de l'accès au crédit: les factures d'énergie grimpent, les coûts salariaux s'alourdissent, avec des effets

la data, les exigences écologiques, la responsabilité sociétale, de nouveaux modes de consommation...

Les entreprises doivent maintenant, sous peine d'être éjectées des marchés, intégrer de nouvelles solutions technologiques 4.0, renforcer et valoriser leur politique environnementale et de RSE, maîtriser l'information opérationnelle, customiser leurs offres. Et donc non seulement être hyper-performantes en qualité/prix mais aussi être innovantes et agiles.

- La fast fashion a montré ses limites. On parle de slow fashion aujourd'hui, qu'en est-il vraiment?

- La fast fashion est injustement assimilée à la mode jetable qui

- Quelle place occupe le Maroc actuellement dans le pourtour méditerranéen?

- Le Maroc est le second fournisseur d'habillement de l'UE derrière la Turquie et devant la Tunisie (voir infographie). En dépit de ses efforts de compétitivité, la position de l'industrie marocaine de l'habillement s'est fortement dégradée face à la concurrence asiatique et turque, au cours des deux dernières décennies. En 2005, date de l'ouverture totale des frontières européennes aux producteurs asiatiques, le Maroc était le 4<sup>e</sup> fournisseur d'habillement de l'UE avec une part de 4,5%.

Cela étant, cette industrie demeure un des piliers de l'économie marocaine et un facteur clé des équilibres socio-économiques du Maroc. Elle possède de solides atouts pour demeurer dans le peloton de tête des grands exportateurs et doit donc être vigoureusement soutenue pour coller victorieusement aux profondes mutations que connaît actuellement ce secteur au niveau mondial. □

# Industrie textile mondiale formidable atout pour le Maroc

est surtout le fait des vêtements à bas prix et de piètre qualité massivement fabriqués en Asie pour le compte de grands distributeurs occidentaux. En réalité, on confond la fast-fashion (mode rapide) avec le modèle de circuit court en vigueur chez les partenaires de proximité de l'Europe. Ce modèle de circuit court est vertueux car fondé sur la production en séries relativement courtes de vêtements de qualité, production qui exige beaucoup de réactivité et de flexibilité de la part des producteurs méditerranéens dont le Maroc. Les vêtements ainsi fabriqués sont beaucoup plus éco responsables et durables que les vêtements asiatiques puisque leur durée de vie est plus longue, parce qu'ils génèrent moins d'inventures et donc de gaspillage. Je suis convaincu que l'avenir est aux entreprises hyper-agiles qui seront capables de répondre aux nouveaux impératifs accrus des marchés pour des petites séries des vêtements de qualité et personnalisés, produits dans des délais très courts et transportés vers les distributeurs avec une empreinte carbone légère du fait de la proximité géographique.

**- Il devient moins cher de payer du carburant pour transporter les vêtements que de les faire fabriquer...**

- Il est vrai que les prix des transports maritimes ont flambé en 2021 et au premier semestre 2022 mais en ce début d'année 2023 ils sont presque revenus à leur niveau de 2020. Cette flambée des prix a également été accompagnée par une moindre disponibilité des porte-containers, ce qui a contribué à une sérieuse perturbation des chaînes logistiques, non seulement pour le transport des vêtements asiatiques vers l'Europe et l'Amérique du Nord mais aussi pour les approvisionnements en tissus des producteurs maghrébins. Depuis, la situation s'est normalisée.

**- Et au-delà de l'aspect conjoncturel?**

- A ce propos, je voudrais faire 3 remarques: Premièrement, les coûts de transport n'ont qu'une importance très relative dans les prix des vêtements et n'impactent qu'à



*L'unique moyen de contrer la déferlante asiatique est de miser sur la cotraitance et le codéveloppement, et à travers une stratégie partenariale Euromed de valorisation de l'offre produits/services (Ph L'Economiste)*

la marge les stratégies de sourcing. Deuxièmement, beaucoup plus que le coût de transport, c'est la proximité géographique des lieux de production par rapport aux marchés qui compte. Dans ce domaine, le Maroc et la Tunisie ont un avantage certain. Troisièmement, la question la plus importante, surtout dans la perspective quasi-certaine d'une accélération des rythmes du marché d'habillement, est celle des approvisionnements en tissus. Ce qui pose le problème de la création d'une fi-

lière textile compétitive amont dans les pays maghrébins.

**- L'inflation a des répercussions sur l'acte d'achat en Europe et même ailleurs dans le monde. Cela pourra-t-il impacter le carnet de commandes marocain?**

- Oui, bien sûr! L'inflation impacte négativement le pouvoir d'achat et la demande d'habillement des consommateurs, ce qui a un triple effet:

- Aggraver les difficultés commerciales et financières des distri-

buteurs voire en faire disparaître certains. Or, ce sont des clients de l'industrie marocaine.

- Favoriser la demande en vêtements très bon marché fabriqués en Asie et, a contrario, affaiblir la demande en produits moyen/haut de gamme auprès des fournisseurs de proximité

- Accroître la pression exercée par les donneurs d'ordres sur leurs fournisseurs et les prix de façon. □

Propos recueillis par Radia LAHLOU



## Comment lutter contre les géants de la vente de minutes?

**E**N jouant pleinement les cartes du circuit court, de la cotraitance et du codéveloppement, et de l'agilité dans un cadre d'une stratégie partenariale Euromed de valorisation de l'offre produits/services. L'industrie de l'habillement est une industrie de main d'œuvre. Vouloir concurrencer par les prix ses produits avec des produits identiques fabriqués dans des pays asiatiques à très bas salaires et disposant en outre d'approvisionnements en matières à des coûts très compétitifs est un combat perdu d'avance pour un producteur marocain ou tunisien, et a fortiori européen. Pour lutter contre ces géants asiatiques, il ne faut donc pas vendre des coûts/minute mais proposer aux



marchés une offre différenciée de produits et de services à forte valeur ajoutée. Pas les mêmes produits que l'Asie, insiste l'expert. □

## Industrie textile mondiale

## La mode serial killeuse de l'environnement



• **L'industrie la plus polluante au monde**

• **Insecticides, colorants de synthèse, solvants, culture, eau... Toutes les étapes de fabrication incriminées**

• **Recycler, acheter moins, produire moins, marché de la seconde main... douces utopies pour l'heure**

L'INDUSTRIE textile actuelle, c'est plus de 4 milliards de tonnes de rejet de Co2, plus que l'impact des vols internationaux et le trafic maritime réunis. «Rien que pour produire un T-shirt il faut 2.760 litres d'eau douce et près de 7.500 litres pour fabriquer un jean», indique Jean François Limantour, président du Cercle euroméditerranéen des dirigeants textile-habillement (Cedith) et Evalliance. Des chiffres effarants qui laissent croire que si les tendances actuelles de consommation se poursuivent dans les mêmes proportions, en 2050, le

secteur émettrait jusqu'à 26% des émissions globales de GES! L'industrie TH est qualifiée, aujourd'hui d'un des secteurs les plus polluants au monde. «Des chiffres effectivement accablants, ainsi que le souligne Limantour, notamment pour l'amont textile (production de coton et de fibres synthétiques; filature, tissage et ennoblissement) qui nécessite une énorme consommation d'eau, insecticides, pesticides et colorants de synthèse, solvants chlorés, empreinte carbone... et qui pollue fleuves et mers».

Mais pour autant, précise-t-il, l'industrie mondiale met tout en oeuvre pour sortir de cette situation gravement préjudiciable à son image et à la planète: cultures biologiques ainsi que de plantes moins gourmandes en eau et en pesticides (chanvre, lin,...), modes de production plus écologiques, stations d'épuration des eaux usées, recyclage des vêtements usagés, etc. mais aussi des politiques de réduction des stocks pour limiter les invendus et le gaspillage.

En Europe, les choses bougent aussi. Euratex, la confédération européenne de l'habillement et du textile qui représente les intérêts de

l'industrie européenne estime qu'il serait possible d'atteindre un taux de recyclage fibre à fibre d'environ 18 à 26% d'ici 2030. Un projet qui nécessiterait quelque 7 milliards d'euros pour être mis sur pied mais qui a toutes les chances d'être rentable: sa taille de marché totale serait de 6 à 8 milliards d'euros et environ 15.000 nouveaux emplois directs d'ici 2030.

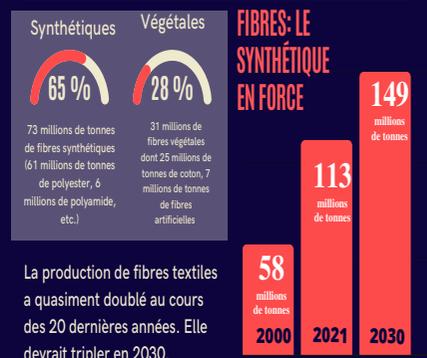
Une perspective à laquelle adhère Limantour, confirmant que des initiatives concrètes naissent çà et là, en France, aux Etats-Unis mais aussi en Chine et qui suggèrent que le recyclage des vêtements et des produits textiles n'est plus une utopie. En revanche l'expert reste plus dubitatif quant à la rentabilité de ces matières textiles recyclées face à la concurrence des productions classiques des fibres synthétiques ou de coton. Il est encore plus perplexe quant à la possibilité de trouver des investisseurs privés qui mettront des milliards d'euros sur la table.

Quoi qu'il en soit, la pression exercée par les consommateurs, les distributeurs et les Etats sur les producteurs textiles et d'habillement va fortement s'accroître, obligeant ceux-ci à adopter des stratégies industrielles beaucoup plus en phase avec les grands impératifs écologiques et sociétaux. Mais l'échiquier mondial ne subira pas de grands bouleversements, prévoit l'expert. Sauf si, hypothèse peu vraisemblable, l'Union européenne et les Etats-Unis mettaient en place des politiques très coercitives pour faire respecter strictement des normes de responsabilité écologiques et sociétales et la traçabilité des produits. □

Radia LAHLOU

## Les chiffres frappants de la fast fashion

**4 MILLIARDS DE TONNES DE REJET DE CO2** Dont 450 milliards pour le textile (ameublement, automobile, géotextiles,...) et 550 milliards de dollars pour l'habillement, en 2022.



**100 MILLIARDS** de vêtements sont vendus chaque année dans le monde



## COTON-GRAND GACHIS EN EAU

Le coton est la fibre qui a le plus d'impact négatif sur l'environnement: sa production nécessite énormément d'eau mais aussi des pesticides et des insecticides.



## PAR QUOI LES REMPLACER?



Aux fibres synthétiques et de coton, des alternatives existent: on pourrait leur substituer des fibres plus écologiques et des efforts sont fait dans ce sens (chanvre, lin, bambou, etc.).

## Vêtements d'occasion, un marché qui prend!

LES ventes de vêtements d'occasion ont été boostées par le Covid et par la conscience écologique croissante des consommateurs. Elles le sont aussi du fait de l'inflation qui ronge le budget des ménages. Ce phénomène devient significatif partout en Europe. Alors que le lithuanien Vinted, le spécialiste de la revente de vêtements, connaît une croissance fulgurante, de nouveaux acteurs s'engouffrent dans ce marché de l'occasion qui pèse déjà 6 milliards d'euros en France, selon l'Institut français de la mode (IFM), pour les vêtements, les chaussures et la bagagerie. La Redoute vient de créer sa plateforme La Reboucle, tandis que Auchan vient de nouer un partenariat avec le spécialiste Patatam. Camaïeu, Promod, Leclerc, Carrefour et beaucoup d'autres distributeurs entrent eux aussi sur ce marché attractif des vêtements de seconde main. □



## Acheter moins mais mieux?

C'EST juste une idée «à la mode», selon Limantour. Quoi qu'on en dise, ce n'est pas le cas actuellement. Les consommateurs occidentaux continuent, en effet, d'acheter de plus belle des vêtements bon marché, à la mode, et qu'ils renouvellent rapidement. La fast fashion a donc encore de beaux jours devant elle, selon lui. Quant aux milliards de consommateurs du monde, ils sont à mille lieues

des préoccupations écologiques et sociétales.

Toutefois, même si elles ne sont pas encore tout à fait audibles, des voix de plus en plus nombreuses s'élèvent aujourd'hui pour demander une décroissance de la consommation vestimentaire. «On s'orientera sans doute vers une économie plus durable car c'est une nécessité pour la planète», estime l'expert. □