

## Textile: vers une production locale des marques turques ?



**Dimanche 24 Janvier 2021 - Par admin**

- ◆ **La marque turque DeFacto produit localement des vêtements.**
- ◆ **Cette décision, qui épargne à l'enseigne turque le paiement des droits de douane, est bénéfique au tissu économique et l'industrie locale.**

**Par M. Diao**

Le secteur du textile, qui emploie de façon formelle entre 190.000 et 200.000 salariés au Maroc, avec à la clef un chiffre d'affaires de près de 38 Mds de DH en 2019, est-il en train d'enregistrer un changement majeur ? La réponse par l'affirmative semble être plus appropriée au regard des nouveaux éléments factuels. En effet, la marque d'habillement turque DeFacto, qui s'est faite une place au Maroc, a opéré un virage à 360 degrés pour adresser le marché marocain.

En clair, l'enseigne turque, dont les produits déferlent sur les grandes surfaces et les différents centres commerciaux des grandes villes du Royaume, a fait le pari de produire localement des articles vendus au Maroc (Tee-shirt, pulls, etc.). La question immédiate à se poser est de savoir ce qui fonde ce revirement stratégique de la marque. Sachant que la mesure de sauvegarde préférentielle appliquée aux importations de certains produits de textile et d'habillement, originaires de Turquie, a été révisée.

Ainsi, le droit additionnel ad valorem, appliqué aux produits de textile et d'habillement turcs jusque-là soumis aux droits d'importation de 10% et 17,5%, est calculé depuis le 1er janvier 2021 sur la base du nouveau taux du droit d'importation de 40%.

Et ce, en vertu de la Loi de Finances 2021. Interrogé sur le timing de la production de la marque turque au Maroc ainsi que les raisons de cette décision qui pourrait être suivie par d'autres griffes turques, lesquelles ont inondé le marché marocain au cours de ces dernières années, Mohamed Boubouh, président de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (AMITH), exprime dans un premier temps son satisfecit.

### **Une décision qui arrive à point nommé**

*«Nous attendons depuis longtemps que des marques turques produisent au Maroc. Notre pays, qui constitue une plateforme commerciale pour les textiliens turcs, doit aussi être pour eux un bastion de production et de fabrication»*, confie le président de l'AMITH. Ce dernier fait également remarquer que la décision du Maroc de demander la reconsidération de l'ALE avec la Turquie est légitime. Et ce, au regard du déficit abyssal de la balance commerciale du Royaume (19,5 Mds de DH en 2019) envers ce pays partenaire avec qui le Maroc entretient des relations économiques et commerciales très denses.

Pour l'AMITH, qui fédère plus de 1.600 entreprises représentant 83% du chiffre d'affaires et 80% des emplois de l'ensemble du secteur, la décision de la marque DeFacto s'est inscrite dans une stratégie win-win. *«D'une part, cela épargne à l'enseigne turque le paiement des droits de douane et, d'autre part, le fait de produire au Maroc permet de générer des postes de travail et de la valeur ajoutée à l'échelle locale»*, analyse l'industriel.

Et de poursuivre: *«Les enseignes turques qui feront le pari de produire au Maroc y trouveront leur compte. Le fait que le secteur textile de notre pays, qui s'est positionné sur toutes les gammes (entrée, moyenne et haute), approvisionne des marchés exigeants (Europe, USA, etc.), est un gage de qualité et de compétitivité»*, assure-t-il. Au final, espérons que les autres marques turques emboîtent le pas à DeFacto, avec

des ambitions plus fortes consistant, par exemple, à produire et à exporter à partir du Royaume.

### **Le casse-tête du manque de visibilité toujours présent**

2020 a été une année difficile pour les exportations du secteur textile marocain en raison de la crise sanitaire liée à la Covid-19, qui continue de sévir en Europe et aux USA. Pour rappel, en raison du confinement total imposé durant l'année 2020 dans les pays européens, principaux débouchés du textile national, les clients des entreprises marocaines avaient revu à la baisse leur commande. Ce qui n'a pas été sans conséquences sur les entreprises exportatrices du secteur, pénalisées à la fois par le manque de visibilité en raison de l'allongement de la crise et la baisse de leur chiffre d'affaires. «Pour notre secteur, l'année 2021 commence de la pire des manières à cause du re confinement et du retour des couvre-feux dans certains pays européens», s'inquiète le numéro 1 de l'AMITH, qui alerte sur le manque de visibilité criard ayant trait à l'évolution des carnets de commandes.