

Le textile marocain est capable de rivaliser avec les marques étrangères (Boubouh)

Dans cet article, Mohammed Boubouh, président de l'AMITH, défend la protection de la production textile locale par rapport aux importations à travers l'augmentation des droits de douane. Pour lui, les usines marocaines qui produisent pour Zara, H&M et autres grandes enseignes sont capable d'habiller les Marocains en produits de qualité, à condition que producteurs, distributeurs et consommateurs collaborent et qu'une concurrence loyale soit assurée.



Mohammed Boubouh

Modifié le 20 novembre 2020 à 18:16

A la veille du vote au Parlement du PLF 2021 qui pourrait être décisif pour l'avenir de l'industrie textile-habillement marocaine, voici les convictions profondes de l'AMITH (Association marocaine des industries du textile et de l'habillement) quant à la nécessité de protéger le produit fini industriel contre la déferlante des importations.

L'importance stratégique de l'industrie du textile-habillement dans le développement socio-économique du Maroc est une réalité connue de tous.

L'industrie textile, à elle seule, représente un filet social majeur avec **400.000 emplois** estimés dont 60% de femmes et 56% de jeunes et plus de 62% non diplômés. Dans un contexte de croissance de la demande textile locale de 3-4% par an, cette industrie **peut contribuer fortement au besoin critique de création annuelle de quelque 300.000 emplois urbains** sur la prochaine décennie.

D'autre part, le textile, et l'industrie en général, sont des contributeurs majeurs à la réduction du déficit commercial qui s'aggrave depuis plus d'une décennie de manière inquiétante. En effet, **notre pays importe aujourd'hui l'équivalent de 48% de son PIB contre 32% en 2000**. Un ratio bien au-delà de la moyenne mondiale qui s'établit à 28%, comparativement à d'autres pays émergents ou à revenus intermédiaires, **l'économie marocaine est plus ouverte que le Brésil, l'Inde ou encore la Turquie**.

La détérioration continue de la balance commerciale observée depuis une décennie est en grande partie liée à une augmentation importante des importations de biens finis de consommation et des produits alimentaires qui représentent plus du tiers de nos importations. Un exemple flagrant est celui des **importations provenant de la Turquie dont la structure est marquée par la prédominance des produits finis** de consommation avec une part de 46% en 2018 contre seulement 26% en 1998.

Les industriels ne sont pas opposés aux distributeurs

Notre pays, à l'instar du monde entier, traverse aujourd'hui une crise sans précédent dont personne ne connaît ni la durée ni la profondeur. L'économie marocaine a accusé une perte nette de près de 467.000 emplois entre le troisième trimestre 2019 et le troisième trimestre 2020. Le nombre de chômeurs s'est envolé de 33%, passant de 1,11 million de personnes à 1,48 million, soit 368.000 chômeurs de plus en un an, principalement en milieu urbain. Dans un tel contexte, il est primordial de mettre en place toutes les mesures visant à protéger l'industrie marocaine, qui dispose de tous les atouts pour répondre au besoin vital de création d'emplois dans notre pays.

Comme pour tous les secteurs, une des options salvatrices qui s'imposent pour la croissance des écosystèmes nationaux passe par le développement durable du marché intérieur qui est très porteur, si les conditions nécessaires à l'émergence de ces

écosystèmes stratégiques sont assurées. L'enjeu ici n'est pas d'opposer les textiliens, ou les industriels en général, qui veulent freiner l'hémorragie enregistrée des importations durant cette dernière décennie, et donc des pertes d'emplois, aux commerçants qui voudraient bien trouver des produits de substitution nationaux qui sont prétendument inexistantes.

La Provenance Maroc pour nos clients européens représente un gage de qualité. Faut-il rappeler que **notre pays fait partie du Top 10 mondial des fournisseurs de l'UE en produits entrée de gamme, moyenne gamme et haut de gamme** ? Comment expliquer que **le secteur textile marocain, qui exporte pas loin de 40 milliards de dirhams sur les marchés mondiaux les plus exigeants**, soit incapable de répondre aux besoins du marché national ? Les producteurs nationaux sont tout à fait en mesure d'alimenter les circuits de distribution locale pour peu que les importateurs réalisent les potentialités que peut offrir l'offre marocaine, sans doute « méconnue », et que les conditions de concurrence déloyale soient traitées en profondeur.

Un effondrement de l'industrie marocaine du textile-habillement peut représenter à terme la perte de notre indépendance nationale pour habiller nos concitoyens. Cela nous ferait rejoindre la cohorte des pays européens qui ne savent plus produire les vêtements portés sur leur territoire. À la différence, cependant, que nous avons besoin de ce secteur

vital en termes de création d'emplois. A ce titre, l'application d'un droit de douane de 40% sur le produit fini ne devrait pas être perçue comme une menace pour les emplois du secteur du commerce, mais plutôt comme **une opportunité pour instaurer une nouvelle politique de consommation responsable et citoyenne** où les commerçants se tourneraient vers l'industrie nationale pour s'approvisionner, **créant ainsi avec les industriels une collaboration indispensable à la souveraineté nationale**, à la croissance de l'emploi et à la pérennité d'un modèle de développement vertueux pour notre pays.

Habiller les Marocains avec une mode dont le design n'enviera rien à l'Europe

Aujourd'hui, la distribution sur le marché domestique est hétérogène. Nous avons d'un côté les distributeurs dits « modernes », qui militent pour un marché libre, idéalement avec peu ou pas de droits de douane, pour pouvoir fournir leur clientèle en produits nobles et siglés à des prix qui ne soient pas grevés de taxes. Nous sommes en territoire du « Made in ailleurs » ou « Made out of Morocco » par opposition au « Made in Morocco ».

De l'autre côté, le marché des kissariates et des médinas où l'on veut se vêtir au meilleur prix sans s'attacher à l'origine des produits. Ici on achète un rapport qualité-prix, et souvent juste un prix. Si pour les grands centres urbains, la mode est

forcément d'ailleurs et importée, il n'en reste pas moins que **la grande majorité des Marocains voudraient aussi des produits locaux, adaptés à leur goût et à leur bourse.**

L'expérience vécue par le secteur de la biscuiterie pendant les 10 dernières années est probante. La grande majorité des biscuits est produite localement et répond à des normes qualitatives avec des prix défiant toute concurrence. C'est exactement le pari que défendent l'AMITH et les 400 000 collaborateurs de son industrie. Habiller les Marocains avec une mode dont le design n'enviera rien à l'Europe ou à la Turquie, tout en produisant l'ensemble de ces articles localement.

Aujourd'hui la question qui se pose est la suivante : Devons-nous nous résigner à faire du Maroc un simple consommateur de biens importés ou sommes-nous encore des citoyens qui considérons que le combat mérite d'être mené ? Nous avons l'intime conviction que les dizaines de milliers d'ouvrières et ouvriers qui produisent pour Zara, H&M et autres grandes enseignes du monde, pourraient tout aussi bien fournir le marché local, si l'environnement des affaires sur le marché domestique y était propice.

Pour l'AMITH, la réponse à cette question est claire. L'industrie marocaine du textile-habillement est un secteur d'avenir compte tenu des potentialités humaines et techniques dont il regorge, et de l'héritage et du savoir-faire cumulés à travers les générations. **Cette industrie est en capacité de satisfaire**

les attentes et les besoins du consommateur marocain que ce soit en termes de qualité, de prix ou de mode. De plus, notre économie a grandement besoin de la vitalité de cette industrie en termes de création d'emplois, et de sa contribution bénéfique à l'équilibre de notre balance commerciale.

Le principal défi aujourd'hui est de pouvoir passer le cap de cette crise sanitaire qui a gravement porté préjudice aux entreprises et aux emplois de manière générale. **Nous prônons une intégration de la chaîne de valeur de la production à la distribution.** Dans cette dynamique, la distribution est la locomotive de cet objectif de reconquête de notre marché domestique.