

# LE TEXTILE HABILLEMENT

## LA VOLONTE DE REMPORTE

### LA NOUVELLE REVOLUTION INDUSTRIELLE

Le Textile Habillement pourrait redevenir un secteur d'avenir s'il saisit les nouvelles opportunités qui émergent. Le Textile Habillement du futur aura un visage très différent des manufactures du passé. Il s'enracinera dans l'imaginaire du consommateur en s'appuyant sur l'innovation et l'excellence opérationnelle. Il a été le premier à affronter une véritable Révolution Industrielle au XXème siècle et il sera le premier à passer le cap d'une nouvelle Mutation Economique qui surgit à l'horizon. Loin d'être un secteur vieillot, il est le laboratoire d'une nouvelle modernité industrielle.

#### LE CHOC DES REVOLUTIONS INDUSTRIELLES

Le Textile Habillement a subi un choc d'une rare violence, à partir des années 80, celui **d'une véritable Révolution Industrielle** bien plus profonde que le terme de mondialisation ne le laisse supposer. Les véritables moteurs du renversement des structures économiques et des flux d'échanges sont :

- La concentration de la distribution
- Le développement des technologies de l'information

Sans eux, la délocalisation massive de la production occidentale vers les pays à faibles coûts salariaux n'aurait jamais pris une telle ampleur. La filière est passée d'une industrie de manufacture qui « poussait » son offre vers des distributeurs indépendants atomisés, à un modèle tiré par les clients/distributeurs dont les ressorts stratégiques s'appuient sur une croissance des volume et une diminution des coûts.

Aujourd'hui, **une nouvelle Révolution Industrielle** pointe à l'horizon, elle est mue par :

- Les changements très profonds du consommateur
- L'innovation technologique dans les Textiles

**LE CONSOMMATEUR PREND LE POUVOIR.** Après l'ère de l'industrie, celle des services, nous allons vivre **l'ère de l'individuel**. La consommation n'est plus rythmée par les besoins. Le consommateur souhaite désormais exprimer ses désirs, ses émotions, son identité, ses avis, dans l'acte même de consommation. Parmi les multiples tendances qui affleurent, une se révèle particulièrement puissante, depuis 2-3 ans : la consommation responsable, consciente qui intègre dans un même mouvement les valeurs de durée, de respect, d'éthique, alliées au plaisir.

Il sera primordial d'accéder à **l'imaginaire, de savoir tisser et entretenir un lien individuel avec chacun de ses clients dans un monde sursaturé de biens**. Cette transformation majeure va miner la consommation de masse et laisser fleurir de nouveaux marchés spécifiques et divers. L'organisation de la distribution de masse s'en trouvera affectée, et par ricochet, l'industrie.

Dans cette perspective, **l'industrie française dispose de vrais potentiels pour saisir ces nouvelles opportunités**, car les coûts ne joueront plus un rôle aussi exclusif, aussi hégémonique.

Les nouveaux leviers de croissance sont complexes, fondés sur de multiples convergences : les désirs et les rêves des individus, la transmutation des processus d'innovation, l'immatériel, le croisement des technologies, la contraction et la fluidité des circuits de production, la collaboration.

## **LES BLOCAGES STRUCTURELS AU DEVELOPPEMENT DES PME FRANÇAISES**

Le secteur du Textile Habillement est majoritairement composé de PME, voire de TPE : 9 entreprises sur 10 ont moins de 50 personnes, et 6 sur 10 moins de 10 personnes. Aussi, est-il fortement pénalisé par des blocages structurels, spécifiquement français, notamment : **l'accès au financement et la lourdeur administrative**. Deux solutions sont proposées pour les alléger :

- **La création d'un Fonds Commun de Créances**
- **La mise en place d'une interface unique** pour la collecte des informations administratives auprès des PME

## **UNE STRATEGIE GAGNANTE POUR LE TEXTILE HABILLEMENT**

L'industrie du Textile Habillement s'organise en deux univers :

- **La filière du Textile Habillement** qui représente encore les  $\frac{3}{4}$  du secteur. Elle subit les contraintes les plus fortes car elle est assujetti aux exigences de la distribution et doit satisfaire la multiplicité des aspirations du consommateur final. Son développement passera par la créativité, le marketing, l'innovation, l'organisation d'une chaîne logistique de filière, la dynamique commerciale, l'image et la communication
- **Les matériaux souples innovants**. Aujourd'hui, le Textile élargit son spectre au-delà des seules applications vestimentaires. Nous assistons à une véritable révolution industrielle technologique dans ce domaine. Ce nouvel univers a des perspectives de croissance extrêmement fortes, s'il ne perd pas de vue les besoins du client final, quel que soit sa nature. Ses ressorts stratégiques s'appuient sur l'innovation technologique, le marketing et le dynamisme commercial.

Les orientations stratégiques spécifiques au Textile Habillement révèlent ainsi des pistes relativement peu explorées à ce jour, en plus d'axes plus classiques.

### DES PISTES ORIGINALES

Certains axes stratégiques sont rarement évoqués pour le Textile Habillement.

- **La restauration de l'image de marque**
- **Une innovation d'un nouveau type**
- **La chaîne logistique**
- **Le réseau de valeur**

Parmi ceux-ci figurent l'innovation car usuellement, ce terme est réduit à la seule technologie ce qui ne constitue plus, à elle seule, une voie de succès.

**Un préalable, l'image de marque :** Aujourd'hui, la mauvaise image du secteur nuit très gravement à son développement ne serait-ce que pour attirer de nouveaux talents ou intéresser des investisseurs. La profession doit d'urgence engager un travail structuré et collaboratif pour redresser son image de marque et assurer son rayonnement.

**L'importance de l'innovation dans tous ses états.** Le terme d'innovation induit en erreur, tant le tropisme de la technologie est fort. **L'innovation a profondément changé de nature.** La seule innovation technologique n'est plus garante de succès commercial, loin de là. L'innovation doit impérativement intégrer l'immatériel dans l'ensemble des process. **L'innovation immatérielle est devenue systémique, elle touche tous les aspects de la création :**

- Les premières étapes de la conception, en s'immergeant dans l'imaginaire du consommateur, afin d'inventer de nouveaux concepts
- Toute la chaîne de développement en permettant l'intégration d'univers différents (pluri disciplines, pluri technologies, croisement de l'esthétique et des techniques) et l'ouverture sur de nouvelles réalités
- Le produit final, en y intégrant une charge psychique et affective
- L'élaboration de nouveaux services, de plus en plus indispensable

**L'innovation technologique** ne doit pas être délaissée, mais elle doit s'enraciner dans les aspirations des consommateurs. Cet aspect est crucial pour l'avenir des Textiles Techniques. Le point central pour le Textile Habillement sera de densifier les transferts de technologie pour les PME, de favoriser les hybridations entre technologies différentes, de croiser les techniques avec la pure créativité, et de transposer des savoir faire existants dans de nouveaux domaines.

L'Etat, de son côté, devra fortement renforcer **la lutte contre la contrefaçon** qui est devenu un véritable fléau. Cette lutte comporte 2 volets : le renforcement de la législation existante en France et en Europe, des discussions avec la grande distribution pour l'intégrer sans ambiguïté dans une politique de respect de la propriété intellectuelle.

**La chaîne logistique**, notamment dans la filière Textile Habillement, se révèle un levier stratégique majeur. En effet, le client, le distributeur achètent in fine un service global, en plus d'un produit. Les entreprises du secteur doivent apprendre à collaborer sur des mêmes chaînes logistiques pour servir ses clients et les différents marchés qui vont émerger.

**Le réseau de valeur.** Un réseau de valeur est littéralement composé d'une myriade d'interfaces, de connexions, d'interactions entre des réalités différentes. Son développement, son enrichissement constitue un objectif stratégique en soi, pour le Textile Habillement, qui est en totale cohérence avec la mutation du consommateur. R2ITH constitue un modèle à élargir et à dupliquer.

#### DES AXES STRATEGIQUES CLASSIQUES

Au-delà des pistes originales évoquées, certains axes stratégiques classiques gardent toute leur pertinence : **le dynamisme commercial, principalement international, et la montée des compétences.**

La réalisation d'un plan stratégique ambitieux pour le Textile Habillement impose une **très forte montée des compétences humaines dans l'ensemble du Textile Habillement.** Le renforcement des compétences managériales constitue un passage critique de l'ensemble du plan stratégique. Le FORTHAC, l'OPCA très performant de la branche, pourrait puissamment aider à la réalisation de cette ambition, en se positionnant comme un véritable cluster de compétences pour l'ensemble du Textile Habillement.

#### EN CONCLUSION

Le Textile Habillement est un secteur magnifique, d'une incroyable richesse humaine, industrielle, technologique, créative. Il peut s'engager sur la voie d'une nouvelle Renaissance en sortant de son concept étroit de filière, en adhérant aux nouvelles aspirations des consommateurs. Il a des atouts indéniables à jouer, beaucoup d'acteurs en expriment la volonté farouche et déterminée. Ensemble, ils peuvent redresser ce superbe défi :

**Le Textile Habillement, un secteur d'avenir pour la France**