

A propos de la localisation des industries de l'habillement

Solange MONTAGNÉ VILLETTE
Attachée de recherche UA 165 CNRS

L'industrie de l'habillement appartient à la filière textile et utilise comme matière première un produit déjà élaboré, le tissu. Pour éviter toute confusion, nous emploierons ici le mot textile uniquement pour qualifier la matière première tissu, par opposition au produit fini, le vêtement.

Au 19^{ème} siècle, quand l'industrie de l'habillement se développe, on constate naturellement une coïncidence géographique des deux activités.

Les premiers vêtements fabriqués en grande série sont les uniformes, notamment ceux de l'armée, et les vêtements de travail. Les pays les plus industrialisés, les plus riches, souvent puissances coloniales, concentrent l'industrie de l'habillement dans les zones peuplées. Les difficultés de transport, du moins au début de la période, favorisent également une localisation proche des grands centres textiles.

Or, depuis une vingtaine d'années, on assiste à une délocalisation de cette industrie vers les pays à bas salaires.

Cela signifie-t-il que la localisation de l'industrie de l'habillement n'est plus dépendante de celle de sa matière première mais au contraire de la présence d'une main-d'oeuvre à bon marché?

En fait, la complexité du problème demande plusieurs réponses et beaucoup de nuances.

D'une part, les pays fabriquant de l'habillement sont à la fois des pays à bas salaires et des pays disposant généralement d'une industrie textile. D'autre part, des facteurs de localisation jusqu'ici non pris en compte sont intervenus.

Si on admet que la géographie implique l'étude de l'environnement humain, il faut prendre en compte une dimension souvent négligée faute d'être quantifiable, l'ambiance au sens large. Il est temps, après une approche physique, économique et politique, de considérer que les modes, le marché et l'opinion

publique font partie intégrante de l'environnement. Cette négligence explique d'ailleurs la faillite de certains déterminismes basés sur des critères aussi rationnels que le climat, les ressources... Classée dans les sciences humaines, la géographie comporte un élément impondérable: le mouvement des idées.

La matière première ne peut donc plus être considérée comme un élément prépondérant de localisation d'une industrie de ce type mais comme un facteur parmi d'autres.

Ce bref exposé se propose donc d'étudier l'évolution des localisations de l'industrie de l'habillement en évaluant plus particulièrement pour chaque période, la place occupée par la matière en tant que facteur de localisation.

Schématiquement on distingue trois types de localisation en rapport avec la situation économique du pays d'accueil; localisation basée sur la matière première, la main-d'oeuvre et le marché. Cette étude doit donc être replacée dans le cadre des rapports entre pays riches et pays pauvres.

1. La superposition des régions de textile et des régions d'habillement

L'habillement est dans un premier temps une industrie à usage interne et d'autant plus développée que le pays est riche et climatiquement demandeur. La naissance de cette industrie dans la zone tempérée n'est pas un hasard, surtout à une période où le matériel de fabrication est simple. L'habillement, alors structuré en petits ateliers se concentre tout naturellement sur les lieux de fabrication du tissu, dont il constitue encore aujourd'hui 50% des débouchés.

A cette période, le problème de délocalisation ne se pose pas encore en raison de la faiblesse générale des salaires et de l'étroitesse du commerce international en ce domaine.

En France, on constate une superposition entre les régions de fabrication des étoffes et celles des vêtements au début du siècle.

Le Nord confectionne des vêtements de base en coton et laine. La région lyonnaise, spécialisée dans les soieries, produit de la lingerie et des vêtements de luxe. Quand le textile synthétique s'y installe, elle se tourne vers le vêtement de sport qui l'utilise en grande quantité. (Il faut aussi noter que la notion de marché apparaît déjà, en raison de la proximité des Alpes). De même, la tradition lainière de Champagne débouche sur les vêtements tricotés et, les gants proviennent, dans un premier temps, des régions productrices de peaux.

Malgré la survivance de certaines de ces localisations, la situation actuelle ne présente plus ce déterminisme primaire.

En 1985, les grandes régions textiles que sont le Nord et Rhône-Alpes, perdent de l'importance en ce qui concerne l'habillement, après avoir été aux meilleures places par leur effectif et leur chiffre d'affaires.

Le développement récent de l'habillement dans le Choletais correspond plus à une activité de substitution qu'au complément de l'activité textile depuis longtemps en déclin. Ici, l'habillement remplace la chaussure après la 2ème. guerre mondiale en tant que pourvoyeur d'emplois. La chaussure résultant elle-même de la reconversion de la main-d'oeuvre textile au siècle dernier.

Les dernières statistiques régionales du Ministère de l'Industrie datent de 1983 mais permettent des comparaisons. Elles montrent (Tableau I) que la superposition du textile et de l'habillement n'est plus automatique, du moins pour les effectifs. (Carte I).

TABLEAU I.

Effectif et place des grandes régions de textile et d'habillement

	Textile		Habillement	
	Effectif	Place	Effectif	Place
Nord-Pas de Calais	62.531	1	22.281	2
Rhône-Alpes	38.732	2	14.866	4
Champagne-Ardenne	21.612	3	—	21
Lorraine	18.100	4	—	8
Alsace	16.700	5	—	11
Ile de France	—	8	22.762	1
Pays de la Loire	—	12	22.001	3
Centre	—	19	13.776	5

*Source: Ministère du Redéploiement Industriel, 1983, E.A.E.
Concerne uniquement les établissements de plus de 20 personnes.*

On remarque également que la région Côte d'Azur qui rassemble 0,5% des effectifs textile compte 2,5% de ceux de l'habillement et occupe à ce titre une place non négligeable en France. Déjà se profilent d'autres facteurs de localisation dont il conviendra de reparler.

Le second type de localisation de l'industrie de l'habillement date de la période de mondialisation des échanges et de la décolonisation.

2. La délocalisation de l'habillement vers les pays à bas salaires

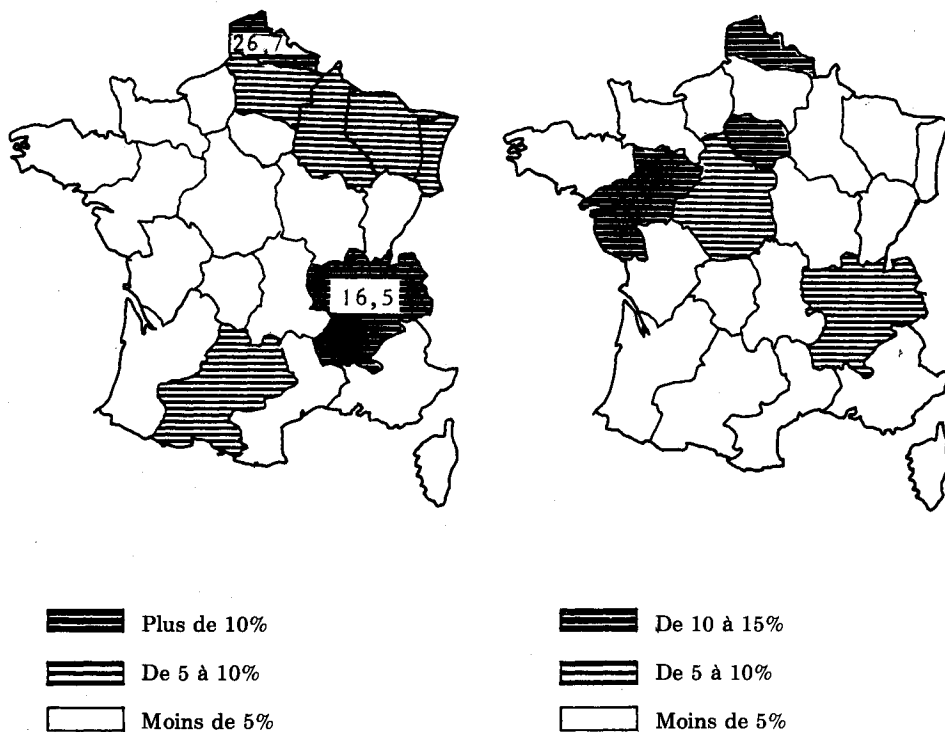
Trois éléments indissociables interviennent après la seconde guerre:

— La décolonisation et l'explosion démographique poussent les pays en voie de développement vers une industrialisation basée sur la main-d'oeuvre.

CARTE I:
Les effectifs des industries du textile et de l'habillement.

Textile

Habillement



Source: EAE, 1983.

— L'enrichissement des pays industrialisés augmente le différentiel des coûts salariaux entre le Nord et le Sud.

— La multiplication des échanges permet d'abaisser les coûts du transport.

Dans la période post-coloniale, une double volonté apparaît dans les pays en voie de développement. La première, faute de capitaux, consiste à orienter l'industrialisation vers des secteurs gros consommateurs de main-d'oeuvre. La seconde, plus politique, vise à se libérer des pays pourvoyeurs de biens de consommation usuels (vaisselle, petit mobilier, habillement) et si possible de les concurrencer dans certains créneaux.

Vue sous cet angle, l'industrie de l'habillement occupe une place de choix; grâce à un équipement minimum et à des salaires très faibles, les pays en voie de développement se trouvent en position de pouvoir construire une industrie

de biens de consommation, pouvant à la fois fournir le marché intérieur, exporter à des prix compétitifs et occuper une main-d'oeuvre abondante et peu qualifiée. La vocation exportatrice implique évidemment que les pays riches acceptent la pénétration de leur marché. Malgré des réglementations douanières défavorables, la pénétration des marchés du Nord sera, dans un premier temps, facilitée par les industriels de ces pays qui abuseront du système de la péréquation⁽¹⁾. C'est donc l'Occident lui-même, qui mettra en place les systèmes concurrents qui provoqueront les difficultés actuelles de ce secteur.

Cette phase coïncide avec l'élévation du niveau de vie et celle des salaires ouvriers dans les pays industriels. Elle s'accompagne d'un accroissement de la protection sociale entraînant une augmentation considérable des coûts de la main-d'oeuvre.

La localisation des industries de l'habillement, durant cette période semble donc déterminée par la recherche du moindre coût salarial. Cette évidence mérite d'être nuancée. En effet, on constate que les grands pays producteurs de vêtements du Tiers Monde sont également de grands producteurs de textile. En France, les plus grosses importations de vêtements en provenance des pays asiatiques ont pour origine Hong-Kong, Macao, l'Inde et la Chine. Or, ces mêmes pays disposent d'une industrie textile importante dont la production en matière première correspond à celle en produits finis. On peut, pour plus de détails, se reporter au dernier livre de Michel Battiau⁽²⁾ présentant un panorama mondial.

Parmi les pays méditerranéens à bas salaires, le Portugal et la Grèce qui fournissent une part non négligeable de nos importations de vêtements sont de grands pays textiles.

Dans la mesure où il existe une intégration de l'activité textile dans ces pays, il est difficile de distinguer la part respective des coûts salariaux et de la matière première en tant que facteur de localisation des industries de l'habillement. La stratégie des grandes entreprises apporte des éléments de réponse.

En 1980, la firme BIDERMANN délocalise une part de sa production au Viet-Nam pour deux motifs. Elle bénéficie là d'une main-d'oeuvre docile et à bon marché, mais aussi de la proximité des tissus chinois et japonais qu'elle fait livrer directement à ses sous-traitants. Par contre, ses contrats de sous-traitance avec les pays à économie planifiée, notamment la Hongrie et la Bulgarie, ne visent que la recherche d'une main-d'oeuvre à bon marché puisque dans ce cas, les tissus sont expédiés de France ou d'Italie. La localisation d'une part importante de son potentiel industriel dans le Nord de la France répond, quant à elle, à trois motifs: l'opportunité de locaux disponibles dans une région bénéficiant de primes de décentralisation, l'existence d'un bassin de main-d'oeuvre et la proximité des tissus et de la capitale.

Les motifs de localisation, au delà des apparences, répondent donc à des choix complexes. Vouloir faire des bas salaires l'unique facteur de localisation des industries de l'habillement, durant cette période, relève d'une schématisation simpliste, comme en témoigne l'exemple africain.

L'Afrique Noire dont la main-d'oeuvre reste fort peu coûteuse ne fournit qu'une faible part de la production mondiale de vêtements. Excepté le Nigéria, doté d'une industrie cotonnière d'envergure, les pays d'Afrique noire ne produisent que peu de tissu. La localisation de l'industrie de l'habillement dans

cette région se heurte à la fois à l'absence de tradition industrielle et à l'approvisionnement en matière première.

On ne dispose malheureusement d'aucune donnée chiffrée sérieuse concernant la part respective de la matière première ou des bas salaires. Même si ces derniers sont déterminants, la matière première reste un attrait important.

La hausse récente du dollar, responsable de l'augmentation des coûts asiatiques, a eu pour conséquence le repatriement d'une part de la production dans des pays à monnaie moins dynamique tels la France ou le Maroc. Néanmoins, la préférence des multinationales américaines a bénéficié à la France dont la productivité et la qualité de main-d'oeuvre ont été prises en compte.

La délocalisation résultant des bas salaires conduira les pays développés à supporter un taux de couverture d'à peine 50% en volume pour l'habillement. Pour échapper à la concurrence des pays à bas salaires, renforcée par la crise économique, les pays du Nord vont se spécialiser dans la fabrication de vêtements à la mode et de qualité. Cette stratégie détermine un troisième type de localisation des industries du vêtement.

3. Les nouveaux facteurs de localisation des industries de l'habillement

La politique actuelle en matière de localisation est plus une parade à la crise économique qu'une stratégie à long terme. A ce titre, elle peut changer à tout moment.

Pour subsister, l'industrie de l'habillement doit prendre en compte des éléments nouveaux tels la spécificité du marché et le contexte social. Dans les pays riches le vêtement n'est plus destiné à satisfaire le besoin de protection du corps mais à celui de se parer ou de paraître. La notion de «mode» explique les nouveaux facteurs de localisation. Désormais la qualité, mais aussi la rapidité et l'information, toutes trois composantes de la mode, interviennent.

1. La prise en compte de la qualité en tant que facteur de localisation

Le mot qualité et celui de mode ne doivent pas être pris dans leur sens strict mais dans celui d'adaptabilité du produit par rapport à la demande. Le besoin de solidité autrefois primordial pour le vêtement est actuellement détrôné par ce que les professionnels de l'habillement appellent le «LOOK». Ces phénomènes n'ont pas encore été étudiés en raison de leur nouveauté et de l'impossibilité d'en déterminer l'aspect quantitatif.

Un exemple concret montre les aspects de cette «nouvelle donne».

En 1982, la firme *Bidermann*⁽³⁾ rapatrie de Hong-Kong à la Roche sur Yon (Vendée) la fabrication des chemises Yves *Saint-Laurent*. Elle répond ainsi à deux nécessités. Elle doit d'une part maintenir l'emploi dans son usine et d'autre part se fournir à nouveau en tissus européens, mieux adaptés à ce type de produits haut de gamme. On constatait en effet, un rejet des tissus asiatiques, considérés comme étant de qualité médiocre surtout en ce qui concernait leur

nement ou de dispersion entre le tissu, la fabrication et l'information intervient négativement.

Un autre exemple illustre l'utilité actuelle de la proximité de la matière première.

Plusieurs sous-traitants français travaillant pour l'exportation vers les Etats-Unis n'ont pu satisfaire la demande, gênés par les déficiences du secteur textile. Ils ont dû acheter des tissus italiens alors qu'un approvisionnement national aurait été préférable, en raison de sa rapidité. En effet, l'importation temporaire, hors TVA ou droits de douane, en vue de la réexportation, exige de lourdes procédures administratives et financières. Outre l'utilisation obligatoire d'un transitaire en douane, il faut refaire les formalités à chaque déplacement du tissu (et ce, même à l'intérieur de la France, quand il y a changement de région douanière). Ces difficultés valorisent donc la matière première nationale.

De la même façon, la localisation d'une part importante de la fabrication urbaine et clandestine n'a pas pour unique but la fraude. Si la recherche de gains supplémentaires sur les coûts de main-d'oeuvre explique la multiplication des fabrications clandestines en France ou celle des «sweat-shops» américaines, il ne faut pas négliger le besoin de se rapprocher du marché afin de répondre à ses désirs changeants. Les vêtements fabriqués dans ces conditions utilisent d'ailleurs des tissus nationaux.

Les quartiers de type «Sentier»⁽⁵⁾ qu'on trouve à Paris, à Lyons ou à Rome comportent toujours la totalité de la filière textile; les fabricants de vêtements côtoient ceux de tissus et d'accessoires divers.

Une enquête, dans le Sentier marseillais, nous a confirmé l'importance du facteur mode dans la localisation de la fabrication. Le «Sentier» marseillais, outre l'approvisionnement des commerçants de la région présente la particularité de fournir en produits «mode» des Tunisiens, des Algériens et des Marocains. Les vêtements fabriqués ici, sont revendus fort cher au marché noir dans les pays du Maghreb dont deux sont parmi les plus gros producteurs d'habillement. La situation marocaine justifie ce trafic illicite destiné à une classe sociale relativement aisée et désireuse de suivre la mode occidentale. Le Maroc a jusqu'ici protégé son industrie textile en empêchant les importations. Il est significatif que les mesures d'assouplissement des importations, prises en février dernier, ne concernent pas les tapis et les vêtements. Or, le Maroc ne fabrique que des tissus «classiques» ne présentant pas toutes les qualités de nouveauté et d'innovation indispensables à la mode.

La notion de créativité s'applique également au style des vêtements. Paris et la Côte d'Azur qui ne sont pas des centres textiles importants rassemblent une large part de la production de vêtements. En concevant des produits plus créatifs et adaptés non aux besoins, mais aux rêves des consommateurs, ces régions ont attiré l'industrie.

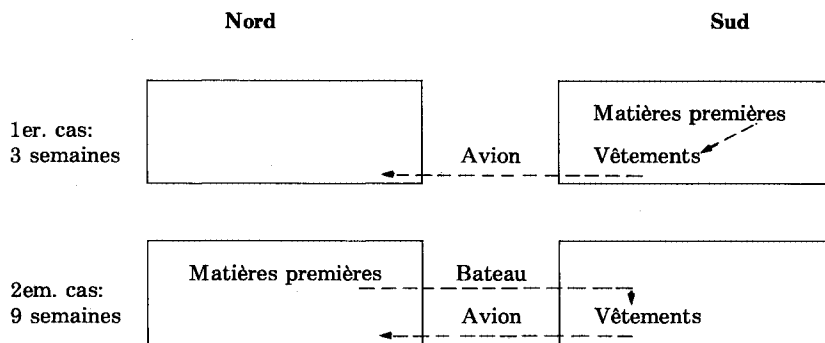
Aussi surprenant que cela puisse paraître pour une industrie jeune, et traditionnellement considérée comme une industrie de main-d'oeuvre, la matière première reste un facteur important de localisation, surtout si elle présente un caractère de nouveauté. Le facteur des coûts de transport, ici secondaire, s'efface devant la primauté des flux informatifs.

coloris et leur toucher. Il devenait indispensable d'utiliser des matières premières plus créatives introuvables dans le Tiers-Monde.

Ce rôle de la matière première en tant que facteur de localisation se trouvait renforcé par les problèmes d'éloignement; six semaines sont nécessaires pour transporter par bateau des tissus entre la France et l'Asie du Sud-Est. On imagine aisément, dans ce cas de figure, l'inutilité d'utiliser une main-d'oeuvre asiatique à bon marché simultanément avec des produits textiles d'origine européenne.

La notion de mode et le caractère éphémère qui s'y attache ne pourrait supporter un trajet d'au moins neuf semaines et le doublement des frais de transport.

CROQUIS 1:
Deux cas de sous-traitance dans le cadre Nord-Sud



L'habillement, actuellement à la recherche de créativité dans la forme et dans le tissu, se tourne donc vers des fournisseurs de matières premières inventifs, susceptibles de sentir la demande et géographiquement proches, pour produire dans les délais les plus brefs, un produit qu'on ne peut que qualifier de périssable.

Un article récent du journal «Le Monde»⁽⁴⁾ relatait les difficultés de l'industrie de l'habillement marocaine depuis 1980, dans le contexte international. En dépit de salaires ne dépassant pas 1000 dirhams (1000 francs), le Maroc subit de plus en plus la concurrence des pays riches. L'augmentation des coûts de la main-d'oeuvre y est progressivement compensée par une amélioration du matériel et une augmentation de la productivité remarquable. Le Maroc qui veut orienter sa production vers le haut de gamme se trouve également confronté au problème de l'approvisionnement en tissus créatifs dont il ne dispose pas, faute de temps et d'information sur la nature du marché visé.

2. L'invention du facteur temps et de l'information

Tout le processus de mode repose sur la notion de rapidité de réponse à un phénomène culturel et psychologique. Pour le vêtement, tout facteur d'éloig-

A ce titre, on peut donc supposer que pour un certain nombre de produits incluant un facteur «mode», la rapidité de communication dont disposent les pays riches joue un rôle positif, capable de compenser les bas salaires. Dans ce cas précis, la production de matières premières originales mieux adaptées aux marchés occidentaux permettrait au Nord de conserver la part la plus rentable de l'industrie de l'habillement.

Bibliographie

Le renouveau du Sentier à Paris.

Analyse de l'Espace. Cahiers n° 3 et 4. 1980. Paris-1. UA 165 CNRS.

Une industrie adaptée à son environnement: le prêt à porter parisien. Communication au colloque «Industrie et Environnement» du BAGF. Nov. 81. Paris.

La main d'oeuvre non salariée dans l'industrie de l'habillement. Communication IIème Réunion Plénière Groupe International Géographie Textil de Lille, Oct. 83. Article dans «Hommes et Terres du Nord», n° 2, Lille, 1984, p. 77-81.

L'évolution récente du groupe BIDERMANN. Norois, n° 123, Poitiers, 1984, p. 449-455.

Les nouveaux aspects du prêt à porter dans le Choletais. Norois, n° 125, Poitiers, 1985, p. 71-85.

Le «Sentier de Lyon». A paraître dans la «Revue de Géographie de Lyon» en Juin 1985.

Les limites de l'information en Géographie industrielle. A paraître dans les Cahiers «Analyse de l'Espace» en Octobre 1985.

A propos de la localisation des industries de l'habillement. Communication et publication IIIème Réunion Plénière Groupe International Géographie Textil, de Barcelone, Juin 1985. A paraître dans «Treballs de la Societat Catalana de Geografia», n° 3, Barcelona, 1985.

(1) Péréquation: méthode consistant à importer des articles à bas prix dont les bénéfices serviront à diminuer les marges sur les produits fabriqués en France.

(2) M. BATTIAU: *Le textile. Vers une nouvelle donne.* SEDES, Paris, 1985.

(3) S. MONTAGNE VILLETTE. *L'évolution récente du groupe BIDERMANN.* Norois, Poitiers n° 123, 1984.

(4) *Le Monde* 16 avril 85: «Maroc. A l'heure de la concurrence». B. AUDUSSE.

(5) On appelle Sentier un quartier spécialisé dans la fabrication plus ou moins légale de vêtements à bon marché, par analogie avec le quartier parisien du même nom.

About displacement of dress industries

The factors of location such raw material or labour cannot explain the present position of the clothing industry. Its originality obliges to take into account psychological and cultural factors, unmeasurable and until now unexplored. The only convergence of all these elements justifies the location of a «fashion industry».

En relació a la localització de les indústries del vestit

Els factors de localització com la matèria primera o la mà d'obra no són suficients per explicar la distribució actual de la indústria del vestit. La seva originalitat implica també que s'hagin de considerar factors psicològics i culturals no-quantificables i que fins ara no s'han estudiat. Només la convergència de tots aquests elements justifica la localització d'una indústria de «moda».