



Le marché suisse du prêt-à-porter

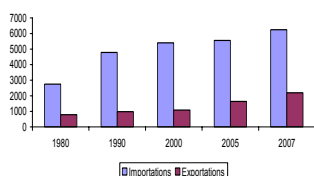
Actualisation du 17 octobre 2008

© MINEIE – DGTPE

Prestation réalisée sous système de management de la qualité certifié AFAQ ISO 9001

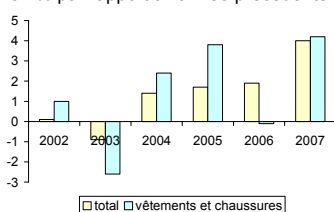
Le cadre général

Déficit commercial du secteur de l'habillement en millions de CHF



Source: Douanes suisses

Croissance du chiffre d'affaires dans le commerce de détail en % par rapport à l'année précédente



Source: OFS

Production haut de gamme, commerce bon marché

Petit marché de 7,6 millions de consommateurs, la Suisse possède une industrie textile dont la production en valeur se situe sensiblement au même niveau que les ventes suisses réalisées à l'export dans ce secteur. En effet, la production suisse du prêt-à-porter, spécialisée dans des produits plutôt haut de gamme se singularise d'abord par une forte orientation vers les marchés étrangers à pouvoir d'achat élevé. Ces choix stratégiques ont permis aux professionnels de la branche d'enregistrer depuis 2004 une croissance à deux chiffres de leur chiffre d'affaires comme l'a révélé une récente étude du Crédit suisse

La consommation sur le marché intérieur a connu une croissance moins soutenue, passant d'environ 5 500 millions de CHF en 2004 à 6 100 millions de CHF en 2007 (chiffres réels).

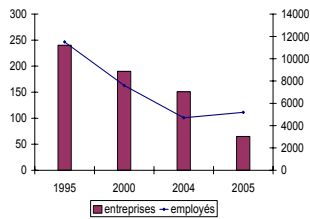
Alors que les produits de l'industrie textile locale trouvent majoritairement leurs débouchés à l'étranger, le commerce de détail suisse repose presque exclusivement sur des produits importés, creusant ainsi le déficit de la balance commerciale au niveau de la rubrique douanière englobant ces produits de quelques 4 milliards de CHF. Bien que disposant d'un pouvoir d'achat plus élevé que la moyenne européenne, la part des dépenses mensuelles par ménage a baissé de moitié, passant d'en moyenne 5% en 1990 à seulement 2,7% en 2006. Plus élevée que celle des Français (3,8%), dans le passé, la consommation locale d'habillement est désormais passée derrière celle de ses principaux voisins. Pourtant, avec une consommation en volume de 30kg de vêtements par an, les Suisses suivent le même rythme de consommation que les autres pays industrialisés. Loin de réduire les dépenses liées à l'habillement, les ménages suisses s'orientent de plus en plus vers les fournisseurs étrangers pratiquant des prix inférieurs aux fabrications locales. Les quelques 225 CHF dépensés mensuellement par ménage ne sont plus uniquement investis dans des articles de qualité mais davantage consacrés pour l'achat du produit déposé pour la « mode de tendance ».

La production

Nombre d'entreprises et d'effectifs dans l'industrie de l'habillement

Rebondissement grâce aux pays émergents

Pour mémoire et selon l'association suisse de textile (TVS), aucune autre branche n'est aussi exposée à la mondialisation et à la division internationale du travail que celle de l'habillement. Durant les six dernières années, le secteur de l'habillement a subi la mondialisation avec localement une contraction du nombre d'entreprises actives dans le secteur de 34,5%, ainsi qu'une réduction de ses effectifs de 49%. En revanche, le secteur semble enfin pouvoir tirer des bénéfices de la mondialisation. Après une longue



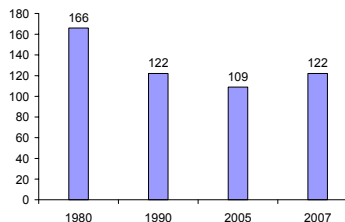
Source: TVS

Bénéfices nets moins pertes nettes des grandes sociétés de capitaux de l'habillement en % des charges



Source: OFS

Indice de production de l'industrie de l'habillement



Source: TVS

phase descendante, débutée en 1990, l'année 2007 a vu la première forte augmentation de l'indice de production de 26%, dépassant même la tendance générale de l'industrie. Cependant, l'indice de production absolu reste encore sous la moyenne industrielle générale, ce qui est le résultat de la contraction de ces dernières années.

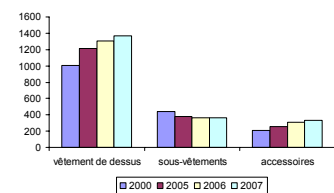
Depuis plus de 10 ans, la branche a recommencé à créer des emplois suite à l'augmentation importante de la demande qui à son tour a entraîné une hausse significative du taux d'utilisation des capacités de production de 102,2% (Crédit Suisse). Selon Crédit Suisse, cette croissance, comparée à la moyenne industrielle, aurait été la plus forte de toute l'industrie en 2007. Les analystes de la banque confirment que l'an dernier a été l'une des meilleures années des dernières décennies pour l'industrie suisse de l'habillement.

Le processus d'adaptation de l'industrie helvétique de l'habillement à la concurrence internationale s'est traduit dans un premier temps par la délocalisation des sites de production, laquelle est à présent achevée selon l'association suisse de textile. De fait, les entreprises gardent uniquement les services de marketing, de design et de distribution en Suisse. Cette stratégie s'est avérée profitable, ayant permis, entre autres, une croissance des bénéfices ces dernières années, passant de -2,1% en 2000 à +4,8% en 2005. L'installation récente de fabricants haut de gamme italiens (Armani, Boss, Versace, Gucci) dans le canton italoophone du Tessin, ne saurait expliquer à elle seule cette évolution même si le transfert de la production a été pour ces marques l'occasion de la découverte de nouveaux débouchés. La concurrence à bas prix a poussé l'industrie de l'habillement à se réorienter vers la qualité, le haut de gamme et les produits innovants. Ce fait se reflète aussi dans les chiffres avec l'augmentation de la valeur des exportations au kilogramme alors que les prix à l'importation s'affichent à la baisse.

L'industrie suisse de l'habillement se concentre avec 2/3 de la production et 3/4 du chiffre d'affaires sur les vêtements de dessus. Avec 6,5%, la production d'accessoires montre pourtant plus de dynamisme, dépassant la croissance des vêtements de dessus de presque deux point de pourcentage.

L'industrie suisse de l'habillement se concentre avec 2/3 de la production et 3/4 du chiffre d'affaires sur les vêtements de dessus. Avec 6,5%, la production d'accessoires montre pourtant plus de dynamisme, dépassant la croissance des vêtements de dessus de presque deux point de pourcentage.

Chiffre d'affaires dans l'industrie de l'habillement en millions CHF

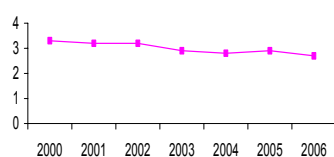


Source: TVS

Le commerce

Concentration de la distribution, et une demande hybride

Développement des dépenses des ménages à l'habillement en % des dépenses mensuelles



Source: OFS

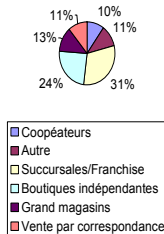
D'après le « Swiss Import Promotion Program » (sippo), la distribution dans le domaine de l'habillement a connu une concentration importante avec le lancement des magasins d'usine, des succursales et des points de vente de marques dans les grands magasins – la diffusion continue de sociétés étrangères (tels que C&A, H&M) non-inclus. De plus en plus de détaillants favorisent une approche multiple de distribution, en se servant aussi de la vente en ligne.

Les vêtements n'étant plus considérés comme un bien de consommation durable, le consommateur est moins exigeant en termes de qualité. Avec l'essor des détaillants bon marché et un climat économique prospère, la demande s'est pourtant diversifiée, créant un consommateur "hybride". Ce consommateur se sent bien à la fois dans la mode haut de gamme (voire les vêtements sur mesure) ainsi que dans des vêtements à moindre prix. L'âge

Les premiers détaillants de l'habillement

- H&M
- Vögele
- C&A Suisse
- PKZ Group

Modes de distribution de l'habillement



Source: Sippo

n'est plus déterminant quant aux goûts des clients. La part du commerce consacrée à l'habillement étant en baisse, les ménages à bas revenu peuvent profiter d'une offre mieux adaptée. Chez les ménages les plus aisés la diminution a été moins prononcée : la différence des dépenses pour l'habillement s'est légèrement fléchi de 1,3% entre 1998 et 2005. L'offre est dorénavant mieux adaptée au revenu disponible – et c'est le haut de gamme qui semble être proportionnellement moins affecté par cette évolution.

Les différences culturelles cantonales se reflètent aussi sur le marché de la mode, faisant comparativement du Tessin la région la plus forte consommatrice d'articles de confection avec environ 1% de plus de dépenses mensuelles que dans le reste de la Suisse. Ce constat peut surprendre au regard du pouvoir d'achat plus élevé des consommateurs vivant dans la partie la partie alémanique. Il peut s'expliquer toutefois par le fait de l'augmentation de la fréquentation, dans ce canton italophone de la Suisse, de consommateurs italiens attirés par au taux de change plus favorables. Les dépenses mensuelles féminines dépassent en moyenne de 40% celles des hommes (OFS).

L'intégration croissante du prix par les ménages dans leur décision d'achat s'est traduite par une réduction des marges des détaillants, contrairement à celles des producteurs suisses. Cela a pour conséquence une situation très concurrentielle, bénéfique aux consommateurs et comportant un grand défi pour les détaillants. Reflétant la forte concurrence du secteur, l'indice de prix à la consommation dans l'habillement a été à la traîne des autres indices sectoriels de moins un pour cent ces trois dernières années. Il est resté largement inférieur à l'indice de consommation générale. Dans le commerce de l'habillement, la réputation de « la Suisse, îlot de cherté » ne se vérifie donc pas, fait qui est encore accentué par un montant plus faible de TVA (7,5%) comparativement aux autres pays européens.

L'international

Des liens plus forts avec la Chine

Principaux vendeurs d'habillement

Pays	Valeur en millions de CHF	Part des importations
Allemagne	1943.9	31
Italie	1547.3	24
Chine	625.6	10
France	496.3	8

Source: Douanes suisses

A l'heure actuelle 81% des importations suisses du secteur de l'habillement proviennent de l'Union Européenne, dont 62,5% des pays voisins au nord et au sud de la Suisse. Les importations de

	Pays	Valeur en millions de CHF	Part des exportations	Croissance entre 2006 /2007
1	Etats-Unis	391.5	17,8	5.6
2	Allemagne	387.5	17,6	3.6
3	Italie	225.1	10,2	10.3
5	France	110.7	5	3.9
8	Chine	81.9	3,7	27.0
10	Russie	55.7	2,5	24.3

France ne représentent **que 8%**. Pour l'avenir, la branche s'attend à une baisse de la part des importations d'origine européenne, notamment au profit de la Chine, qui a dépassé la France en tant que troisième fournisseur en seulement trois ans. Les destinations géographiques des exportations suisses sont plus diversifiées, avec un nombre plus important d'acheteurs répartis dans le monde mais passant des commandes de petites quantités. Le marché européen étant saturé, la mode suisse s'exporte majoritairement aux Etats-Unis. Durant les années à venir, les pays émergents importeront probablement encore plus de mode suisse, suite à l'émergence d'une classe sociale aisée dans ces pays. C'est pourquoi les producteurs suisses devront s'attendre à une légère baisse des exportations du fait des difficultés économiques actuelles des Etats-Unis qu'ils ne pourront pas compenser par l'essor de leurs ventes vers les pays émergents.

Action commerciale

Pratiques commerciales

Choix de la politique de vente

Salons professionnels

Revue professionnelle

Associations

Importance du service et de la prospection régulière

A l'importation, les articles de prêt-à-porter sont dispensés des droits de douane en vertu de l'accord de libre échange avec l'Union européenne. Seule la TVA de 7,5% leur est appliquée.

Le choix de la politique commerciale des industriels suisses de l'habillement dépend étroitement de la volonté exportatrice des entreprises et de leurs moyens: filiales de vente, agents exclusifs, show-room dans un centre de mode. Les importateurs/agents sont très sollicités et souvent saturés de cartes, mais font généralement preuve d'un grand professionnalisme. La plupart des grossistes et agents sont regroupés dans la banlieue de Zurich, au centre de Mode Textile :

TMC, Thurgauerstrasse 117, CH-8152 Glattbrugg

☎ +41 (0)43 211 59 30, ☎ +41 (0)43 211 59 35; www.tmc.ch

Les principaux acheteurs se déplacent sur les salons européens de la mode. Des journées d'achats sont organisées au TMC (Centre de mode textile de Zurich) et à Lausanne, deux fois par an.

Textil-Revue (en allemand), Fürstenlandstrasse 122, CH 9001 St Gallen

☎ +41 (0)71 272 77 77, ☎ +41 (0)71 272 74 49, www.textil-revue.ch

Textilverband Schweiz

Beethoven strasse 20

CH-8022 Zurich

Tél. : +41 (0)289 79 79

Fax : +41 (0)289 79 80

Internet : www.swisstextiles.ch

Courriel : contact@tvs.ch

Swiss Fashion Stores

c/o KPMG AG

CH- 3073 Gümligen-Bern

Tél. : + 41 (0)31 384 77 04

Fax : + 41 (0)31 384 76 36

www.swiss-fashion-stores.ch

eschaedeli@kpmg.com

Les publications

Mission Economique de Berne
Sulgeneckstrasse 37
CH-3007 Berne

Contact :

Sylvie Wanzenried

Tél : +41 (0)31 380 17 32

Fax : +41 (0)31 380 17 18

sylvie.wanzenried@missioneco.org

« L'ESSENTIEL D'UN MARCHÉ SUISSE »

http://www.missioneco.org/suisse/documents_new.asp?V=1_PDF_139887

Ce guide a pour objectif de faciliter la découverte du marché helvétique, riche et solvable, en brossant un panorama de son économie, de ses grands secteurs d'activité, de la réglementation, du contexte des affaires et en fournissant de nombreux contacts. Prix : 23,70 € HT

«S'IMPLANTER EN SUISSE »

http://www.missioneco.org/suisse/documents_new.asp?V=1_HTML_7947

Cet ouvrage, au-delà d'une simple présentation économique, propose des informations et des conseils pour tout investisseur souhaitant être présent sur ce marché. Il comporte notamment des contacts utiles à l'implantation et des témoignages recueillis auprès de praticiens et de dirigeants d'entreprises françaises. Prix : 56,87 € HT

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique (adresser les demandes à berne@missioneco.org).

Clause de non-responsabilité

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Auteur :

Mission Economique
Adresse : Sulgeneckstrasse 37
BERNE CH-3007
SUISSE

Rédigée par : Kerstin Holzheu

Revue par : Sylvie Wanzenried, Thierry Schoenahl

Version originelle du 1/03/2004

Version n° 2 du 17/10/2008