

# La filière artisanale du textile au Sénégal : analyse et cadre stratégique de développement

Artisanal textiles value chain analysis, Senegal - Strategic framework for subsector growth initiatives, USAID, 2006.

*L'artisanat du textile occupe une place très importante dans la vie quotidienne au Sénégal et a joué un grand rôle dans l'histoire culturelle et économique du pays. Dans le passé, le secteur du textile sénégalais était très actif, aussi bien dans la transformation de la matière première et dans la filature que dans la confection de vêtements. Aujourd'hui, on estime que la moitié des artisans du pays sont associés à la production de textile. Pourtant, du fait de la concurrence mondiale et de la restructuration de l'économie nationale, les acteurs de la filière peinent à se développer. Identifié comme un secteur de croissance potentiel, le textile artisanal fait l'objet de plusieurs initiatives de revitalisation. En août 2006, l'organisation Aid to Artisans a réalisé une analyse du secteur et formulé des recommandations pour l'USAID.*

## LES ACTEURS

Le secteur du textile artisanal au Sénégal se caractérise par un degré important de travail manuel et par une créativité qui transparaît dans le produit final. Le tableau qui suit (cf. page suivante) propose un panorama des acteurs de la filière et de leurs principales caractéristiques.

À ces acteurs de la filière s'ajoutent des acteurs institutionnels (hors filière), notamment les pouvoirs publics, les associations, coopératives ou ONG et les institutions internationales et bailleurs.

## APERÇU DES POINTS FORTS ET FAIBLESSES DE LA FILIÈRE

Le secteur du textile artisanal du Sénégal possède un certain nombre de points forts et de capacités prometteuses. La filière, fortement intégrée, compte des entrepreneurs motivés et des créateurs innovants, notamment des femmes très

actives. Elle jouit d'une main-d'œuvre qualifiée et de ressources humaines formées. La riche tradition du textile artisanal est source de distinction pour le secteur et attire des partenaires institutionnels et commerciaux qui représentent une diversité d'intérêts, de la croissance économique à la défense de la culture en passant par le développement communautaire. Le secteur est fortement lié à l'industrie nationale du coton.

En dépit de ces points forts, le secteur est fortement ralenti par des contraintes importantes, notamment par un environnement peu favorable et une faible diversité d'approvisionnement. Beaucoup d'acteurs de la filière agissent de manière isolée sans être en mesure d'exploiter les avantages de la représentation collective ou de la coopération entre acteurs. Les efforts visant à soutenir le secteur manquent de coordination. Cela s'explique en partie par un sens de la concurrence fortement présent chez les acteurs du secteur, un contrôle qualité peu cohérent d'une entreprise à l'autre et une crainte d'agir en violation des droits de propriété intellectuelle. Si quelques boutiques de créateurs offrent une solide représentation du secteur, le

## Panorama des acteurs de la filière artisanale du textile au Sénégal

## FOURNISSEURS D'INTRANTS

**Petits producteurs de coton**

Les intrants agricoles sont essentiels dans le secteur textile sénégalais. Les efforts de mobilisation collective sont récents. Le coton produit est de bonne qualité mais la production est limitée et le marché est dominé par un acheteur/revendeur.

**Industriels du coton/ intrants agricoles**

La Sodefitec (filiale d'une société française) est la seule entreprise d'égrenage du coton au Sénégal. Partenaire actif, elle collabore avec les agences internationales, appuie la diversification des cultures, offre des services aux fournisseurs. Mais la chute du prix du coton occasionne de fortes pertes, la société étant contrainte de vendre au prix du marché international.

**Petits transformateurs égrenage/filature coton**

Les petits transformateurs traditionnels sont très peu nombreux (demande en baisse). Ils offrent une souplesse intéressante pour le traitement de petits volumes de coton biologique, mais l'intensité de main-d'œuvre tend à entraîner des prix non compétitifs pour les produits finis.

**Filature industrielle**

La Cotonnière du Cap-Vert est la seule filature de coton industrielle encore en fonctionnement. Elle achète le coton à la Sodefitec et le transforme en différentes variétés de fils. Bon sens du marché et réactivité aux besoins des clients. Mais activité très coûteuse en concurrence directe avec les importations asiatiques.

**Importateurs/revendeurs**

Fournissent une part essentielle des intrants aux artisans : teintures, tissus, fil, outils et équipements, mercerie, etc. Expérience, réputation établie, mais prix en forte baisse et concurrence des importations asiatiques.

**PRODUCTEURS ET TRANSFORMATEURS (ajout de valeur)**

Composée d'une large gamme d'acteurs et d'activité, cette partie de la filière comprend les processus d'ajout de valeur ou de transformation des textiles (produits finis et non finis). Certains acteurs intègrent des fonctions multiples (créateurs de mode combinant tissage, impression et création de modèles pour le prêt-à-porter par ex.).

**TISSERANDS**

Forte capacité de production bien que le nombre de tisserands soit en baisse. Beaucoup relèvent du secteur informel. Bénéficient de la valeur culturelle nationale du tissage. Mais choix de fils limité au Sénégal (matière, couleurs, texture, etc.) et la plupart des produits conçus pour le marché local non conformes aux normes de qualité et tendances internationales. Manque de coordination et de contrôle qualité.

**TRAITEMENT DU TEXTILE**

Micro et petites entreprises pratiquant la teinture, impression, broderie de tissus, essentiellement importés, pour la revente à des tailleurs notamment. Beaucoup sont informelles. Reposent fortement sur les intrants importés, donc vulnérables aux fluctuations du marché et relations avec les importateurs.

**COUTURE/ CONFECTION**

Les créateurs de mode, tailleurs et couturières produisent à la fois du prêt-à-porter et des vêtements sur mesure vendus dans de petites boutiques autour de Dakar. Tailleurs et stylistes sénégalais sont réputés en Afrique de l'Ouest. Mais les vêtements produits localement sont de moins en moins compétitifs face aux biens importés.

**CRÉATEURS-ENTREPRENEURS**

Les créateurs travaillant dans la haute couture, la décoration intérieure et les accessoires de mode gèrent pour la plupart leurs propres boutiques et ateliers intégrant le tissage et autres processus de transformation. Très impliqués dans la promotion de la création sénégalaise, ces créateurs sont surtout des femmes. Les établissements de crédit sont assez réticents à l'octroi de prêts dans ce secteur et en dépit du succès local, les créateurs ont du mal à se maintenir sur les marchés d'export.

**ACTEURS DE LA DISTRIBUTION****Grossistes/détaillants**

Le Sénégal compte plusieurs boutiques sophistiquées de produits tissés à la main, des marchés de l'artisanat, des marchés touristiques et informels et plusieurs foires saisonnières locales. Cependant, les détaillants du textile sont assez dispersés et il n'est pas facile aux visiteurs de savoir où trouver ce qu'ils cherchent. Peu de détaillants ont une stratégie marketing pour attirer les clients.

**Exportateurs**

De nombreux producteurs exportent les produits à valeur ajoutée directement aux clients internationaux. Quelques exportateurs indépendants ont développé leur propre clientèle internationale et d'autres agissent pour le compte d'importateurs étrangers, offrant des services intégrés à la filière. Les procédures légales d'exportation sont plutôt favorables au Sénégal. Mais les options en matière d'emballage et de labellisation sont limitées et souvent de mauvaise qualité.

**Agents/transporteurs**

Les transitaires jouent un rôle essentiel dans l'exportation (procédures administratives, douanes, etc.). Beaucoup de producteurs exportateurs se plaignent cependant de l'opacité et de la complexité de la logistique de ces acteurs.

**Filature industrielle**

Les importateurs de produits textiles artisanaux du Sénégal ont cherché à aplanir la chaîne de distribution en mettant des articles directement à la vente de détail. Les importateurs fournissent souvent des services intégrés aux créateurs et producteurs (développement de produits, informations sur le marché, etc.).

marché local a besoin de l'apport de nouveaux produits. Les textiles artisanaux font en outre face à une concurrence sévère au plan international, notamment par rapport aux fournisseurs asiatiques de textile.

### OPPORTUNITÉS DE MARCHÉ

Des opportunités de marché peuvent pourtant être identifiées, qui exploitent les avantages concurrentiels de la filière et répondent aux besoins de celle-ci. Les tendances de la mode et de la décoration intérieure sont de plus en plus tournées vers les motifs et modèles africains et les textiles artisanaux sénégalais pourraient s'aligner sur l'actuelle demande du marché.

#### Le marché local

Les artisans sénégalais du textile sont en bonne position pour bénéficier d'un solide marché local. Dakar est un point central pour les institutions de développement internationales qui opèrent en Afrique de l'Ouest et compte beaucoup d'expatriés. Par ailleurs, le tourisme se développe et la classe moyenne montante au Sénégal se tournera probablement aussi vers les objets artisanaux et articles de décoration intérieure.

#### Le marché régional

Les marchés régionaux offrent aussi des opportunités intéressantes du fait des accords commerciaux, des réseaux de transport et de la relative facilité à identifier les goûts culturels. Plusieurs marchés peuvent être ciblés : les importateurs de matière première et de fil, les boutiques et chaînes d'hôtel, les foires commerciales régionales et les créateurs régionaux.

#### Les marchés d'exportation

Les points forts de la filière du textile artisanal, notamment l'existence de ressources locales, la facture artisanale et une base de créateurs qualifiés familiers des préférences du marché européen le situent en bonne place pour l'exportation. Une niche particulièrement porteuse

est celle du coton bio. D'autres marchés sont intéressants, particulièrement aux États-Unis : celui du tricot et de la broderie de loisir très demandeurs de nouveaux fils, et le marché de l'art, notamment pour les tapisseries traditionnelles.

#### Le coton biologique

Le coton labellisé « bio » ou « commerce équitable » représente une opportunité de valeur ajoutée unique que le secteur du textile sénégalais est en mesure d'exploiter. Les ventes globales de produits en coton bio sont passées de 145 millions en 2001 à 583 millions de dollars en 2005, soit un taux de croissance annuel de 35 %.

### STRATÉGIES D'INTERVENTION : PROPOSITIONS

Le potentiel du secteur du textile artisanal sénégalais réside, pour la plus grande part, dans la spécificité de ses étoffes tissées à la main. La solution ne consiste pas à moderniser le secteur pour le rendre plus concurrentiel vis-à-vis des produits asiatiques, mais bien plutôt à mettre en évidence la valeur et la qualité des textiles sénégalais. Un recentrage sur les produits à valeur ajoutée, créés à partir d'une matière première locale et transformée grâce aux compétences locales, aiderait à capter un marché de taille appropriée, tout en maintenant la valeur historique et la crédibilité sur le marché local. Le marché des produits écologiques est un objectif clé dans plusieurs domaines, en décoration intérieure, souvenirs et accessoires de mode.

Aid To Artisans propose un ensemble d'activités autour de six axes : renforcement des capacités et assistance technique, orientation marché et compétences en gestion, développement de produits, accès au marché, partenariats public-privé et environnement légal.

#### Renforcement des capacités et assistance technique

L'une des contraintes les plus importantes dans la filière, en particulier pour les débouchés sur les marchés de la mode

et de la décoration qui pourraient faire appel aux produits du Sénégal, est la faible variété et la qualité variable du fil de tissage. De même, la palette des couleurs disponible est limitée et les conditions de passage en douane quasiment prohibitives pour le secteur artisanal. D'autres pistes sont intéressantes à creuser, notamment le coton biologique, la fibre de baobab, les teintures naturelles, la formation à de nouvelles techniques de tissage et de finition, et l'instauration de normes de qualité.

#### Orientation marché et compétences de gestion

ATA propose un ensemble d'interventions en renforcement des capacités pour préparer les entreprises à un certain nombre de marchés cible. Ces activités de formation peuvent être intégrées à des exercices de développement de produits et aux interactions avec les acheteurs, mais doivent porter sur les thèmes suivants : développement de lignes de produits, calcul des coûts et tarification, tendances du marché, service clientèle, gestion de la production, comptabilité et contrôle des stocks. D'autres domaines d'action visant à accroître la visibilité du secteur sont le marketing, la stratégie de marque et la promotion. Le développement des services d'export est un autre levier d'action car peu d'exportateurs indépendants fournissent des services aux entreprises de textile artisanal. Par ailleurs, ATA recommande d'accroître la coordination du secteur, via la création de supports tels que répertoire des acteurs, guide des boutiques, etc. et le renforcement des associations.

#### Développement de produits

Sur la base des compétences locales, des collections existantes et des matériaux disponibles, ATA propose que les activités de développement de produits soient mises en œuvre en fonction de niches de marché identifiées et d'acheteurs cible spécifiques. Par ailleurs, l'histoire riche du Sénégal en matière d'artisanat textile est une ressource précieuse pour les créateurs, pourtant les recherches et ressources sur le design traditionnel sont difficiles à localiser. En exploitant, par exemple, les collections

présentes dans les musées du textile, il pourrait être intéressant de constituer un référentiel des motifs et modèles locaux et régionaux, susceptible de nourrir l'inspiration des professionnels. Ce projet pourrait également intégrer une formation à la recherche créative *via* la technologie Internet.

### Accès au marché

ATA recommande de s'associer aux foires et événements annuels existants pour accroître la promotion et professionnaliser l'exposition des créations. Il souligne aussi l'importance de partenariats au niveau de la distribution (boutiques), et des liens d'affaires d'une manière générale (cadeaux d'entreprise, décor d'hôtels, etc.).

### Partenariats public-privé

L'artisanat du textile pourrait fortement bénéficier de la collaboration entre les entités publiques et le secteur privé, notamment en matière de ressources énergétiques, d'infrastructure et de certification (coton biologique ou teintures naturelles par exemple). Ces partenariats peuvent aussi contribuer à améliorer les opportunités sur le marché local, *via* l'appui à la professionnalisation des salons commerciaux en collaboration avec des sociétés spécialisées dans la gestion événementielle par exemple.

### Environnement légal

ATA propose d'améliorer l'environnement légal par le biais de réformes dans les domaines suivants :

- **législation du travail** : des modifications de la réglementation pourraient permettre davantage de flexibilité pendant la phase de démarrage d'une entreprise et encourager les entreprises à recruter des salariés à long terme ;
- **progressivité des obligations imposées aux entreprises** : des exonérations d'impôt et autres mesures similaires aideraient les entreprises à réduire leurs coûts de fonctionnement initiaux ;
- **réduction des tarifs douaniers à l'importation** : l'abaissement des taxes d'importation des intrants nécessaires au secteur du textile artisanal (matériaux d'emballage, fils innovants, etc.) contribuerait à l'amélioration de la qualité des produits finis et de la compétitivité du secteur.

### MESURES CLÉS À COURT TERME

ATA propose à l'USAID de mettre en œuvre dans le cadre du projet SAGIC les premières interventions suivantes :

- **Approvisionnement en intrants – améliorer la variété et la qualité** : ATA propose que des activités initiales soient centrées sur la collaboration avec des transformateurs/fournisseurs d'intrants pour augmenter l'offre de matières premières de qualité, à la fois pour le marché domestique et la vente sur les marchés internationaux

de loisirs créatifs. Cela implique entre autres de poursuivre le développement dans les domaines suivants : fil filé à la main, texturé, biologique et issu de nouvelles matières, teintures et couleurs garanties grand teint, traditionnelles et en accord avec la mode.

- **Développement de produits et formation intégrée** : des activités d'appui à la conception de produits et de collections pourraient tirer parti des nouvelles sources d'approvisionnement en intrants pour cibler les marchés d'exportation et fournir un point de référence pour les contacts initiaux avec les acheteurs. De nouvelles lignes de produits peuvent également mettre en valeur la diversification de la production et les nouvelles offres à la clientèle locale.
- **Formation aux techniques de marché** : un renforcement des capacités initial dans le domaine commercial est essentiel et il peut être appliqué de façon immédiate sur le marché local (foires, salons). Des formations aux techniques des relations clientèle, au marketing, à l'étude de marché et de tendances, à la présentation des produits, au calcul des coûts et à la tarification bénéficieraient à un grand nombre d'entreprises.
- **Stimulation du marché local** : une première intervention pourrait cibler les événements promotionnels et commerciaux avant la saison des vacances, en collaboration avec les institutions partenaires ou organisateurs d'événements, de façon à s'appuyer sur les réseaux existants. ■