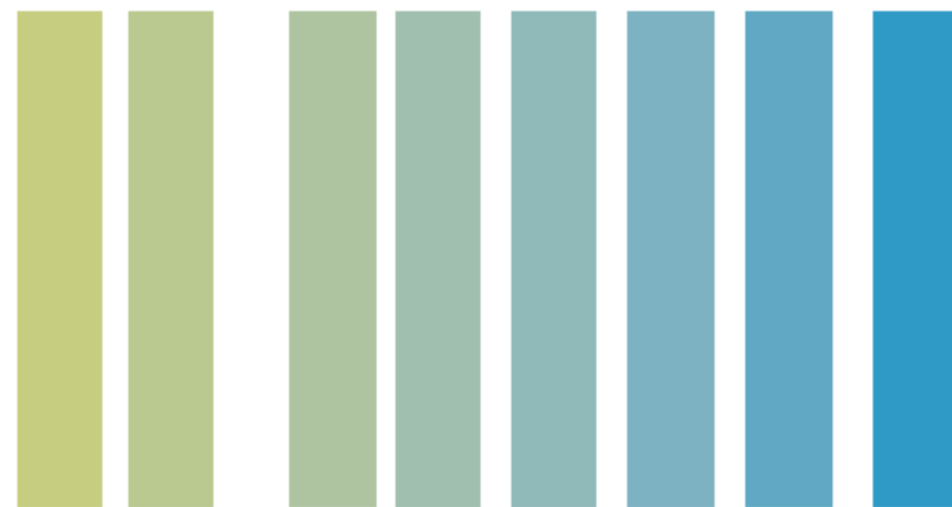


IFM



LA LETTRE

ÉCONOMIQUE DE L'INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

MARS 2009 - N° 168

LE BILAN 2008 DU SOURCING EUROPÉEN

Les résultats définitifs de l'ensemble de l'année 2008 ont révélé un recul de la consommation française d'articles d'habillement et textiles de 3 % en valeur par rapport à 2007. Les autres membres de l'Union européenne ont également accusé des retraits de consommation l'année dernière. Quelle a été l'incidence de ce recul de la demande observé en Europe sur la géographie des approvisionnements des donneurs d'ordres ?

En 2008, la hausse des importations d'habillement de l'Union européenne a connu un ralentissement sensible. Sur l'ensemble de l'année, celles-ci n'ont progressé que de 2 % en valeur par rapport à 2007.

LA CHINE A GAGNÉ 4 POINTS DE PART DE MARCHÉ

Les importations en provenance de Chine ont néanmoins affiché une hausse de 16 % par rapport à 2007. Il s'agit là d'une progression identique à celle enregistrée en 2007. Ainsi, en dépit de l'atonie de la consommation observée sur les marchés européens, la Chine, libérée de toute restriction quantitative limitant ses exportations vers l'Europe, a continué à prendre des parts de marché dans les approvisionnements des Vingt-Sept. L'Empire du Milieu totalise désormais 41 % des importations d'habillement de l'Union européenne en valeur, soit 4 points de plus

qu'en 2007. C'est au cours de la deuxième moitié de l'année 2008 que les importations se sont intensifiées : pour mémoire, les arrivées en provenance de Chine n'avaient progressé que de 3 % au cours du premier semestre 2008.

Les importations d'habillement issues des autres pays d'Asie (hors Chine) ont diminué de 5 % en valeur par rapport à 2007. Le Bangladesh a néanmoins affiché une belle résistance face à la Chine, puisque les approvisionnements européens d'habillement y ont été supérieurs de 7 % à ceux de 2007. En revanche, l'Inde n'a pu que maintenir le montant de ses exportations vers l'Union européenne.

LA BAISSÉ DE LA CONSOMMATION A TOUCHÉ LES PAYS DU BASSIN MÉDITERRANÉEN

Les approvisionnements d'habillement de l'Union européenne en provenance de l'ensemble des pays du Bassin méditerranéen ont enregistré une diminution de 7 % en valeur.

Les importations en provenance de Turquie ont subi le recul le plus prononcé : - 11 % par rapport à 2007. Ce retrait s'est fait sous l'impulsion principale des donneurs d'ordres allemands et britanniques. Ces derniers ayant été fortement handicapés par le repli de la livre sterling, qui a surenchéri mécaniquement le

prix de leurs importations. En revanche, on remarquera que les importations de la France depuis la Turquie se sont accrues de 7 %.

L'activité a également marqué le pas au Maroc, puisque, selon les douanes marocaines, les exportations d'habillement, mesurées en dirhams, ont chuté de 8 % par rapport à 2007. Les expéditions vers le premier client, l'Espagne, se sont repliées de 10 %. Toutefois, les liens avec la France se sont resserrés : les exportations marocaines vers l'Hexagone ont augmenté de 3 %. Enfin, à l'instar de ce que l'on observe en Turquie, les ventes vers le Royaume-Uni ont fortement chuté (- 25 %).

Moins dépendants du marché britannique, les exportateurs tunisiens sont parvenus à maintenir en 2008 leurs ventes d'habillement vers l'Union européenne au même niveau qu'en 2007. Si les importations d'habillement de la France, premier client du pays, ont légèrement fléchi de 1 % en valeur, les donneurs d'ordres allemands ont renforcé leurs approvisionnements en Tunisie (+ 4 %).

Ainsi, le repli de la demande observé sur les marchés du Vieux Continent n'a pas empêché les donneurs d'ordres de renforcer en fin d'année dernière leurs approvisionnements en Chine ou au Bangladesh. Si les pays du Sud de l'Europe et la France ont maintenu leurs achats

après des confectionneurs du Bassin méditerranéen, il reste que le sourcing en Asie s'est intensifié. Les principaux perdants sont finalement les confectionneurs des pays européens, comme l'illustre le repli des importations d'habillement de la France en provenance des membres de l'Union (- 6 % en 2008), alors que les arrivées depuis l'Asie et le Bassin méditerranéen ont connu des progrès respectifs de 7 et 3 %. Enfin, cette évolution apparaît particulièrement défavorable pour les fournisseurs textiles d'amont, tisseurs et ennoblisseurs notamment, le recours accru aux produits finis asiatiques pesant sur l'activité de leurs clients confectionneurs en Europe et de l'autre côté de la Méditerranée.

GILDAS MINVIELLE

gminvielle@ifm-paris.com



BILAN DE LA CONSOMMATION FRANÇAISE D'HABILLEMENT

LES PRINCIPALES TENDANCES DE LA CONSOMMATION ET DE LA DISTRIBUTION FRANÇAISE EN 2008

CONSOMMATION D'ARTICLES D'HABILLEMENT EN JANVIER : UNE REPRISE EN TROMPE-L'OEIL

Après trois mois consécutifs de recul, la consommation d'articles d'habillement a retrouvé des couleurs au mois de janvier. Les chiffres d'affaires des distributeurs ont bénéficié, en moyenne, d'une progression de 3,4 % en valeur en janvier 2009, par rapport au premier mois de l'année 2008. La météo favorable, la campagne de soldes ainsi qu'un samedi supplémentaire par rapport à janvier 2008 ont contribué à ce résultat.

Selon les différents circuits, les résultats sont contrastés. Les magasins populaires sont restés sur un rythme de croissance soutenu avec une progression de leurs ventes de 13,4 % en valeur. Viennent ensuite les grands magasins et les magasins indépendants multimarques avec des hausses respectives de 7,6 % et 5,3 % par rapport à janvier 2008. En ce qui concerne les différents rayons, la bonne orientation des ventes s'est faite sous l'impulsion principale des achats de vêtements pour homme et pour enfant une évolution qui confirme les tendances observées en 2007-2008

MALGRÉ LE CONTEXTE DÉGRADÉ, LES MARCHÉS MASCULIN ET ENFANT SONT TOUJOURS LES SEGMENTS LES PLUS PORTEURS DANS LA CONSOMMATION D'HABILLEMENT EN 2008

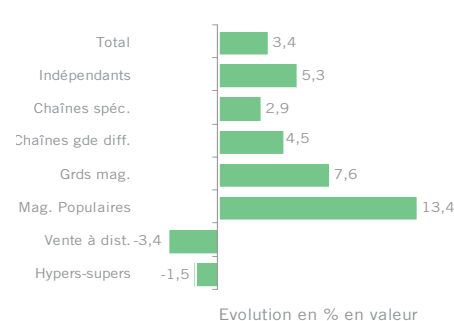
En effet, comme nous l'avons déjà signalé en 2007, la mode femme - qui constitue le cœur

du marché de la mode - n'est plus le segment sur lequel repose la croissance du secteur. En effet, les dépenses consacrées à l'habillement masculin et enfant apparaissent plus dynamiques. Certes, la morosité économique a également touché ces deux marchés, lesquels subissent des diminutions de chiffres d'affaires. Mais celles-ci sont notablement moins accusées que sur le segment féminin. Ainsi, le prêt-à-porter masculin s'est replié de 1,1 % en 2008 et les petites pièces homme de 3,3 % ; dans le même temps, le prêt-à-porter féminin a accusé une baisse de chiffres d'affaires de 4,1 % à périmètre commercial constant, et les petites pièces de 4,6 %. Le marché de l'enfant a, quant à lui, connu une baisse de « seulement » 1,7 % sur l'année, dans un marché de l'habillement en repli de 3 %.

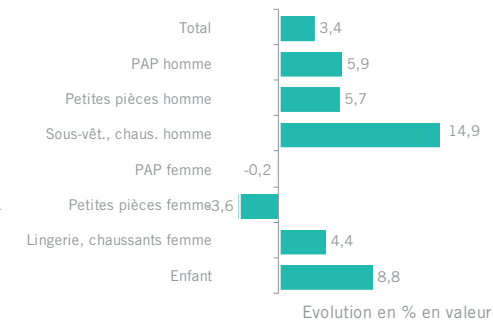
Le dynamisme de la natalité a beaucoup joué, de même que le fait que les dépenses consacrées aux enfants sont moins facilement mises en balance dans les arbitrages budgétaires des ménages. Quant au marché masculin, il est en pleine mutation du fait de l'attrait croissant des jeunes générations pour la mode et, au-delà pour leur apparence.

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

LA DISTRIBUTION D'HABILLEMENT JANVIER 2009 / JANVIER 2008



LA CONSOMMATION D'HABILLEMENT JANVIER 2009 / JANVIER 2008



CUMUL DES VENTES TEXTILE-HABILLEMENT À SURFACE COMMERCIALE COMPARABLE SEPTEMBRE 2008 A JANVIER 2009 / SEPTEMBRE 2007 A JANVIER 2008

% d'évolution en euros constants données provisoires	MAGASINS INDEPEND.	CHAÎNES SPECIALIS.	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	VENTE A DISTANCE	HYPERS-SUPERS	TOTAL
PRET-A-PORTER HOMME	-0,8	-0,8	-1,3	+5,0	...	+7,8	-10,2	-0,2
PETITES PIÈCES HOMME	-3,5	+2,2	-1,1	-1,7	+1,5	-0,6	-9,5	-0,7
SOUS-VÊTEMENTS, CHAUSSANTS HOMME	-7,1	+15,1	+10,0	-4,5	+2,2	+9,0	-4,1	+3,7
PRET-A-PORTER FEMME	-3,4	-5,2	-2,8	+3,8	+0,8	-2,3	+2,1	-2,8
PETITES PIÈCES FEMME	-7,1	-2,7	-1,3	-3,3	+0,8	-9,8	-11,6	-4,8
LINGERIE, CHAUSSANTS FEMME	-4,9	-1,7	+4,0	-5,3	+2,3	-4,0	-4,8	-2,2
HABILLEMENT ENFANT	+0,9	-0,4	+0,6	+3,6	+10,4	+0,5	-2,8	+0,2
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-3,4	-1,7	-0,3	+1,1	+3,2	-2,9	-4,6	-1,8
LINGE DE MAISON	-2,5	+3,8	...	-4,1	+7,9	-7,2	-4,5	-4,4
TISSU AU MÈTRE	-8,8	-6,6	...	-19,6	...	-1,6	...	-6,5
MERCERIE-LAINE	+7,6	-3,7	...	NS	-4,2	+5,7	...	-0,9
TOTAL TEXTILE	-5,6	-1,1	...	-4,8	+7,2	-6,3	-4,5	-4,7
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-3,5	-1,6	-0,3	+0,6	+3,3	-3,7	-4,6	-2,1

NS: NON SIGNIFICATIF

BILAN DE LA CONSOMMATION FRANÇAISE D'HABILLEMENT

LES PRINCIPALES TENDANCES DE LA CONSOMMATION ET DE LA DISTRIBUTION FRANÇAISE EN 2008

DE MEILLEURS RÉSULTATS EN CENTRE-VILLE ?

Le recul dans la consommation de mode a touché en 2008 la quasi-totalité des circuits de distribution. Seule exception, les magasins populaires, autrement dit les magasins à dominante alimentaire situés en centre-ville, tel Monoprix. De même, les grands magasins subissent un moindre recul de leurs ventes d'habillement cette année (- 0,4 %). A contrario, les grandes surfaces alimentaires, souvent situées en périphérie connaissent le recul de chiffre d'affaires le plus important (- 5,3 % cette année). Pour autant, la localisation n'explique pas à elle seule les performances des différents circuits. Ainsi, les hypers et supermarchés connaissent des difficultés qui dépassent cette seule dimension et tiennent au positionnement stratégique de ce type de distribution. La vente à distance connaît également de profondes mutations organisationnelles, en lien avec des résultats mitigés qui amènent ces acteurs à redéfinir leur modèle. Enfin, les chaînes spécialisées de centre-ville font moins bien que la moyenne du marché (-3,7 % contre -3 %), alors qu'elles semblaient jusqu'ici le circuit le plus en phase avec le marché. Cela constitue-t-il un avertissement indiquant que les consommateurs ne suivent pas leur stratégie de montée en gamme ? Il reste que les chaînes grande diffusion, plutôt axées sur les petits prix, ont enregistré de « moins mauvaises » performances en 2008 (- 1,9 %).

UN COEFFICIENT BUDGÉTAIRE QUI POURSUIT SON ÉROSION

La part des dépenses des ménages consacrées à l'habillement a poursuivi sa lente diminution en 2007. Elle s'établit à 3,8 % du budget des ménages, contre 3,9 % en 2006 et 4 % en 2005 et les mauvais résultats de 2008 ne devraient pas permettre de la maintenir dans les prochaines années. Pour les causes souvent évoquées, la hausse des dépenses de logement et d'énergie.

QUELLES PERSPECTIVES POUR 2009 ?

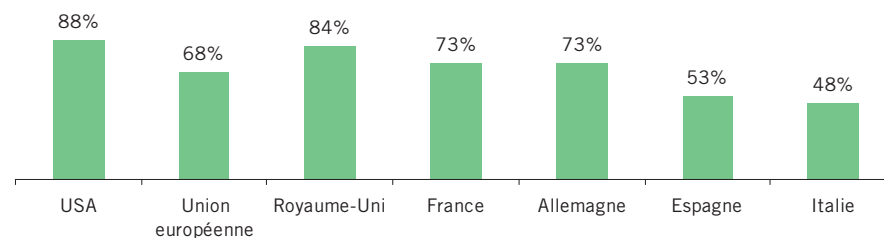
Une étude récente de l'IFM pour le DEFI montre qu'en 2008, l'attitude la plus répandue des consommateurs face à la dégradation du climat économique a été un certain attentisme, puisqu'ils déclarent avoir acheté autant de vêtements que d'habitude au même prix. Il faut donc relativiser l'impact de la crise sur le comportement d'achat des Français, dont seule une minorité a adapté son comportement du fait de la crise. De surcroît, la seconde attitude la plus fréquente est un ajustement des achats par les quantités uniquement. Autrement dit, la recherche du prix bas ne sera pas le seul réflexe des consommateurs en 2009. On constate même au sein de la gent masculine un appétit croissant pour la mode et le plaisir qu'elle procure, qui pourrait conduire à une évolution favorable sur ce marché.

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

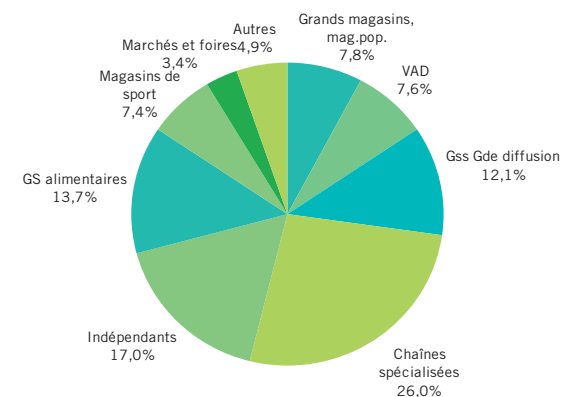
CONSOMMATION DES MENAGES PAR FONCTION (DONNEES INSEE)

	2000	2006	2007
Logement, eau, gaz, électricité	23,4 %	25,2 %	25,4%
Transports	15,4 %	14,7 %	14,6%
Produits alimentaires	14,4 %	13,7 %	13,4%
Autres fonctions (assurances...)	9,9 %	11,2 %	11,7%
Loisirs et culture	9,3 %	9,3 %	9,3%
Hôtels, cafés, restaurants	6,3 %	6,2 %	6,2%
Meubles, articles de ménage	6,2 %	5,9 %	6,0%
Habillement, chaussures	5,4 %	4,7 %	4,6%
dont habillement	4,4 %	3,9 %	3,8%
dont chaussures	1,0 %	0,8 %	0,8%
Santé	3,2 %	3,4 %	3,5%
Boissons alcoolisées et tabac	3,5 %	3,0 %	2,9%
Communication	2,4 %	2,8 %	2,7%
Education	0,6 %	0,7 %	0,8%

TAUX DE CONCENTRATION DE LA DISTRIBUTION EN 2007



PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION ESTIMATION 2008



CONJONCTURE TEXTILE- HABILLEMENT FRANCE

LES INDUSTRIELS DE L'HABILLEMENT ONT LIMITÉ LES DÉGÂTS EN 2008

TEXTILE

Après une année 2007 plutôt favorable, les entreprises françaises du textile n'ont pas échappé à la dégradation du climat économique. Leur production industrielle a ainsi connu un recul sans précédent en 2008 : - 11,6 %, contre -1,1 % l'année précédente. Si le secteur connaît depuis de nombreuses années une baisse de sa production, le rythme de celle-ci s'est très nettement accéléré en 2008. Les chiffres d'affaires subissent eux aussi une nette contraction (- 5,8 % sur l'année écoulée). En cause, les débouchés en berne aussi bien au sein de l'Union européenne (- 14 %) qu'hors de ses frontières (- 6 %). Seules la Russie et la Suisse auront été des marchés plus porteurs en 2008 qu'en 2007, tous les autres affichant des replis. Signalons néanmoins le recul limité (- 1 %) des exportations vers le Maroc. Quant aux importations de textiles par la France, elles sont également en recul (- 8 %) même si certains pays fournisseurs (Portugal, Japon) voient leur part de marché progresser.

* Exportations textiles France

Janvier à décembre 2008 : 5 106 millions d'euros, dont 3 147 millions à destination de l'Union européenne et 1 958 millions à destination des autres pays.

* Importations textiles France

Janvier à décembre 2008 : 6 057 millions d'euros, dont 3 874 millions en provenance de l'Union européenne et 2 183 millions en provenance des autres pays.

HABILLEMENT

Les industries de l'habillement, plus proches des consommateurs finaux, ont eu davantage de marges de manoeuvre que le textile amont pour faire face à la crise. Aussi, bien que la production des entreprises sur le territoire français soit clairement en recul (- 13 % en 2008), elles ont réussi à maintenir leur niveau de chiffres d'affaires (+ 0,1 % sur l'année). Néanmoins, les producteurs de vêtements chaîne et trame ont subi une baisse de 2,9 % de leurs chiffres d'affaires selon l'indice DEFI-IFM. Les exportations de vêtements par la France se sont relativement maintenues (- 1 % en 2008), essentiellement grâce au dynamisme des marchés extra-européens (+ 2 %). La Russie et la Suisse sont, comme dans le textile, des débouchés croissants pour l'offre française, de même que l'Arabie Saoudite et les Emirats Arabes Unis.

Les importations d'habillement ont, quant à elles, légèrement crû par rapport à 2007 (+ 2 %). Les résultats de la Chine (+ 14 % sur l'année) et du Bangladesh (+ 12 %) confirment l'attrait croissant pour le grand import.

* Exportations habillement France

Janvier à décembre 2008 : 7 365 millions d'euros, dont 5 135 millions à destination de l'Union européenne et 2 230 millions à destination des autres pays.

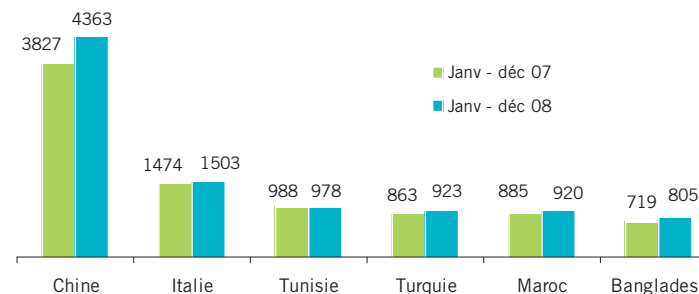
* Importations habillement France

Janvier à décembre 2008: 14 945 millions d'euros, dont 4 465 millions en provenance de l'Union européenne et 10 480 millions en provenance des autres pays.

FRANCK DELPAL

fdelpal@ifm-paris.com

FRANCE - PRINCIPAUX FOURNISSEURS D'HABILLEMENT EN MILLIONS D'EUROS



TEXTILE : INDICES DE CHIFFRES D'AFFAIRES FRANCE

INSEE 2000 = 100

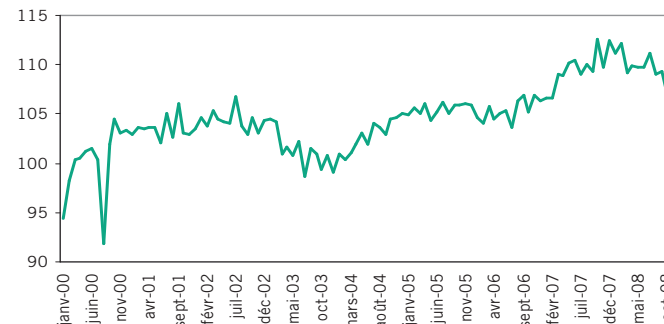
CVS - CJO



HABILLEMENT : INDICES DE CHIFFRES D'AFFAIRES FRANCE

INSEE 2000 = 100

CVS - CJO



POINT PAYS : L'EGYPTE

TEXTILE

CHIFFRES-CLÉS 2008 :

- *Population : 76 millions d'habitants
- *Emplois textile-habillement : 700 000
- *Importations françaises textile-habillement en provenance d'Egypte : 63 millions d'euros
- *Exportations françaises textile-habillement vers l'Egypte : 20 millions d'euros

INDUSTRIES TEXTILES :

INDUSTRIE MAJEURE POUR L'ÉCONOMIE DU PAYS...

L'économie égyptienne devrait être relativement épargnée par les turbulences de la crise internationale, son secteur bancaire étant peu intégré au système financier mondial. Néanmoins, le ralentissement de l'activité internationale ne manquera pas de peser sur la croissance du pays. Le Produit Intérieur Brut devrait ainsi connaître en 2009 une croissance d'environ 5 %, ce qui correspond à un ralentissement sensible par rapport au taux de croissance de 7 % observé au cours de la période 2007-2008.

Le secteur textile-habillement est vital pour l'économie du pays. Il emploie 700 000 personnes et, selon les statistiques de l'OMC, ses exportations ont totalisé 12 % des exportations totales de marchandises en 2007.

...LE TEXTILE ÉGYPTIEN DISPOSE D'UNE FILIÈRE COTONNIÈRE COMPLÈTE

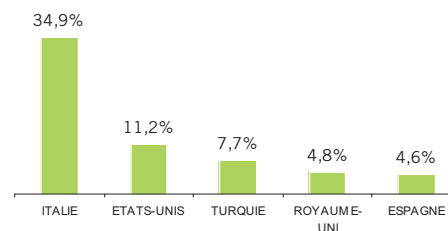
Producteur de coton (environ 226 000 tonnes), l'Egypte possède une filière cotonnière complète de la filature jusqu'à la confection. Le coton égyptien, à fibre longue, est utilisé pour la production de chemise et de linge de maison. Environ 80 % de la production de coton est destiné au marché local. Si la privatisation est en marche dans le secteur de la confection, l'amont de la filière, encore largement dominé par le secteur public, souffre d'une faible productivité.

Les exportations textiles de l'Egypte ont représenté l'équivalent de 702 millions de dollars en 2007 (0,3 % des exportations mondiales), soit un niveau supérieur de 10,7 % à celui de 2006. L'Italie est la destination principale des expéditions, avec une part de 34,9 % dans les exportations textiles en valeur. Viennent ensuite les Etats-Unis (11,2 %), la France étant en neuvième position, avec un poids relatif de 2,9 %.

Les importations textiles, près de deux fois plus importantes que les exportations, sont dominées par les producteurs asiatiques. Le premier fournisseur du pays est la Chine (30,5 % des importations) suivie de l'Inde et de l'Indonésie (respectivement 19,9 % et 8 %).

GILDAS MINVIELLE
gminvielle@ifm-paris.com

TEXTILE LES PREMIERS CLIENTS DE L'EGYPTE EN 2007 EN % DES EXPORTATIONS EN VALEUR



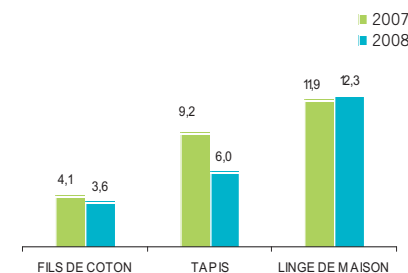
PART DE L'EGYPTE DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES DE TEXTILE EN % DES VALEURS OMC



TOTAL TEXTILE IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DE L'EGYPTE EN MILLIONS D'EUROS



IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DE L'EGYPTE VENTILATION DES PRINCIPAUX POSTES EN MILLIONS D'EUROS



POINT PAYS : L'EGYPTE

HABILLEMENT

PRINCIPALEMENT DESTINÉES AU MARCHÉ AMÉRICAIN...

Le secteur de la confection égyptienne est dominé par le secteur privé. Il représente à lui seul de 400 à 500 000 emplois. La faiblesse des coûts de l'énergie et de la main-d'oeuvre en font l'un des plus compétitifs du Bassin méditerranéen. Selon les statistiques de Werner international, les coûts horaires de main-d'oeuvre s'élèvent à 1,12 dollar, contre 2,89 dollars au Maroc et 2,12 dollars en Tunisie. Les coûts salariaux de l'Egypte sont même inférieurs à ceux de la Chine côtière (1,88 dollars).

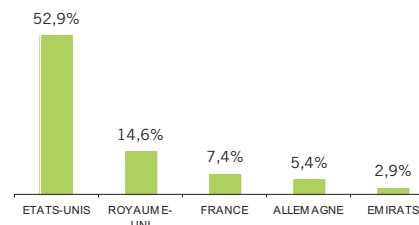
A l'inverse des pays du Maghreb, les confectionneurs égyptiens sont à même de répondre aux attentes des donneurs d'ordres américains en produisant des grandes séries pour Gap, Macy's, ou Walmart. L'Egypte bénéficie en outre d'un accord préférentiel avec les Etats-Unis dans le cadre des Qualifying Industrial Zones (QIZ). Les exportateurs égyptiens disposent d'un accès à droit nul vers les Etats-Unis, à condition que 35 % de la confection soit assurée dans la zone QIZ et que le produit contienne un minimum de 11,7 % de composants israéliens. Les marchés européens ne sont pas pour autant délaissés, comme en témoigne la forte progression en 2008 des exportations vers le Vieux Continent.

...LES EXPORTATIONS ONT NÉANMOINS PROGRESSÉ VERS L'EUROPE

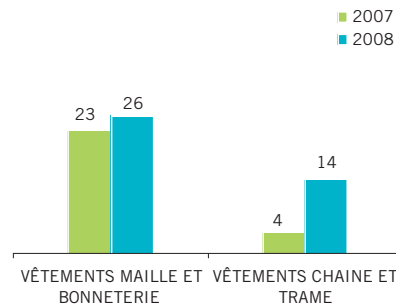
Alors que les importations d'habillement de l'Union européenne en provenance du Maroc, de la Tunisie et de la Turquie ont enregistré un repli, les approvisionnements depuis l'Egypte ont bénéficié d'une hausse de 14 % en valeur en 2008. La part de marché de l'Egypte dans les importations d'habillement de l'Union européenne reste, il est vrai, encore modeste puisqu'elle totalise moins de 1 % du total des approvisionnements des Vingt-Sept. Parmi les différents membres de l'Union européenne, le Royaume-Uni est le pays qui s'approvisionne le plus en Egypte. Il reste que, mesurées en euros, les importations du Royaume-Uni en provenance d'Egypte ont subi un repli de 5 % au cours des onze premiers mois de l'année 2008. Le repli de la livre sterling ayant fortement pesé sur les importations britanniques. En revanche, les importations de la France et de l'Allemagne ont connu des croissances de 44 et 30 %.

GILDAS MINVIELLE
gminviele@ifm-paris.com

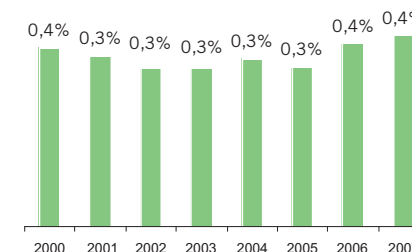
HABILLEMENT LES PREMIERS CLIENTS DE L'EGYPTE EN 2007



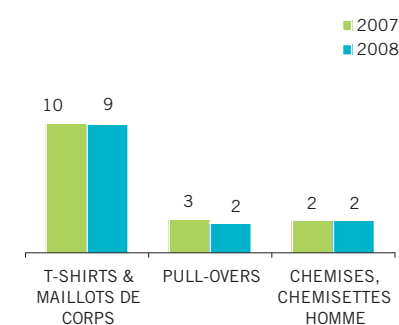
TOTAL HABILLEMENT IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DE L'EGYPTE EN MILLIONS D'EUROS



PART DE L'EGYPTE DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES D'HABILLEMENT EN % DES VALEURS OMC



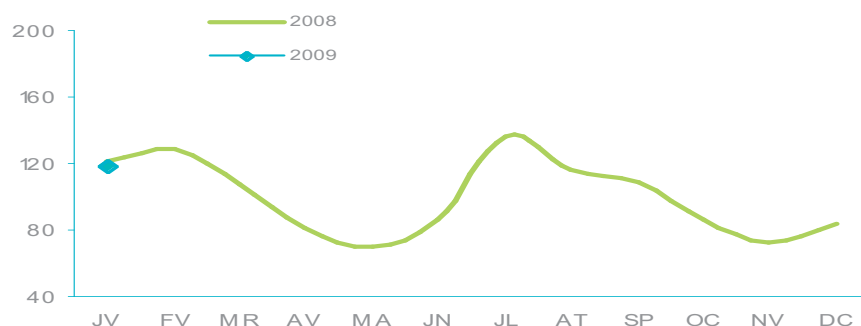
IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DE L'EGYPTE VENTILATION DES PRINCIPAUX ARTICLES EN MILLIONS D'EUROS



INDICE RAPIDE DE CHIFFRE D'AFFAIRES HABILLEMENT FRANCE

SOURCE DEFI IFM

ÉVOLUTION MENSUELLE INDICE CHIFFRES D'AFFAIRES
PRODUCTION HABILLEMENT CHAÎNE ET TRAME 2006 = 100



ÉVOLUTIONS DES CHIFFRES D'AFFAIRES EN % PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

Code NAF		Fév. 2008 à	Oct. 2008 à	Janv. 2009
		Janv. 2009	Janv. 2009	
182A	Vêtements de travail	+2,5	+1,9	+3,2
182C	Vêtements sur mesure	-1,8	+3,3	-2,3
182D	Vêtements de dessus Homme-Garçon	-2,5	+2,8	-1,9
182E	Vêtements de dessus Femme-Fille	-3,7	-6,3	-2,7
182J	Autres vêtements et accessoires	-4,2	+1,4	-3,2
18	Total vêtements chaîne et trame	-3,3	-3,6	-2,5

CONJONCTURE TEXTILE FRANCE PRODUCTION (EN VOLUME)

ÉVOLUTIONS EN %
PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

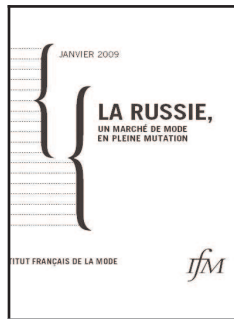
	Janv. 2008 à Décembre 2008
Filatures de coton	-50
Filatures de laine peignée	-8
Filatures de laine cardée	-7
Tissages de coton-lin	-21
Tissages de laine	-30
Fibres synthétiques (janvier-octobre)	-24
Fils synthétiques (janvier-octobre)	-16
Tissages de soierie	-9
Moulinage-texturation	-17
Tissus maille	-2
Teintures et apprêts	-16
Linge de maison	-21
TOTAL TEXTILE	-12

Source : INSEE

ACTUALITÉ

LES PUBLICATIONS ÉCONOMIQUES DE L'IFM

LA RUSSIE,
UN MARCHÉ DE MODE
EN PLEINE MUTATION



LE GUIDE HABILLEMENT
TEXTILE DE MAISON 2008



INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

L'ANNUAIRE
DE LA DISTRIBUTION,
SPECIALISÉE MODE, 2008



LES TEXTILES DE MAISON
2008



CONTACTS

IFM 36 quai d'Austerlitz 75013 Paris, France
T. 33 (0)1 70 38 89 89 F. 33 (0)1 70 38 89 00
conjoncture.prospective@ifm-paris.com, www.ifm-paris.com

POUR RECEVOIR LA LETTRE PAR COURRIER ÉLECTRONIQUE,

envoyez un e-mail à : lettre@ifm-paris.com
ou inscrivez-vous à la Newsletter sur notre site : www.ifm-paris.com
(rubrique RÉFLEXION ET EXPERTISE -> CONJONCTURE et PROSPECTIVE -> PUBLICATIONS)

Directeur de la Publication : Gildas MINVIELLE

ISSN : 1251-7372
Dépôt légal : 1er trimestre 2009

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

/ ENSEIGNEMENT POSTGRADUATE · POSTGRADUATE PROGRAMS / EXECUTIVE MBA / FORMATION CONTINUE · EXECUTIVE EDUCATION
/ OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE · ECONOMIC TRENDS ANALYSIS / ÉTUDES & CONSEIL · MARKET RESEARCH & CONSULTING
/ RECHERCHE · RESEARCH / ÉDITION · PUBLISHING / BIBLIOTHÈQUE · LIBRARY

36, Quai d'Austerlitz 75013 Paris, France T. 33 (0)1 70 38 89 89 F. 33 (0)1 70 38 89 00 E. ifm@ifm-paris.com, www.ifm-paris.com