

D.R.S.T.O.M.

CENTRE DE PETIT-BASSAM

(Sciences Humaines)

---

Equipe Economie-Géographie

Y. MARGUERAT

## COMMERCIALISATION ET INDUSTRIALISATION

---

I<sup>o</sup> PHASE : AU NIVEAU DU PRODUCTEUR

1<sup>o</sup> PRODUIT : CHAUSSURES

### SYNTHESE DES OBSERVATIONS

Par l'importance de son marché et le nombre de ses fabricants, la chaussure nous a paru être un bon exemple pour commencer une analyse des rapports entre commerçants et producteurs d'un produit de grande diffusion locale.

I/ Le nombre des producteurs a crû rapidement : 8 fin 1971, 11 fin 1972, un 12<sup>e</sup>, d'origine chinoise, implanté mi-janvier 73. Nous avons vu 7 des firmes les plus importantes, une seule moyenne (PADOKA) nous ayant échappé (1). SOCAM peut être considéré comme représentatif des petites firmes - en général des commerçants libanais - qui se sont créées en 1972. Nos enquêtes ont porté sur trois entreprises produisant quasi-exclusivement de la chaussure : une géante (BATA, chiffre d'affaires de 900 millions en 1972) et deux moyennes (POUGET et SOVEA, 160 millions chacun) qui seules font des produits diversifiés, jusqu'à la chaussure de demi-luxe (plutôt pour les femmes chez POUGET, plutôt pour les hommes chez SOVEA, les deux chez BATA), alors que les autres producteurs s'en tiennent presque exclusivement à la simple sandale injectée type "samara" (SOCAM cependant s'efforce d'obtenir des coloris inimitables, par mélanges de vernis, assurant une certaine originalité à sa production). Une petite entreprise

---

(1) Mais l'équipe CHEVASSU-VALETTE a sur elle un dossier complet

mixte a été visitée : SOCAM (moins de 50 millions de chiffre d'affaires) qui partage son activité entre la chaussure injectée (85 % de son chiffre d'affaires) et l'éponge métallique (15 % - qui représente un monopole sur le marché ivoirien et une large prépondérance sur le marché ouest-africain, car la production équivalente sénégalaise est de bien moindre qualité et les importations bien plus chères ; mais ce marché anecdotique - 7 millions de chiffre d'affaires - est maintenant saturé). Enfin nos trois dernières firmes sont des établissements de plasturgie à production très diversifiée, pour lesquels la chaussure n'est qu'un à-côté : ALLIBERT (700 millions de chiffre d'affaires dont 150 pour la chaussure), MIPA (350 millions dont 150 pour la chaussure) et POLYPLAST (300 millions dont 50 dans la chaussure). PADOKA est du premier type : production exclusive de chaussures, pour une valeur de 160 millions. Les autres firmes sont, aux dires de leurs collègues, de taille beaucoup plus réduite.

II/ La production pour ces huit grandes entreprises représente donc un chiffre d'affaires global de 1 600 à 1 700 millions en 1972, correspondant approximativement à 10 millions de paires de chaussures (dont 3,2 pour BATA. L'écart entre son poids dans le nombre des paires - 32 % du total - et celui dans le chiffre d'affaires global - 55 % - s'explique par le "standing" supérieur et le prix plus élevé de la majorité de sa production).

On observe que, pour ces 8 firmes, la capacité de production est beaucoup plus forte : 15,5 à 16 millions de paires annuellement. Quelque soit l'apport supplémentaire des petits fabricants non recensés (1 million, 1,5 million de paires au grand maximum), la prolifération de ceux-ci, souvent invoquée comme cause de la sur-production qui engorge le marché, ne fait qu'aggraver le suréquipement des grandes firmes (BATA : capacité de 5 millions de paires, MIPA : 3 millions, PADOKA : 2 millions...) et leur sous-utilisation : BATA et POLYPLAST tournent à 65 % de leur capacité, POUGET à 50 %, MIPA à 40 % ; seuls SOCAM et SOVEA affirment tourner à pleine capacité, cette dernière firme voyant dans la limitation actuelle de celle-ci le principal obstacle à une plus grande expansion commerciale.

La multiplication des petites firmes, souvent un commerçant (libanais) qui achète pour 2 ou 3 millions une machine d'occasion, a cependant pour résultat de désorganiser la production : elles sont accusées d'une part de plagier les modèles qui marchent, d'autre part de ne pas avoir de comptabilité ni d'étude de marché et de systématiquement sortir le même produit que les "grands" 10 % moins chers (généralement de 5 à 15 francs d'écart sur un produit

qui en vaut 110-120 à la sortie d'usine). Cela suffit pour casser les prix et obliger les grandes firmes à abandonner un modèle qui marchait bien avant d'avoir rentabilisé les études préliminaires (une dizaine de millions). La faiblesse de leurs frais généraux permet aux "petits" de tenir vaille que vaille avec de si faibles marges bénéficiaires, mais cela peut aussi simplement retarder l'échéance. Quant aux "grands", ils réagissent en se retirant du marché ainsi désorganisé, soit en laissant stagner ou périr leur branche "chaussure" chez les polyvalents, soit en s'orientant vers les productions de plus haut niveau chez les spécialistes. Parmi ceux-ci la concurrence est vive entre POUGET et SOVEA d'une part et le géant BATA d'autre part, mais ces deux firmes se tirent d'affaires grâce à leur petitesse, qui leur permet une bien plus grande souplesse dans l'adaptation aux fluctuations de la mode, que des attaches en France (familiales pour POUGET) permettent de pressentir, leur assurant une rapidité de réactions bien supérieure -disent-elles- à celle de BATA, engoncé dans sa bureaucratie.

Au total, il est piquant de voir les entreprises anciennes, qui affirment que le libéralisme économique de la Côte d'Ivoire a été une raison importante de leur implantation ici, tempêter contre la prolifération de nouvelles firmes et réclamer des mesures dirigistes pour les empêcher de venir ainsi semer le désordre dans le marché local.

III/ Les problèmes de commercialisation sont abordés de façons diverses selon les entreprises. Les grandes sont au départ des sociétés industrielles qui éventuellement se donnent parfois des prolongements commerciaux en aval ; les petites sont des firmes commerciales qui se sont créées en amont un potentiel industriel. Le cas de la SOCAM est significatif (1), puisque sa raison sociale complète porte le nom de "Société Commerciale Africaine d'Importation", compagnie de vente en demi-gros fondée en 1957 ; en 1967, elle débute la fabrication des éponges, en 1970 celle des chaussures ; elle se considère elle-même aujourd'hui comme plus industrielle que commerciale et songe à liquider son magasin de la rue du Commerce, sa vieille clientèle de grossistes (libanaise et dioula) la connaissant assez pour continuer à venir s'approvisionner directement à la nouvelle usine, à Vridi. Elle se rapprochera ainsi du cas de POLYPLAST.

---

(1) PADOKA semble comparable.

Les grandes firmes, donc, écoulent leur production par le canal des principales compagnies commerciales : C.F.C.I. en tête (qui représente généralement la moitié du débouché), QUALITEX, CICA,..., AVION et PAC (cette dernière ayant l'option politique d'acheter ivoirien - mais ces deux chaînes ne font guère plus de 10 % des ventes), avec également des services de demi-gros pour les détaillants de la ville et de la brousse qui veulent venir jusqu'à l'usine.

Mais de façon assez générale, les industriels se plaignent de l'"inertie" des grandes compagnies, de leur manque de dynamisme, d'audace promotionnelle ; elles n'achètent un produit que quand le détaillant leur a déjà passé commande d'un stock, et ne font guère de publicité. Elles ne semblent pas s'intéresser à l'essor des industries de la chaussure : seule la CFAO (avec sa filiale la CICA) a une participation (de 34 %) dans MIPA, à la conduite de laquelle elle ne se mêle pas (1) -sauf pour l'empêcher d'installer un magasin de vente directe. MIPA et ALLIBERT (ce dernier assurant lui-même sa publicité) sont donc les seules qui s'en remettent entièrement aux commerçants "professionnels" pour diffuser leur production. SOVEA et BATA passent principalement par eux, mais le premier vend également dans la chaîne de POUGET et le second a depuis toujours tenu à avoir son propre réseau de distribution, qui n'écoule que 20 % de la production mais représente un important facteur publicitaire et un bon moyen de connaître les goûts de la clientèle : il se compose de 11 détaillants à Abidjan (+ 3 rayons dans des LIBRE-SERVICE, eux aussi en gérance BATA) et 18 magasins en province (trois autres ayant fermé en 72 : Grand-Bassam, Odienné et Bondoukou, non rentables), que complètent 4 dépôts (Abidjan, Bouaké, Gagnoa, Man) faisant le demi-gros auprès des détaillants africains et libanais. Les économies sur les intermédiaires permettent d'assurer des prix égaux à travers tout le pays.

Mais les cas les plus significatifs sont ceux de POLYPLAST et de POUGET, qui ont carrément rompu avec les compagnies commerciales. Le premier, possédé et dirigé par des libanais a joué la carte du lien national : 150 détaillants libanais (plus quelques Dioula). La vingtaine qui vit dans les villes de brousse vient s'approvisionner directement à l'usine de Vridi, essentiellement pendant la période de traite : ils descendent sur Abidjan avec les camions de produits d'exportations et remontent chargés de productions POLYPLAST (chaussures, mais aussi seaux, baquets, jouets,...). Un commis-voyageurs de la maison assure la liaison. POLYPLAST a aussi deux magasins à

---

(1) Elle ne lui impose, ni ne s'impose d'ailleurs, aucune préférence d'achat.

Abidjan (Adjamé et Treichville - mais celui-ci vient d'être racheté par son gérant). Le court-circuitage des grandes compagnies permet donc d'avoir des prix très compétitifs, et l'existence du réseau personnel des détaillants garantit les débouchés, mais, évidemment, au prix d'une certaine complexité de la gestion (150 clients...) dont la lourdeur ne peut que s'accroître si le réseau se développe.

POUGET a choisi une orientation différente : créer son propre réseau de distribution de gros, "Africa shoes 2000", géré -comme l'usine- par des membres de la famille. D'où l'ouverture en 1972 de comptoirs à Bouaké, Abengourou, Man, Daloa et Gagnoa (diffusant aussi des chaussures masculines SOVEA) qui ont eux-mêmes un réseau de points de vente temporaires. L'ouverture d'un dépôt à San Pédro et deux magasins à Adjamé et Treichville est envisagée. Le transport, remboursé par l'économie sur les intermédiaires, est actuellement confié à des camionneurs privés. Au total, les dirigeants de POUGET se déclarent très satisfaits de l'opération : on voit maintenant des chaussures "Cyrano" sur les marchés, et ils prédisent que leurs collègues en feront tôt ou tard autant.

IV/ Le marché ivoirien, pourtant, n'est pas de tout repos : il est directement lié à l'évolution de la traite, et après la flambée de décembre à mars, les ventes retombent à un étiage qui n'est interrompu qu'en septembre-octobre par la rentrée des classes. Une exception : les chaussures les plus chères (de femme surtout), qui sont achetées par une clientèle citadine à revenu fixe (fonctionnaires en particulier), pour qui la mode est un facteur déterminant : une chaussure désuète valant initialement 2 500 F ne trouvera pas acquéreuse soldée à 300 ! En dehors de ce cas très particulier, la clientèle africaine est stable dans ses goûts, voire conformiste (et donc peu ouverte aux efforts publicitaires se fondant sur la "nouveau" d'un produit), fidèle au produit qui lui donne satisfaction mais très sensible aux plus petits écarts de prix : 5 F. de différence peuvent faire basculer un marché.

D'où la grande instabilité de la commercialisation de détail, essentiellement tenue par de petits commerçants à stocks réduits et à comptabilité inexistante. Il suffit que l'un d'eux, qui a acheté une chaussure 1 000 F. pour la revendre (comme les autres) 1 200, ait un brusque besoin d'argent et se mette à la brader à 1 050, pour que ce cours s'impose à tous ; les autres commerçants se détournent alors de ce modèle à marge bénéficiaire trop faible, et ce type de chaussure est "tué", invendable (sauf à l'exportation) : le fabricant en est pour ses frais, d'où la tendance à éviter de constituer des stocks, ce qui aggrave l'handicap des a-coups saisonniers de la consommation.

A ces cassages de prix par des commerçants mal insérés dans le système économique moderne, s'ajoute de temps à autre une concurrence très vive des produits importés, souvent illégalement ou avec fraude au niveau de la facturation (sous-évaluée): ainsi des importations de chaussures féminines de demi-luxe en provenance d'Italie ou du Japon (la France est trop chère) ou des produits plus simples venant du Sénégal ou de Taïwan. Une mercuriale douanière (qui taxe les importations en fonction du prix officiel de 600 F. et non de celui qu'elles affichent) a rétabli depuis peu l'équilibre, mais le "chinois" qui vient de s'installer est soupçonné de ne faire que du montage afin de tourner cette réglementation. Quant à la contrebande frontalière du Ghana, elle est à peu près impossible à juguler : le marché intérieur est donc assez chaotique.

V/ L'exportation s'est aujourd'hui sérieusement limitée : les pays voisins se sont équipés en usines et hérissés de barrières douanières allant parfois jusqu'à la prohibition totale (Ghana) ou presque (Guinée). BATA, là, profite de son appartenance à un groupe international pour traiter avec ses co-filiales de Ouagadougou et surtout de Lomé, Cotonou et Niamey. Les autres fabricants vendent à des commerçants étrangers venus se ravitailler directement à Abidjan et assurant en général eux-mêmes le transport.

Les états africains francophones voisins restent donc le débouché principal : le Mali surtout, la Haute-Volta et le Sénégal, puis les états du Bénin. Les tentatives en pays anglophones ont eu peu de succès, sauf pour BATA en Sierra Léone. Hors d'Afrique, seul BATA expédie une (petite) partie de sa production vers la France.

Au total, en dehors de PADOKA, dont le dossier déclare 75 % d'exportation, la proportion de produits vendus hors de Côte d'Ivoire n'atteint 18 à 20 % que pour BATA et MIPA : les autres n'exportent que de 5 à 10 % de leur production, soit, au total pour ces huit firmes, l'équivalent de 350 millions de francs, 20 à 22 % de la production totale.

Ce n'est pas négligeable, ce n'est pas suffisant pour garantir l'avenir à une industrie souffrant d'une surproduction et d'une désorganisation interne qu'aggravent les à-coups d'un marché très instable.

Abidjan, le 14 février 1973.

## LES PRODUCTEURS DE CHAUSSURES

en 1971

(en millions CFA)

A) Producteurs exclusifs

	Capital	Invest. total	Main d'oeuvre		Chiffre d'affaires			dont chaussure	
			afric.	!expatr.!	1969	1970	1971	%	valeur
BATA	317	682	376	24	869	936	928	100 %	928
POUGET	4	7	60	4	155	161	166	100 %	166
PADOKA	2	9	30	2	-	-	160	100 %	160
SOVEA	1	26	49	4	-	31	61	100 %	61
TOTAL	324	724	515	34	1 024	1 128	1 315	100 %	1 315

B) Producteurs partiels

	Capital	Invest. total	Main-d'oeuvre		Chiffre d'affaires			dont chaussure	
			afric.	!expatr.!	1969	1970	1971	%	valeur
MIPA	60	141	282	4	220	280	352	45 %	158
ALLIBERT	300	388	292	11	543	669	708	21 %	150
POLYPLAST	100	325	240	11	166	260	315	16 %	50
SOCAM	18	54	45	1	29	49	45	84 %	38
TOTAL	478	908	859	27	958	1 258	1 420	28 %	396

Total Général	802	1 632	1 374	61	1 982	2 386	2 735	63 %	1 711
---------------	-----	-------	-------	----	-------	-------	-------	------	-------

## COMMERCIALISATION DE LA CHAUSSURE

( en millions CFA)

	par le producteur	CFCI	autres gran- des compagnies	PAC + AVION	Dioula, Libanais
BATA	20 % 185 m.	40 % 370 m.	25 % 220 m.	10 % 90 m.	?
POUGET	100 % 166 m.	-	-	-	-
MIPA	-	40 % 65 m.	50 % 80 m.	10 % 15 m.	-
ALLIBERT	-	35 % 55 m.	25 % 35 m.	10 % 12 m.	30 % 50 m.
SOVEA	-	50 % 80 m.	?	?	?
SOCAM	-	50 % 20 m.	?	?	?



## 2° PRODUIT : TEXTILES

### SYNTHESE DES OBSERVATIONS

Nous avons visité toutes les entreprises industrielles travaillant les textiles en vue de l'habillement en Côte d'Ivoire, à l'exception -peut-être- de petits ateliers de confection semi-artisanaux : au total 10 entreprises, de tailles très diverses. Il nous faut distinguer celles qui s'occupent de la production des tissus (filature, tissage, impression) et celles qui se consacrent à la transformation des tissus à l'usage du marché des ménages ivoiriens - une seule pratique les deux activités : CONFREVILLE, qui possède toute la chaîne industrielle menant du coton brut au vêtement prêt à porter ou au service de table, mais ce secteur des produits finis ne représente qu'un sixième de son chiffre d'affaires.

#### A - LES PRODUCTEURS DE TISSUS

Ce sont cinq entreprises, dont quatre comptent parmi les plus grosses de Côte d'Ivoire (1) : SOTEXI, ICODI, UNIWAX et surtout les ETABLISSEMENTS R. GONFREVILLE (E.R.G.) qui, avec ses près de 3 000 salariés, représentent un formidable complexe textile intégré, véritable petite ville aux portes de Bouaké, avec ses logements, sa coopérative d'achat, son école, sa mission... . La dernière, SOCITAS, n'est que de taille moyenne, mais sa croissance est rapide (chiffre d'affaires en 1969 : 150 millions, en 1970 : 470, en 1971 : 660, en 1972 : 870) ; elle est la seule à ne pas travailler le coton mais les fibres artificielles et synthétiques, en particulier le tergal.

#### 1°) LA PRODUCTION DOIT ETRE ANALYSEE PRODUIT PAR PRODUIT.

a) Fil, toile, cretonne... ne sont produits en Côte d'Ivoire que par ERG, pour un poids total de 4 200 tonnes en 1971, soit 616 millions CFA (19% de son chiffre d'affaires), ce qui correspond à 88 % de sa capacité de production. On notera qu'il s'agit là de la plus ancienne production de GONFREVILLE, dès son démarrage en 1921, pratiquement la seule jusqu'en 1958,

---

(1) Voir tableau de chiffres en Annexe 1.

quand débuta vraiment la production massive des tissus ; ce fil était primitivement destiné à l'artisanat local, qui en est toujours un grand consommateur : si les artisans de la brousse tissent encore eux-mêmes le coton écri qui leur sert de trame, leurs fils de couleur sont maintenant presque toujours du GONFREVILLE. En plus de tout petits marchés (mèches de lampes à pétrole, tissus pour cercueil, fil ciré pour se torsader les cheveux...), ERG produit pour 530 millions CFA (1), soit 2,7 milliers de tonnes, de toiles brutes, cretonnes et cotons tissés écrus, dont une partie est vendue à ICODI comme matière première - ce qui a pour effet qu'ERG est actuellement obligé d'en importer un millier de tonnes par an pour ses propres besoins (2). Au total, les secteurs filature et tissage d'ERG représentent 35 % du chiffre d'affaires de la firme en 1971 (1,14 milliard).

b) Les tissus tints, destinés à la confection de vêtements de type européen et à l'ameublement, représentent également un secteur important : 1,24 milliard CFA, c'est-à-dire 660 millions pour ERG, 580 millions pour SOTEXI (et 1,2 pour ICODI), soit respectivement 20 % et 18 % de leurs chiffres d'affaires (et 0,007 %).

c) Les "fancy" ou pagnes imprimés, destinés à 90 ou 95 % à l'habillement, consu ou drapé, sont cependant - et de loin - l'activité principale, le tissu-roi : 910 millions CFA chez ERG (27 % de son chiffre d'affaires), 1 730 chez ICODI (99,9 %), 2 720 chez SOTEXI (83 %), soit le total colossal de 5,3 milliards, qui a continué en 1972 sa spectaculaire progression : 7,3 milliards (1 400 millions pour ERG, 2 300 pour ICODI, 3 600 pour SOTEXI...), néanmoins insuffisante pour couvrir l'énorme demande du marché ivoirien, estimé à 8,5 milliards, puisqu'il a encore fallu en importer pour 1 200 millions en 1972. Cette aisance de la production sur un marché "qui roule tout seul" explique l'absence de gros problèmes de commercialisation qui caractérise cette branche, ainsi que nous le verrons plus loin.

d) Le "wax" est un pagne de coton imprimé selon un procédé spécial, dérivé par les Hollandais du "batik" indonésien : des caches de cire permettent une impression grand teint en duplex (c'est-à-dire égale sur les deux faces du tissu) sur laquelle on ajoute éventuellement un ou deux motifs

(1) Les chiffres non datés sont ceux de l'année 1971.

(2) ICODI, entreprise vieille de dix ans, ne bénéficie pas des détaxes douanières de l'"agrément prioritaire" ; elle a donc intérêt à acheter sa matière première dans le pays ; tandis que ERG, qui a obtenu cet agrément pour ses nouvelles extensions, peut acheter à bon compte sur le marché mondial.

colorés soit à la machine (wax cover), soit à la main (block print) à l'aide de grands cadres de bois gravés. Les brisures de la cire et les aléas du "blockage" manuel multiplient les petites variations qui personnalisent chaque yard de tissu. Il s'agit donc d'un produit de luxe, dont le prix est plus du double de celui des pagnes ordinaires (5 500 F, au lieu de 2 100, le coupon de 12 yards). La complexité des procédés mis en oeuvre pour cette impression est telle qu'on l'a longtemps crue impensable en Afrique (1) ; de fait, la mise au point de la production dans l'usine d'Abidjan-Yopougon a été longue, difficile, très onéreuse (durant ses deux premières années de fonctionnement, UNIWAX a perdu environ un demi-milliard CFA...), mais elle a maintenant atteint une efficacité satisfaisante (2), que tentent vainement d'imiter ses concurrents par des procédés plus simples ("java prints") qui ne peuvent donner d'aussi beaux produits. La production d'UNIWAX connaît maintenant une croissance rapide : 130 millions CFA en 1970, 950 en 1971, 1 850 en 1972, ce qui ne couvre qu'environ les deux-tiers du marché local (soit 10 milliards de yards sur 14), car l'usine de Côte d'Ivoire ne peut encore produire que les wax à dessin indigo (ceux à dessin sépia sont toujours importés de l'usine-mère de Hollande).

e) Les tissus artificiels à base de polyester (type tergal), mélangés à de la laine ou à de la viscose (ce qui donne des tissus de moindre qualité et de moindre prix), sont produits depuis 1969 par SOCITAS, filiale d'ERG (l'usine est d'ailleurs enclavée dans la concession de GONFREVILLE à Bouaké, bien que matières premières et produits finis transitent quasi-intégralement par Abidjan) et de RHODIACETA pour la partie technique (validité du label déposé "tergal"). Sur un marché ivoirien estimé à 2,5 ou 3 millions de mètres(3),

- 
- (1) "Le Marché Ivoirien des Textiles", enquête faite par la SEDES en 1963, écrivait textuellement (page 134) : "il semble cependant extrêmement difficile de concevoir l'impression en Côte d'Ivoire de tissus imprimés à la cire (type wax prints). Des pays hautement industrialisés (France par exemple) n'ont jamais essayé de la faire, d'autres (Grande-Bretagne) ne produisent que des wax de qualité inférieures".
- (2) La formation du personnel (tous jeunes ivoiriens alphabétisés n'ayant jamais travaillé en usine textile) a été fort difficile : la première année, les bloqueurs ne parvenaient à imprimer manuellement que 100 mètres par jour, contre en moyenne 240 aujourd'hui.
- (3) Que SOCITAS ne couvrira jamais entièrement : il ne serait pas rentable pour elle de produire en si petite quantité les qualités les plus inférieures.

SOCITAS en a produit 700 000 en 1970, 900 000 en 1971, 1 200 000 en 1972 (soit une valeur de, respectivement, 470,660 et 870 millions CFA) destinés pour les 2/3 aux grossistes, pour 1/3 aux industriels de la confection (SAFRIC, MACODI, ERG,...). Mais, là comme dans le travail du coton, cette brillante et facile progression paraît menacée par la crise conjoncturelle qui s'annonce.

## 2°) LE MARCHE LOCAL ET SES PROBLEMES.

Nous l'avons dit, le marché des pagnes et tissus a connu jusqu'ici une demande nettement supérieure à l'offre d'une production parfaitement compétitive tant par sa qualité que par ses prix. Ce qui a pour effet d'une part la bénignité de la concurrence entre les fabricants, qui règlent leurs différends à l'amiable, par téléphone éventuellement, et n'hésitent pas à s'entraider, en cas de rupture de stock par exemple, d'autre part l'absence de politique de promotion des ventes (1) ; le seul problème, dans ce domaine où les achats sont spontanés et massifs, c'est le choix des motifs et des coloris : il y a des dessins qui "font" plus de 500 000 mètres, il y en a qui ne partent absolument pas, même à prix réduit (on touche là au domaine de la coquetterie et non celui de la rationalité économique classique). Chaque entreprise a donc des stylistes qui créent de 250 (ICODI) à 350 (SOTEXI) nouveaux motifs par an, dont 20 % marchent bien : certains dureront des années sans que jamais la clientèle ne s'en lasse. Même les tissus de SOCITAS, par définition beaucoup plus homogènes et sobres, se répartissent en 200 modèles différents, diversifiés chacun en cinq ou dix nuances...

Dans cette bataille plus "artistique" qu'économique, la pièce maîtresse est donc le vendeur, strictement spécialisé dans le pagne, connaissant parfaitement les goûts et les réactions de la clientèle, et qui donc peut seul indiquer les innovations susceptibles de plaire au public. Cet intermédiaire décisif appartient aux compagnies commerciales clientes (2), et décharge donc les producteurs aussi bien de tous soucis d'exploration du marché que de toutes tentations de se créer leur propre réseau de distribution (3). Les producteurs

---

(1) Seules ICODEI, légèrement handicapée par son absence de dédouanements, et ERG font un petit peu de publicité.

(2) Voir le volume de leurs achats en annexe 2.

(3) Le magasin de la rue du Commerce qui s'est spécialisé dans la vente des produits GONFREVILLE l'a fait de sa propre initiative et n'a aucun lien avec ERG.

se déclarent entièrement satisfaits du système actuel, qui se caractérise d'autre part par une complète liberté entre producteurs et clients, même quand ceux-ci sont les principaux actionnaires des premiers (la CCHA détient 30 % du capital de la SOTEXI, en association avec des industriels japonais, la CFAO 27 % d'ICODI (1), la CFCI 27 % d'ICODI et 80 % d'UNIWAX (2), la SCOA 12 % d'ICODI. Les grandes compagnies ont créé ces entreprises pour remplacer leurs importations ou pour conserver un marché menacé (si ce n'avait pas été CFCI et TFXOPRINT qui avaient fondé UNIWAX, à la demande pressante des Pouvoirs Publics ivoiriens, cela aurait été quelqu'un d'autre), mais il n'existent entre elles et les producteurs aucun lien préférentiel, aucun favoritisme tarifaire ou commercial (ce qui pourrait changer en cas de crise). Les achats au producteur sont également accessibles aux petits grossistes, s'ils peuvent satisfaire aux exigences de quantité (par exemple 20 balles minimum, soit 11 000 m, valant 2 millions CFA, chez ICODI) et de délais de paiement qu'exigent sans discrimination de tous leurs clients les producteurs.

Quant aux autres produits textiles bruts ou teints, ils ne posent pas de problèmes particuliers : eux aussi sont entièrement pris en charge par les compagnies commerciales, petites et grandes. On notera cependant que dans le domaine assez particuliers des tissus artificiels et synthétiques, la prépondérance a échappé aux grandes compagnies au profit d'un petit nombre de grossistes d'origine marocaine (DIFFUSION TEXTILE, IRAQUI, TEXTILE IVOIRIEN, LAKLALESH) qui se sont façonné cette spécialité autant pour les tergals importés que pour la production de SOCITAS.

On remarque que, dans l'ensemble, le fait que les tissus soient produits sur place au lieu d'être importés n'a pas modifié le rapport de puissance entre les compagnies qui en assurent la diffusion.

Ces compagnies sont évidemment situées dans leur quasi-totalité à Abidjan : ERG et SOCITAS, installés à Bouaké, n'ont fait en 1972 que 5 % et 2 % de leurs ventes hors d'Abidjan (deux gros commerçants dioula et ESCARRE de Korhogo pour le premier, SERINI de Bouaké - qui vient d'ailleurs de fermer

---

(1) Avec la participation du groupe textile SCHAEFFER, de Mulhouse, pour la partie technique.

(2) Avec le groupe hollandais TFXOPRINT, propriétaire du procédé wax.

ses portes - pour le second). Il leur faut donc avoir des agents dans la capitale pour assurer la liaison (quotidienne pour ce qui est des pagnes, bimensuelle pour le reste) (1) et une flotte de camions faisant la navette.

Deux ombres, cependant, à ce tableau jusqu'ici plutôt idyllique : d'une part la hausse des matières premières (laine et surtout coton - voir plus loin) renchérit considérablement les coûts de fabrication, alors que les prix de vente sont bloqués administrativement : ainsi pour un mètre de pagne imprimé vendu 190 F, le coût de la contonnade de base est-il actuellement (toutes taxes, y compris douanières, incluses) de 90 F.

D'autre part le marché local est actuellement soumis à un assez brutal tassement : la sécheresse a diminué les revenus dans la partie septentrionale du pays, la récolte 1973-74 du café et du cacao en Basse-Côte s'annonce médiocre (2), les déguerpissements massifs à Abidjan provoquent un important transfert du pouvoir d'achat vers le secteur du logement. Avec en plus l'effondrement des marchés des autres pays d'Afrique de l'Ouest, touchés par une sécheresse désastreuse, la conjugaison de ces phénomènes, qu'aggrave encore une hausse de la fiscalité (150 F de plus par mètre de tergal), entraîne en ce premier semestre de 1973 une brutale baisse des ventes de textiles : la production de SOCITAS est tombée de 117 000 tonnes en décembre 1972 (époque de très forte demande) à 40 000 tonnes en avril 73, la semaine de travail se réduisant (sans licenciements) de 48 heures à 32 heures, alors qu'au premier trimestre de 1972, la demande était telle que SOCITAS n'arrivait pas à la satisfaire et a investi 160 millions CFA pour porter sa capacité de production de 1 200 000 tonnes à 1 800 000 tonnes ... Si la régression est moins spectaculaire (semble-t-il) dans la cotonnade, le manque à gagner n'est pas moins important vu la hausse du coût de la matière première.

- 
- (1) SOCITAS évalue le coût annuel de cette antenne à Abidjan à 20 millions CFA (et s'en plaint amèrement). ERG paraît s'accommoder sans difficultés de cet "exil" (vieux, il est vrai, d'un demi-siècle).
- (2) Avec les systèmes de crédit, l'argent de la Traite est généralement dépensé (ou investi) six mois à un an avant la vente des produits : les heureux effets de la récolte de 1972-1973 se sont donc faits sentir en 1971-72.

3°) LES PROBLEMES DU MARCHE EXTERIEUR ET LES PROJETS DE "MAMMOUTHS" COTONNIERS.

Les exportations de textiles ivoiriens ne sont pas négligeables, puisqu'en 1972, ils représentaient environ 2 milliards CFA, soit 15 % de la production, assez inégalement répartis :

- ICODI a exporté 30 % de ses tissus imprimés, pour les 2/3 vers le Sénégal, malgré le fort protectionnisme douanier de celui-ci (passage récent de la mercuriale de 1 300 F à 1 600 F : auparavant le Sénégal achetait les 3/4 des exportations d'ICODI), pour 1/3 au Dahomey, Niger, Zaïre, par l'intermédiaire des compagnies commerciales actionnaires de l'entreprise.

- ERG exporte 18 % de sa production, pour les 5/6 au Mali (en particulier pour le fil), au Sénégal et au Niger, le reste au Dahomey, en Haute-Volta (où l'usine textile VOLTEX -filiale de ERG- est puissamment protégée par les plus hautes mercuriales d'Afrique), au Libéria, au Zaïre...

- SOCITAS, qui a peine à ravitailler le marché ivoirien, n'a exporté que 2 % de sa production de 1972 vers le Mali, la Haute-Volta, le Togo, le Niger (dans ces deux pays, elle a fourni les uniformes de l'armée), mais elle espère s'implanter à Dakar en s'associant avec une petite usine de textile artificiels de la place, afin de tourner la législation douanière sénégalaise.

- Quant à UNIWAX, elle n'exporte pas du tout, afin de ne pas faire concurrence à son entreprise-mère de Hollande et à l'autre filiale de Téma, au Ghana (de la même taille que l'usine d'Abidjan), ce qui fait que l'usine de Côte d'Ivoire est maintenue juste au seuil de la rentabilité minimale (et s'en plaint), mais l'évolution de la politique douanière du continent africain modifiera peut-être la situation en sa faveur, lui ouvrant plus largement un marché estimé à 45 millions de yards (pays riverains du Golfe de Guinée uniquement : le wax est une denrée trop luxueuse pour les pays de savane), encore fourni aux 2/3 par les usines européennes du groupe TEXOPRINT (Hollande, Grande-Bretagne, Suisse).

Mais, nous l'avons dit, la sécheresse catastrophique de 1972 ruine le pouvoir d'achat des pays de savane (Sénégal, Mali, Haute-Volta, Niger) tandis que la baisse du cuivre diminue la solvabilité du Zaïre (où la production ivoirienne jouit d'une excellente réputation de goût et de qualité). Tout ceci réduit les possibilités d'exportation en 1973 dans des proportions impossibles à chiffrer actuellement, mais certainement considérables.

Mais l'Europe (et secondairement les Etats Unis) (1) pourraient devenir un débouché intéressant, que les industriels ivoiriens commencent à courtiser (plusieurs d'entre eux étaient présents à la Foire de Paris de mai 1973). Il s'agit moins des pagnes imprimés (2), dont on pourrait lancer la mode en jouant sur leur amusant exotisme, mais qui n'auraient là qu'un marché restreint, que d'un développement massif des exportations de coton écri, afin de profiter de la forte hausse des cours de celui-ci. Les causes du phénomène, d'une intensité telle qu'elle signifie une véritable famine mondial d'écri (dont le prix est passé en dix-huit mois de 19 cents le yard à 41 aujourd'hui, entraînant des réévaluations successives des contrats pourtant passés ferme avec les producteurs d'Extrême Orient, au grand dam des acheteurs) sont complexes. On nous en a indiqué plusieurs, qui certainement se superposent :

- la demande mondiale de coton croît régulièrement, alors que l'engouement pour les textiles artificiels marque le pas ;
- les U.S.A., qui vendaient leur coton brut à Formose, Hong-Kong, Singapour... et réimportaient de l'écri, ont modifié leur politique pour réserver leurs matières premières à leurs propres usines ;
- un typhon aurait détruit des usines à Formose (premier fournisseur des entreprises de Côte d'Ivoire), au moment où les investissements s'y réduisent par suite de la volte-face diplomatique des U.S.A. et du Japon en faveur de Pékin ;
- la sécession du Bengale a gravement perturbé la production du Pakistan, entraînant un manque-à-produire estimé à un millier de tonnes par jour (?) ;
- enfin et surtout, le désordre général des monnaies provoque une spéculation massive sur les matières premières (dont, outre le coton, le café et le cacao), avec des stockages considérables.

Pour répondre à cette demande, toutes les entreprises textiles de Côte d'Ivoire ont décidé de s'équiper en grand pour produire de l'écri destiné à l'exportation (et aussi s'affranchir des importations).

---

(1) Le problème est un peu marginal par rapport à notre recherche, mais trop important pour ne pas être décrit ici.

(2) Le problème ne se pose pas pour les tergals de SOCITAS : si la production locale est nettement moins chère que les tissus importés, cet avantage s'annule à l'exportation vers l'Europe.



SOTEXI est la plus avancée : l'usine "UTEXI" (1) de Dimbokro doit entrer en production au début de 1974 et tourner à plein régime à la mi-74. Elle traitera alors 4 500 tonnes de coton, dont les 2/3 seront pour les besoins de SOTEXI et le reste pour l'exportation. Ultérieurement, deux tranches supplémentaires porteront la capacité de production à 12 500 tonnes, dont 9 000 à 9 500 pour l'exportation, avec 1 600 salariés et un investissement estimé à 15 et peut-être même 20 milliards CFA.

Deuxième des "mammouths" prévus, COTIVO, filiale d'ICODI à Agboville (l'exil hors d'Abidjan étant une contrainte politique, la localisation sur le chemin de fer une contrainte technique) produira en 1975 4 500 T (et ultérieurement 9 000 T) de tissus divers : écreu simple (dont 2 000 T iront à ICODEI et UNIWAX), tissu de blue-jean, de vêtements de sports, ... avec 1 500 salariés et un investissement de près de 10 milliards.

Enfin, ERG, qui traite déjà 4 500 T. d'écreu, se dotera en 1976 d'une deuxième unité de filature - tissage de même importance, avec 850 salariés et un investissement de 4,5 milliards. Deux autres tranches de 2 000 T chacune sont également prévues à plus long terme.

Donc en 1976, la Côte d'Ivoire devrait usiner intégralement sa production de fibres de coton, et à partir de cette date en importer pour pouvoir vendre au marché extérieur une vingtaine de milliers de tonnes (ce qui n'est pas grand-chose en regard des quatre millions de tonnes de la production mondiale).

Ce qui est à craindre, malheureusement, c'est que si la hausse des coûts est à base conjoncturelle, la tendance ne viennent à s'inverser dans les années à venir, et que les profits réalisés ne soient très inférieurs à ceux que l'on en escompte aujourd'hui. Mais ce choix d'un développement massif de l'exportation de produits usinés correspond à une étape importante du développement industriel de la Côte d'Ivoire.

---

(1) Ce n'est officiellement pas une filiale de SOTEXI, mais les deux firmes auront mêmes actionnaires et même direction, et pratiquement tous les bénéfices de SOTEXI sont investis dans la construction d'UTEXI.

## B - LA TRANSFORMATION DES TISSUS D'HABILLEMENT

### 1) LA CRISE DE LA PRODUCTION.

Si les producteurs de tissus connaissent actuellement des difficultés que l'on peut penser passagères, c'est une très grave crise qui menace l'existence même de l'industrie de la confection et de la bonneterie, secteur non négligeable de l'économie ivoirienne puisqu'il a réalisé plus de deux milliards de chiffre d'affaires en 1971. Or l'année dernière a vu capoter trois de ses entreprises : SIVETI et COGECI fermant plus ou moins leurs portes, DRA étant rachetée par SAB, qui l'absorbera complètement cette année.

Le problème n'est cependant pas le même pour la confection et pour la bonneterie. Dans ce dernier domaine, où seule SAB-DRA se maintient (1), la question fondamentale est celle de la concurrence extérieure, illégale aux frontières du Ghana et du Libéria et surtout légale en provenance d'Italie (pour les blouses) et du Sénégal (2), mais surtout des pays nouvellement producteurs d'Extrême Orient : Singapour, Hong-Kong, Formose, Chine, Corée, dont les produits coûtent à Abidjan moitié moins cher que la production locale : un dollar et demi (375 F CFA) la douzaine de chaussettes que SAB vend - à perte - à 700 F, car SAB-DRA est actuellement contrainte de vendre de nombreux produits en dessous de leur prix de revient pour préserver ce qu'elle peut de sa part du marché, qui a déjà décliné en un an de 50 % à 40 % (3). D'où un recul du chiffre d'affaires de 10 % entre 1971 et 72 (de 544 millions à 490, soit 50 de moins que prévu, et 4 de perte) et, les deux usines ne tournent qu'à la moitié de leur capacité de production, le licenciement de 85 employés, soit le quart des effectifs. Au total, l'activité est retombée au niveau de 1968, et la vieille DRA (filiale d'un groupe de Troyes, fondée en 1954), qui avait déjà connu une passe difficile quand SAB s'était lancée (chiffre d'affaires chutant de 243 millions en 1964 à 164 en 1967 pour remonter péniblement à 180-190 ces dernières années) n'y a pas résisté.

---

(1) ERG produit aussi un peu de bonneterie et de confection, mais cela est marginal par rapport à ses activités principales.

(2) Un article sénégalais entrant en Côte d'Ivoire paie 26 % de taxes douanières, le même article ivoirien entrant au Sénégal en paie 38 %.

(3) La situation de SAB s'est aggravée depuis la fin, en septembre 72, de son agrément prioritaire douanier.

Un nouveau code douanier (attendu en principe pour juin 1973) est donc considéré par SAB-DRA comme l'unique planche de salut possible. Mais on peut se demander si les Pouvoirs Publics accepteraient d'augmenter assez fortement les taxes - et donc le coût des produits pour le consommateur ivoirien - pour protéger efficacement la production deux fois plus onéreuse de l'unique entreprise concernée.

Pour MACODI et SAFRIC, les deux grands de la confection (surtout masculine : pantalons et chemises essentiellement), le problème est plus aigu encore, car la concurrence est ivoirienne. Par un renversement assez inattendu du cours des choses, voici que l'artisanat africain "transitionnel" se met à ruiner la grande industrie européenne implantée en force de longue date (1961 pour la première nommée, 1959 pour la seconde). C'est que les artisans d'Abidjan, rompus depuis plusieurs années au maniement des machines à coudre, ont réussi dans les années 1969-70 à faire des pantalons de coupe tout à fait correcte et, depuis 1971-72, à faire des chemises (le cap difficile à franchir était la réalisation du col) (1). Or ils travaillent sans frais généraux, généralement sans patente, se contentant d'un profit dérisoire, et de plus avec des tissus - aux dires des industriels - souvent importés en fraude. Ils saturent donc le marché à des prix absolument imbattables (trois à quatre fois moins chers), et quitte à ne pas s'y retrouver eux-mêmes d'ailleurs. Du coup, les industriels, en déficit (perte de 48 millions en 1972 pour SAFRIC), doivent licencier une partie de leur personnel (SAFRIC un quart, MACODI un tiers), qui dès lors s'installe à son compte et aggrave la concurrence.... Selon une estimation de la SCOA, les deux industriels produisent annuellement 150 000 pantalons, l'artisanat local 800 000 !

Battus sur le terrain de la production bon marché, les industriels n'arrivent pas de se rattrapper sur celui de la qualité, car ils se heurtent alors à la concurrence des produits de luxe importés d'Europe, dont le snobisme ambiant maintient les privilèges. Les fabrications locales ont à lutter contre les réputations (imméritées, disent les producteurs) de médiocre finition, de mauvais goût et de marges commerciales trop faibles (argument plus sérieux). Les industriels embauchent donc actuellement des stylistes capables de donner

---

(1) En bonneterie, ils ne peuvent faire que des slips, dont SAB a abandonné totalement la production.

à leurs vêtements le "chic parisien" jugé indispensable (MACODI pense y être parvenue), s'efforcent de promouvoir plus activement leurs ventes et ... évitent de les griffer "made in Ivory Coast" (1).

b) Les problèmes de la commercialisation sont donc, nous le voyons, en continuité totale avec ceux de la production, et nous retrouvons ici d'assez fortes ressemblances avec le secteur de la chaussure. En effet, les grandes compagnies commerciales, qui dans le domaine des pagnes et autres textiles bruts prennent en charge intégralement les problèmes de diffusion, se détournent systématiquement d'une production si peu concurrentielle : elles préfèrent de beaucoup acheter leurs articles de bonneterie à l'étranger, bien meilleur marché que la production locale, et, dans la confection, ont, depuis quelques années, pratiquement renoncé à lutter contre la concurrence des artisans vendant eux-mêmes leurs oeuvres. Les industriels, évidemment, s'en plaignent avec véhémence et accusent même (en particulier MACODI) les compagnies d'avoir interrompu leurs achats du jour au lendemain, leur abandonnant sur les bras des stocks considérables (2).

Leur restent heureusement les petits commerçants dioula, français ou libanais (ou marocains pour les articles en tergal) : ils achètent 40 % de la production de SAFRIC, la quasi-totalité de celles de MACODI et de SAB. Pour cette dernière entreprise, à capitaux et direction libanais, la solidarité nationale joue à fond (3) et une dizaine de grossistes libanais écoulent 90 % de sa production (tout en vendant aussi des produits importés, évidemment), à Abidjan surtout mais aussi sur les marchés de brousse pour certains d'entre eux équipés de camions.

Devant la carence relative des commerçants, les producteurs sont donc amenés à prendre en main eux-mêmes une partie de leur diffusion : SAB-DRA vient d'installer un magasin en ville (avec un commissionnaire libanais), mais a dû renoncer en 1972 aux tournés en brousse, trop onéreuses ; SAFRIC a sa filiale,

- 
- (1) Le Secteur "confection" d'ERG travaille surtout sur commandes de l'Etat, en particulier pour les uniformes de l'armée (avec des tissus de SOCITAS); il s'agit là d'un marché sans problème de débouchés, mais passager et de périodicité imprévisible.
  - (2) Le "boycott" n'est évidemment pas total: les compagnies (et en particulier Avion et surtout PAC qui a pour option d'acheter d'abord ivoirien) diffusent encore 5 à 10 % de la production de SAB et de MACODI et 30 % de celle de SAFRIC (CFCI en premier, AVION ensuite, PAC en troisième position).
  - (3) Comme nous l'avions vu pour POLYPLAST.

AMCAF, qui fait 30 % de son marché ivoirien dans son magasin de gros de la rue du Commerce, et grâce à ses deux camions qui font le tour des détaillants du pays (mais ce circuit commence à être déficitaire et va être allégé) ; MACODI, de même, détient, par son associé LE TORO, une boutique rue du Commerce et songe à se créer une chaîne complète de distribution afin de mieux lancer ses nouveaux modèles "style France", effort promotionnel dont elle pense ses clients libanais et dioula incapables ("trop routiniers, manquant d'audace pour se lancer dans les nouveautés, etc...", air déjà entendu).

Les exportations vers les pays voisins restent assez faibles et d'ailleurs déclinantes, vu leur crise économique actuelle et le fait qu'ils s'équipent eux aussi en industries qu'ils protègent en élevant leur barrières douanières : les ventes de MACODI à l'extérieur sont ainsi tombées de 30 à 15% de sa production (Libéria, Sierra Leone, Mali, pays de l'Entente), celles de SAFRIC de 12 à 10 % (Dahomey, Niger, Zaïre), celles de SAB de 7 à 2 % (Libéria, Haute-Volta, Sénégal) - mais il s'agit là des ventes officielles, faites directement par l'usine : les dirigeants de SAB estiment qu'en fait c'est la moitié de leurs produits qui part plus ou moins clandestinement dans les pays voisins (y compris le Ghana dont la production est moins diversifiée).

L'Europe, pour MACODI et SAFRIC, est par contre un espoir sérieux, prospecté assidûment (1) : MACODI pense avoir réalisé la percée en France, SAFRIC a obtenu la sous-traitance de 30 000 pantalons pour l'Allemagne et veut investir 50 millions pour développer ce type de débouché. Mais la production des entreprises ivoiriennes, concurrentielle face aux produits européens, l'est beaucoup moins devant ceux d'Afrique du Nord, d'Europe de l'Est ou d'Extrême Orient : il n'est pas certain que cela suffira à redresser la barre et à enrayer une crise qui a déjà entraîné le licenciement de quelques 400 employés en un an et en menace deux fois autant.

---

(1) Même chose pour l'importante production de draps, serviettes, couverts de table... de ERG (360 millions CFA, soit 11 % de son chiffre d'affaires), qui sature le marché ivoirien. Il est certain que les nappes d'ERG, à motifs "africains", ont beaucoup de succès en France : c'est par milliers qu'elles sont chaque année emportées comme cadeaux par les Français de Côte d'Ivoire rentrant en vacances, mais il a jusqu'ici été impossible de trouver un seul client sérieux sur place, malgré de gros efforts de prospection.

Dans cette peu réjouissante atmosphère, j'ai tout de même rencontré deux industriels heureux ; ce sont à vrai dire des cas assez particuliers: une toute jeune firme de confection enfantine et une usine de vêtements de travail. La première, la MICE est une petite entreprise née il y a un peu plus d'un an (en avril 1972) qui, avec une centaine d'employés, produit maintenant quelques deux mille pièces par mois : petites robes, costumes de garçonnets, barboteuses et surtout uniformes scolaires, qui lui garantissent à eux seuls un plein-emploi saisonnier, de février à octobre. Sa production, diffusée par les grandes compagnies (SCOA, PAC, CFCI, PRINTANIA, MONOPRIX) et les boutiques du Plateau, occupe un créneau entre ce que font les artisans, meilleur marché (autour de 500 F, contre 2 000 à 5 000 pour les produits MICE) mais de médiocre qualité - or l'habillement des enfants est fortement conditionné par la subjectivité des mères - et les vêtements importés d'Europe, nettement plus chers (7 000 à 12 000 F). Le problème est donc d'avoir des modèles suffisamment alléchants (une styliste s'en occupe) et diversifiés pour contenter des clients aussi nombreux et divers. Mais la MICE à l'impression de n'être encore pour eux qu'un bouche-trou, à qui on ne passe que de petites commandes pour compléter les collections. La firme s'efforce de tourner la difficulté entre prospectant les marchés voisins (Togo et Dahomey surtout) et européens, où les vives couleurs des tissus africains plaisent beaucoup, surtout pour vêtir des enfants.

Mais ce qui fait surtout la chance de la MICE, c'est que cette jeune entreprise à capitaux ivoiriens jouit d'une constante sollicitude, officielle et officieuse, des Pouvoirs Publics qui feront ce qu'il faut pour assurer ses premiers pas.

Quant à MICHEL-TREFOR, elle fournit des vêtements de travail aux entreprises d'Abidjan (pour les 2/3) et aux administrations (dont l'armée, la police...), ce qui la tient, évidemment, à l'écart des problèmes commerciaux de ses collègues. L'entreprise jouit sur la place d'un quasi-monopole, en particulier depuis la chute de la COGECI qui avait tenté de la concurrencer. Elle a été fondée en 1964 par un agent de l'une des grandes compagnies commerciales pour laquelle il avait travaillé des années à Abidjan. S'estimant trop jeune à 55 ans pour prendre la retraite à laquelle la limite d'âge le contraignait, il profita de sa parfaite connaissance du milieu industriel de la ville pour monter avec quelques machines une petite entreprise qui a très vite prospéré. Elle est aujourd'hui capable de fournir aussi bien 5 000 uniformes pour AIR AFRIQUE que dix bleus de travail sur mesure à un petit garagiste de quartier. Ce marché florissant est complété par l'importation et la revente de tous les

accessoires spécialisés : bottes d'égoutier, gants d'amiante, casquettes de la police... D'où une évidente prospérité, entraînant l'absence complète d'effort promotionnel : l'entreprise a juste un commis-voyageur qui fait la tournée des entreprises d'Abidjan pour s'enquérir de leurs besoins, et ne cherche absolument pas à exporter -même à Bouaké (1) : le directeur avoue bien volontiers qu'à un an de sa retraite, il n'a aucune envie de "se fatiguer au profit de ses successeurs", attitude révélant une satisfaction dont on ne trouve nul autre exemple parmi les chefs d'entreprises des industries textiles de Côte d'Ivoire, qui tous sont affectés d'une visible morosité. Mais celle-ci est donc d'inégale intensité : si les producteurs de tissus ne sont atteints que de recession, ceux qui les transforment sont menacés dans leur existence même par l'état du marché.

Abidjan, Mai 1973.

---

(1) Cependant de grosses entreprises multinationales, comme TEXACO ou SHELL, lui ont commandé des tenues pour leurs employés des pays de l'Ouest africain.

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES  
OBTENUES EN JUILLET 1973

- 1 -. Selon d'autres sources, UNIWAX tournerait au maximum de sa rentabilité, car sa production est trop chère pour l'exportation.
- 2 -. L'usine de tissu pour vêtements de travail prévue par ICODI sera construite à Abidjan-Yopougon avec une participation majoritaire (51 %) du groupe américain BLUE BELL. Elle occupera 1 200 salariés en 1978 et exportera 80 % de sa production, pour un chiffre d'affaire estimé à 5 milliards et un investissement prévu de 2 milliards. ICODI détiendra 30 % du capital et le groupe américain REAGLE (lui-même actionnaire d'ICODI) 19 %)
- 3 -. C'est par obligation statutaire qu'ICODI doit acheter une partie de son coton écru sur place.
- 4 -. Le nouveau code douanier est paru le 4 juillet 1973.
- 5 -. Le renversement de la conjoncture pour les fancy s'est produit dès le début de 1973, alors que le prix du coton brut continue à grimper (90 F le m. = prix fin 72).



## Annexe 1 : LES PRODUCTEURS DE TEXTILES

	Capital	investis- sements	main-d'oeuvre (1971)		Chiffre d'affaires			
			africainé	expa- triée	1969	1970	1971	1972
SOTEXI	350	1.601	513	37	2.590	3.319	3.295	3.950
ICODI	360	1.080	260	21	1.285	1.439	1.730	2.426
ERG	990	3.116	2.760	75	2.266	2.852	3.282	4.200
UNIWAX	500	1.602	394	26	-	130	953	1.850
SOCITAS	100	249	80	5	150	468	661	866
TOTAL								
Textile A	2.300	7.648	4.007	164	6.291	8.198	9.921	13.292
SAB-DRA	125	334	291	11	510	510	544	490
SAFRIC	100	183	410	10	651	669	652	635
MACODI	50	212	460	13	577	646	711	710
MICHEL	6	25	39	3	92	122	138	150
MICE	20	50?	94	3	-	-	-	50 ?
COGECI	1	5	33	1	36	46	45	0
Total								
Textile B	302	819	1.327	41	1.866	1.993	2.090	2.045
TOTAL GENERAL	2.602	8.467	5.334	205	8.157	10.191	12.011	15.337

Annexe 2 : PRINCIPAUX ACHATS DES COMPAGNIES COMMERCIALES

( en millions CFA)

	SOTEXI	ICODI	ERG	UNIWAX	SOCITAS	SAFRIC	MACODI	SAB
Groupe CFCI	1°	2° 25 % 430 m.	1° 14 % 590 m.	1° 65 % 170 m.	2° 10 % 75 m.	2° 15 % 100 m.		
Groupe SCOA	2°	3° 21 % 360 m.	3° 12 % 500 m.	?		3° 10 % 65 m.		
Groupe CFAO	3°	1° 40 % 690 m.	4° 9 % 380 m.	2° 15 % 270 m.				
CCHA	4°ex	?		3° 7 % 130 m.				
Divers européens		?	2° 13 % 580 m.		?			
Divers libanais marocains	4°ex	?			1° 50 % 380 m.	1° 40 % 260 m.	1° 90 % 640 m.	1° 90 % 500 m.
PAC				?		4° 5 % 30 m.		

+ ERG vend 11 % à ICODI

SOCITAS vend 22 % à SAFRIC, 4 % à MACODI.

Marguerat Yves (1973)

1er produit : chaussures, 2ème produit : textiles

In : Commercialisation et industrialisation

Abidjan : ORSTOM, 26 p. multigr.