

PROGRAMME DE PROMOTION DU COMMERCE SUD-SUD

GABON

**EXPANSION DU COMMERCE INTRA- ET INTER-
REGIONAL ENTRE LES PAYS DE LA CEMAC
ET DE L'UEMOA**

**Etude de l'offre et de la demande sur les textiles et
l'habillement**

Septembre 2003

**Paul Henri NGUEMA MEYE
Consultant national**

Les appellations employées dans ce document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent, de la part du Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI), aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Bien qu'une attention toute particulière ait été portée pour la compilation des données, le CCI n'est pas responsable des erreurs qu'il pourrait contenir.

**Le présent rapport n'a fait l'objet d'aucune modification de la part des services d'édition
du Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI)**

TABLE DES MATIERES

	Page
INTRODUCTION GENERALE	1
A. Gabon et activités visées	1
B. Objectifs de l'étude	3
C. Méthodologie	3
 PREMIERE PARTIE : ANALYSE DE L'OFFRE 	
I. INTRODUCTION	5
II. RESUME DES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	6
III. STRUCTURE DE L'ACTIVITE EN RAPPORT AVEC LE TEXTILE ET L'HABILLEMENT AU GABON	7
A. Caractéristiques générales de l'offre	7
1. Unités de confection et/ou de fabrication de produits textile et d'habillement	7
2. Structures de commercialisation de produits textile et d'habillement	8
B. Capacités de production	9
C. Facteurs de production	11
D. Matières premières	12
E. Normes de qualité	12
IV. PROFIL EXPORTATEUR DE LA BRANCHE	13
A. Volume et direction des exportations	13
B. Politiques d'exportation et mesures d'encouragement dans ce domaine	13
C. Conditionnement	14
D. Financement et crédits à l'exportation	14

DEUXIEME PARTIE : ANALYSE DE LA DEMANDE

I. INTRODUCTION	15
II. RESUME DES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	16
III. CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE	17
A. Taille du marché	17
1. Branche d'activité nationale	17
2. Analyse des importations	17
3. Consommation apparente	20
B. Autres caractéristiques du marché	20
1. Préférences des consommateurs	20
2. Segmentation du marché	21
3. Concurrence	21
IV. POLITIQUES EN VIGUEUR	22
A. Procédures d'importations	22
B. Circuits d'importation	22
1. Fabricants	22
2. Gros importateurs et maisons spécialisées	23
3. Revendeurs de moindre importance	23
C. Pratiques commerciales	23
D. Promotion des ventes	24
V. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	25

TABLEAUX

Tableau 1 :	Evolution de la production du secteur moderne du textile et de l'habillement	10
Tableau 2 :	Evolution des importations en volume et en valeur	18
Tableau 3 :	Répartition des importations selon le type de produit textile ou de l'habillement	18
Tableau 4 :	Niveau et répartition des importations en produits textiles et d'habillement en 2001	19
Tableau 5:	Soldes de gestion des gros importateurs	23

ANNEXES

Annexe I	Liste des entreprises	33
Annexe II	Profils des entreprises gabonaises a considérer pour la rencontre acheteurs/vendeurs	35

LISTE DES ABREVIATIONS

AIF	Agence intergouvernementale de la francophonie
BIB	Banque internationale du Burkina
CCI	Centre du commerce international CNUCED/OMC
CCIT	Compagnie de confection industrielle et textile
CEMAC	Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale
CFA	Communauté financière africaine
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement
MGV	Manufacture gabonaise de vêtements
NDA	Non dénommé ailleurs
OMC	Organisation mondiale du commerce
PIB	Produit intérieur brut
SH	Système harmonisé
TPG	Tarif préférentiel généralisé
UDEAC	Union douanière et économique de l'Afrique centrale
UEMOA	Union économique et monétaire ouest africain
SOTEGA	Société des textiles du Gabon
SOGATEX	Société gabonaise des textiles
SOVEMAN	Société de vêtements manufacturés

INTRODUCTION GENERALE

En partenariat avec la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC) et l'Union économique et monétaire ouest africain (UEMOA), le Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI) et l'Agence intergouvernementale de la francophonie (AIF) ont décidé de mettre en place, pour le biennium 2002-2003, un projet conjoint qui vise l'expansion du commerce intra- et inter-régional entre les états membres de la CEMAC et de l'UEMOA. Ce projet s'intéresse entre autres activités aux échanges en matières d'achats/ventes sur les textiles et l'habillement.

Dans cette perspective, ces organismes partenaires organisent une rencontre acheteurs/vendeurs sur les textiles et l'habillement à Douala, capitale économique du Cameroun, au mois de novembre 2003.

Le Gabon, comme treize autres pays de la CEMAC (Cameroun, Congo, Guinée équatoriale, République centrafricaine et Tchad) et de l'UEMOA (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée Bissau, Mali, Niger, Sénégal et Togo), est bénéficiaire de l'opportunité qu'offre ce programme. C'est dans ce contexte que le Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI) a commandité une étude de l'offre et de la demande sur le textile et l'habillement auprès des opérateurs gabonais installés dans la filière et qui opèrent précisément dans les domaines de :

- La fabrication des articles de textile et d'habillement : il s'agit des unités de production locale qui font de la confection d'articles textiles et d'habits ;
- Le négoce de produits textile et d'habillement : ce sont toutes les entreprises qui, depuis l'import/export de gros au commerce de détail, s'occupent de la vente d'articles de textile et d'habillement.

A. Gabon et activités visées

Pays membre de la CEMAC depuis le démarrage officiel des activités de cette institution le 25 juin 1999 en remplacement de la défunte UDEAC (Union douanière et économique de l'Afrique centrale) qui avait vu le jour le 8 décembre 1964, le Gabon présente plusieurs caractéristiques physiques et socio-économiques singulières.

- Sur le plan physique :

Le Gabon est un pays frontalier avec la Guinée équatoriale et le Cameroun au nord, la République du Congo à l'est, puis présente sur sa façade ouest un accès à la mer (océan atlantique) sur 800 km. Il est traversé par l'équateur, cette situation lui donne un climat chaud et humide avec des précipitations neuf mois sur douze. Tout cela contribue à lui donner la forêt dense qui recouvre son territoire à 85 %.

- Sur le plan politique :

Le Gabon a accédé à l'indépendance le 17 août 1960. Son régime politique est de type présidentiel. Le Président actuel est au pouvoir depuis 1967. Il vient d'être réélu au suffrage universel en 1998 pour un mandat de sept ans.

En 1990, le vent de l'Est qui souffle dans les pays africains, à la faveur des changements politiques intervenus en France en 1981, va amener les autorités et le parti au pouvoir à organiser une « Conférence nationale ». L'issue de ce grand forum a consacré le retour de la démocratie au Gabon. Depuis ce temps, le nouveau système politique est pluraliste en même temps qu'il consacre les libertés politique, syndicale, de la presse et d'association. Plusieurs partis politiques de l'opposition et des syndicats libres ont ainsi vu le jour.

Pour conforter son changement de système politique, le Gabon s'est progressivement doté de nouvelles institutions. Il s'agit, entre autres, des institutions relevant du pouvoir exécutif (Conseil national de la communication, Conseil national de la démocratie, etc.) et du pouvoir législatif qui est composé actuellement de deux chambres (l'Assemblée nationale et le Sénat).

- Sur le plan socio-économique :

Profitant de son ouverture sur la mer, le pays s'est doté de deux ports (Libreville et Port-Gentil) qui, avec l'aéroport international de Libreville, lui offrent des facilités intéressantes pour échanger avec l'extérieur.

Le pétrole qui pendant longtemps a été le seul produit d'identification du Gabon est en voie de tarissement, ce qui a eu pour conséquence d'amener les autorités à promouvoir la diversification de l'économie nationale. Au stade actuel, quelques secteurs d'activités comme le bois, les services (tourisme, télécommunications, banques et assurances) et les mines sont identifiés comme pouvant être les moteurs du développement de l'activité hors pétrole.

La faiblesse de la population gabonaise (1,015 millions en 1993) constitue un handicap certain en termes de taille de marché. C'est pourquoi, ce projet d'expansion du commerce entre les états membres de la CEMAC et de l'UEMOA est très intéressant pour les opérateurs économiques installés au Gabon. Les opportunités de création de nouvelles affaires et de tissage de nouveaux partenariats sont également des aspects à ne pas négliger car susceptibles d'accroître la création de richesse dans le pays. Entrant ainsi dans le droit fil des aspirations économiques de l'heure au Gabon.

B. Objectifs de l'étude

L'étude de l'offre et de la demande sur les textiles et l'habillement au Gabon vise à fournir les informations nécessaires pour permettre le bon déroulement de la rencontre acheteurs/vendeurs qui se tiendra à Douala au mois de novembre prochain. Elle cherche particulièrement à :

- Fournir, sous forme de profils, des informations sur les produits sélectionnées qui sont disponibles et sur les entreprises qui s'occupent de leur fabrication ou de leur commercialisation. Ces profils doivent notamment présenter toutes les informations (description, caractéristiques techniques, conditionnement, disponibilité à l'exportation, prix, conditions de vente) susceptibles d'intéresser les acheteurs éventuels de ces produits ;
- Renseigner de manière détaillée sur les conditions d'accès aux marchés ainsi que sur les tendances observées dans les pays susceptibles d'importer les produits concernés par l'étude, sinon de leurs aider à accroître leurs importations lorsque celles-ci existaient déjà.

C. Méthodologie

Pour mettre en œuvre cette étude, la méthodologie décrite ci-dessous a été appliquée. Elle a suivi les étapes suivantes :

- Prise de connaissance des termes de référence et des produits faisant l'objet de la rencontre acheteurs/vendeurs ;
- Inventaire des entreprises gabonaises qui produisent et achètent les articles relatifs au textile et à l'habillement ;
- Identification des entreprises (localisation, coordonnées téléphoniques, fax, etc.) et appels par téléphone pour prendre rendez-vous afin d'explicitier de façon détaillée l'objet de l'étude et recueillir les informations utiles puis annoncer l'arrivée du courrier officialisant la demande de rendez-vous avec en pièce jointe un questionnaire ;
- Rencontre au cours de laquelle les entreprises ont été visitées et les informations nécessaires recueillies, avec en bonne place la question sur la présence effective du chef d'entreprise ou son représentant à la rencontre acheteurs/vendeurs sur les textiles et l'habillement qui se déroulera à Douala en novembre 2003 ;
- Remerciements par fax ou par courrier, adressés à toutes les entreprises ayant manifesté un certain intérêt en fournissant les informations qui ont permis la réalisation de la présente étude de l'offre et de la demande.

PREMIERE PARTIE : ANALYSE DE L'OFFRE

I. INTRODUCTION

L'achat et la vente de produits textiles et de l'habillement mettent globalement en présence, selon la nomenclature gabonaise des activités économiques, deux branches d'activité différentes : la confection et/ou la fabrication de produits textile et de l'habillement et le commerce d'articles textile et d'habillement. C'est pourquoi, nous distinguerons tout au long de cette réflexion deux sous-ensembles afin de mieux rendre compte de la réalité observée sur le terrain, il s'agit de :

- La branche confection et/ou fabrication de produits textile et de l'habillement : elle comprend toutes les fabriques de produits sur le textile et l'habillement, indifféremment du fait qu'elles soient structurées ou non, et de grande ou de petite tailles ;
- La branche commerce d'articles textile et d'habillement : elle recouvre essentiellement les unités qui sont spécialisées dans l'import/export des articles sur le textile et l'habillement et également de toutes celles qui s'occupent de la vente de gros, demi-gros et de détail de tous ces produits.

Compte tenu du caractère peu spécialisé¹ des unités qui pratiquent la commercialisation des articles sur le textile et l'habillement, ajouté à cela la petite taille ou simplement l'absence de déclaration de leurs activités, cette étude de l'offre et de la demande va prioritairement s'attarder sur les unités de production. Ces dernières se retrouvent surtout dans la confection.

Le Gabon est structurellement caractérisé par un secteur industriel qui contribue très peu à la création de la richesse nationale. Au cours des cinq dernières années, le secteur secondaire a participé au PIB à concurrence de 12 %. Dans ce score peu enviable, la branche confection et/ou fabrication de produits textile et de l'habillement ne pèse pas lourd, puisque son poids dans le PIB est de 0,15 %. Dans le secteur industriel il ne représente que 1,3 %.

En intégrant les activités de négoce liées à ces produits de textile et d'habillement, cela ne change pas grand chose du point de vue de la représentativité des intervenants de la filière textile et habillement dans le PIB. En effet, une évaluation grossière montre que toute la filière représente sensiblement 2 % du PIB national.

Dans tous les cas, il apparaît clairement que l'activité qui fait présentement l'objet d'étude reste peu développée au Gabon et de ce fait elle présente des opportunités réelles qui permettraient de répondre à l'engagement politique en faveur de la diversification de l'économie nationale.

¹ La commercialisation d'articles sur le textile et l'habillement apparaît rarement comme l'activité unique des entreprises de moyenne et grande taille qui la pratiquent. Elle constitue, selon les cas, soit l'activité principale ou alors une activité secondaire.

II. RESUME DES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Il ressort de l'analyse de l'offre des produits du textile et de l'habillement que les intervenants sur le segment industriel sont peu nombreux et se limitent concrètement pour l'heure, à la seule unité Manufacture gabonaise de vêtements (MGV). Les unités semi-industrielles et artisanales sont plus nombreuses, mais elles se caractérisent par un manque d'organisation ce qui limite la lisibilité en ce qui les concerne. En revanche, les unités de distribution présentent des perspectives plus ambitieuses.

Ainsi, consciente de la décote que leurs produits présentent sur les prix vis-à-vis de ceux provenant des pays des sous-régions CEMAC et UEMOA, notamment du Cameroun, les entreprises gabonaises sont résolues à s'affirmer sur la qualité. Déjà, les rares exportations qui sont les leurs aujourd'hui ne sont dues qu'à la reconnaissance de la qualité de leurs produits.

Afin de réaliser leurs projets qui se résument dans l'ensemble au développement de leur activité qui se matérialiserait par l'augmentation de la production et de l'élargissement de la gamme de produits commercialisés, les difficultés de financement se sont révélées comme le premier facteur de blocage.

Ainsi, on distingue les unités de production qui n'arrivent pas à renouveler et étendre leur potentiel productif alors que les autres intervenants espèrent de meilleures conditions de financement des matières premières d'une part et plus de capital d'exploitation d'autre part.

En termes d'extension de leurs débouchés, la Guinée équatoriale apparaît comme le nouvel eldorado, même si des actions sont à développer ou à renforcer pour pénétrer davantage les marchés du Congo-Brazzaville, de la République démocratique du Congo et de l'Angola. Pour faciliter la réalisation de ces projets, la contribution du système financier est sollicitée pour l'amélioration de la vitesse d'exécution des services financiers internationaux.

III. STRUCTURE DE L'ACTIVITE EN RAPPORT AVEC LE TEXTILE ET L'HABILLEMENT AU GABON

A. Caractéristiques générales de l'offre

La recherche faite sur les unités qui interviennent dans le domaine du textile et l'habillement fait apparaître un nombre incalculable d'intervenants. Malheureusement, la plupart d'entre eux sont dans le domaine du textile et l'habillement et font apparaître un nombre incalculable d'intervenants. Malheureusement, la plupart d'entre eux sont dans l'informel et même à la limite de la clandestinité. C'est là autant de facteurs qui rendent difficile la saisie de ce volet de l'activité, qui du reste n'est pas à négliger puisqu'il représente près de 65 % de l'activité totale du secteur de la confection et /ou de la fabrication de produits textile et d'habillement. Le manque d'organisation et la volonté de travailler en marge du système légal nous ont conduit à focaliser nos efforts sur les unités plus organisées et ayant pignon sur rue.

1. Unités de confection et/ou de fabrication de produits textile et d'habillement

Au Gabon, les entreprises qui exercent dans ce secteur sont de deux types différents : les unités de fabrication industrielle et les structures de confection des habits.

(a) Unités de fabrication industrielle

Elles brillent à la fois par une grande instabilité et un taux de fermeture élevé. En effet, il y a dix ans le secteur était dominé par trois grandes entreprises qui s'appelaient :

- Société des textiles du Gabon (SOTEGA) spécialisée dans la fabrication de pagnes. Elle a arrêté ses activités dans la seconde moitié des années 1990 pour causes de mauvaise gestion, obsolescence des équipements de l'usine et manque de compétitivité ;
- Société gabonaise des textiles (SOGATEX) excellait dans la confection des équipements sportifs, les tenues scolaires et les vêtements de travail. En l'espace de dix ans, cette structure a connu trois enseignes différentes (si l'on se réfère à la constance de l'équipe dirigeante) qui étaient : AFRI'CLASS et MINDU confection. Aujourd'hui, l'unité de production est complètement fermée après quelques mois de travail au ralenti ;
- Société de vêtements manufacturés (SOVEMAN) qui s'était rendue célèbre pour la qualité de sa literie (personnalisée), des vêtements de travail et des tenues scolaires qui sortaient de ses ateliers. L'entreprise n'existe plus sous cette dénomination elle a progressivement migré vers la Compagnie de confection industrielle et textile (CCIT) pour se retrouver depuis le mois de 2000 sous l'appellation Manufacture gabonaise de vêtements (MGV).

En 2003, MGV fait preuve de leader dans cette catégorie d'entreprise en raison de sa taille. Dans ce créneau, elle fait face à une concurrence de petites unités de production à la limite des entreprises familiales assez compétitives dans le domaine de la confection des tenues scolaires. Il est tout de même important de signaler que ces petites unités présentent des prix assez abordables en raison des gains qu'elles obtiennent en travaillant sur du textile de moins bonne qualité. Malheureusement ce dernier critère n'influe pas significativement sur le choix d'achat des ménages fortement affectés par l'effondrement continu de leur pouvoir d'achat.

La structure de production de MGV se détermine comme suit : tenue de travail, tenue scolaire, literie et production d'imprimés personnalisés. Sa clientèle est composée de particuliers et d'entreprises.

Il y a dans le domaine de la production d'articles textiles personnalisés à l'aide de la sérigraphie ou de la broderie un autre intervenant qui est « Made in Gabon » une petite et moyenne entreprise.

(b) Structures de confection des habits

On y retrouve des unités relativement jeunes car dans la plupart des cas, elles sont nées au cours de la décennie 1990. Ces structures ne produisent pas en séries, car lorsqu'elles ne produisent pas pour l'exposition, elles font du travail à façon. Sous cette étiquette, se sont essentiellement les maisons de confection à différents standing.

On distingue deux niveaux de confection : les maisons qui font dans la haute couture et celles qui satisfont aux besoins de la classe moyenne. En ce qui concerne la haute couture, très peu d'unités sont dans ce créneau.

La maison de couture Olga'o fait preuve de numéro 1 tant sur le plan de sa notoriété qui est nationale et internationale que du standing assez élevé de sa clientèle. La particularité de cette entreprise de stylisme et de modélisme est qu'elle intègre un tissu de « raphia » dans ses créations pour leur donner de l'originalité.

2. Structures de commercialisation de produits textile et d'habillement

Cette activité est divisée en deux compartiments essentiels : les unités qui commercialisent les pagnes et les tissus et celles qui vendent les articles d'habillement.

(a) Unités de commercialisation de pagnes et de tissus

Deux catégories de magasins sont enregistrées. Il y a les magasins qui sont situés au centre ville et vendent des tissus de qualité supérieure en provenance généralement des pays de l'OCDE. Ces magasins sont généralement l'appartenance d'épouses ou de proches de hautes personnalités (donc de nationaux) qui sont supposés bénéficier de certaines facilités pour l'acheminement de leurs marchandises vers le Gabon (exonération de taxes, réduction sur le fret, etc.). Leur clientèle est très sélect et en même temps, elle est essentiellement localisée à Libreville et très accessoirement à Port-Gentil et Franceville (respectivement capitale économique du pays et chef lieu de la province minière du pays).

L'autre catégorie de boutiques se localise généralement aux alentours des marchés, à la périphérie du centre ville à Libreville et dans quelques magasins à l'intérieur du pays. Ces magasins se caractérisent :

- Pour les uns à la vente de produits diversifiés avec toutefois une forte domination de pagnes et de tissus en provenance d'autres pays africains et d'Asie. Ils sont tenus généralement soit par des Syro-libanais (ex. : la maison ROSANA), soit par des femmes ouest-africaines (ex. : Jessica-chic). Les marchandises qui sont vendues viennent essentiellement d'Afrique de l'ouest (surtout pour ce qui est des pagnes) et d'Afrique centrale. L'Asie leur fournit également des tissus fins ;
- Pour les autres, les produits sont destinés à la vente en masse et proviennent exclusivement d'Asie et d'Afrique. Les magasins concernés ici se situent dans les quartiers et à l'intérieur des marchés. Ces produits sont caractérisés par des prix bon marché et une qualité des tissus et pagnes inférieures.

(b) Magasins de vente des produits d'habillement

En général on distingue également une stratification des structures de commercialisation de l'habillement. Il y a :

- Les magasins qui s'occupent de la vente en masse et ces derniers sont habituellement implantés dans les marchés et dans les quartiers à forte densité de population. Ils sont très souvent tenus par les ouest-africains et leurs marchandises proviennent presque uniquement d'Asie. La qualité des articles laisse à désirer, ce qui justifie leur coût à la portée du plus grand nombre ;
- Les magasins qui disposent de grandes surfaces en diversifiant les articles proposés à la clientèle. Tel est le cas de l'hypermarché MBOLO et du magasin TATI-GABON, même si ce dernier a une prédominance en habillement. Ces grands magasins sont caractérisés par l'existence de partenariats avec des maisons de production ou des marques plus prestigieuses. C'est ainsi que l'hypermarché MBOLO expose plus la marque KIABI, tandis que TATI-GABON utilise la marque TATI.

B. Capacités de production

En raison de la grande diversité des produits qui font partie du champ de cette étude sur le textile et l'habillement, l'évaluation en quantité de la capacité de production des intervenants y est difficile. C'est pourquoi elle sera évaluée, lorsque les conditions le permettront, en valeur.

D'une manière générale, il ressort que les capacités de production locales sont inférieures aux besoins, puisque les importations sont existantes et non négligeables.

En termes de production, on enregistre les informations suivantes :

- *Au niveau des unités de production industrielle :*

La production est sur une tendance baissière en raison de la situation défavorable qui sévit dans le secteur moderne du textile et de l'habillement. Cette situation est marquée par la fermeture régulière des entreprises et parfois par des reprises ou des rachats. Ainsi, entre 1997 et 2002, la valeur de la production formelle a diminué de près de 25 %.

Tableau 1 : Evolution de la production du secteur moderne du textile et de l'habillement

En millions de francs CFA

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Production locale	4158	3364	3365	3948	3500	3200

Source : DGSEE

Du point de vue du potentiel productif, il apparaît que la production est saisonnière pour certaines catégories de produits comme les tenues scolaires. Cette contrainte contribue à maintenir les capacités de production à un niveau élevé à partir du mois de juillet/août (à la veille des rentrées scolaires) jusqu'à la fin de l'année. La basse conjoncture s'observe de janvier à juin. En période d'affluence de commandes, les capacités de production sont utilisées à près de 95 %. A contrario, c'est le taux d'utilisation des capacités de production de 70 % qui est courant entre janvier et juin.

En moyenne annuelle, on considère que les capacités de production sont utilisées à 80 %.

- *Au niveau des unités de production semi-industrielle et artisanale :*

En dépit de la difficulté qu'il y a d'évaluer la production de cette catégorie d'opérateurs, il est plausible, au regard de la fréquence de création de petites unités, que la production soit en perpétuelle augmentation. Les estimations issues des statistiques de comptabilité nationale déclarent une progression annuelle moyenne variant entre 2 et 4 %. En termes de niveau, les unités semi-industrielles et artisanales ont une production annuelle qui avoisine les neuf milliards de francs CFA, soit deux à trois fois la production des unités industrielles.

La notion de capacité de production n'est pas facile à appréhender dans ce cas tellement elle est fluctuante avec la conjoncture. En effet, lors de certaines grandes manifestations (fête de l'indépendance, fête de fin d'année, etc.) certaines unités ont des rythmes de production qui peuvent excéder les 100 % des capacités de production en raison d'importantes commandes qui nécessitent que des temporaires soient recrutés et qu'un aménagement horaire soit fait pour se donner les moyens de satisfaire la clientèle.

La grande flexibilité qui caractérise les unités de petite taille contribue à penser que leur taux d'utilisation des capacités de production oscille autour de 90 % ; Car, sans clientèle conséquente ces unités sont amenées à fermer définitivement leur boutique sans grands frais.

- *Les unités de distribution :*

Le seul indicateur objectif qui permette de situer les revendeurs du point de vue de leur capacité de production, nous paraît être le degré de satisfaction de la clientèle. Les rencontres avec les structures qui opèrent sur ce créneau font ressortir l'ambition quasi généralisée d'améliorer le nombre de références de produits vendus dans les magasins. De façon assez grossière, les chefs de magasin estiment qu'en l'état actuel des demandes des clients, les références des produits exposés méritent d'être augmentées d'environ 30 % pour arriver à une satisfaction plus grande.

C. Facteurs de production

Les unités de production industrielle souffrent d'un important déficit au niveau du renouvellement de leurs outils de production. L'obsolescence des équipements de travail intervenue au fil du temps a d'ailleurs été l'une des principales causes de la fermeture des quelques grandes entreprises inventoriées.

Le souhait qui revient généralement à ce propos c'est de voir s'établir des relations de partenariat débouchant sur des possibilités d'acquisition ou de mise à neuf des équipements.

Pour ce qui est de la force de travail, il subsiste une réalité quelque peu opposée entre la situation dans les grandes structures de production et les petites et moyennes unités.

Au niveau des unités de production industrielle, il est clairement admis l'existence d'une main d'œuvre nationale qualifiée. Celle-ci a pu consolider son savoir-faire dans les métiers du textile sur la base des 40 ans durant lesquels cette activité a subsisté au Gabon en dépit de la fragilité des différentes entreprises intervenues dans le secteur du textile et de l'habillement.

S'agissant des petites et moyennes unités, l'absence quasi généralisée de nationaux dans le système de production est flagrante. En effet, en dehors de la coupe-couture de haut de gamme, les gabonais semblent ne pas s'intéresser à la couture. Concernant l'exploitation des ateliers semi-industriels et autres structures de petites tailles, les expatriés sont dominants. On retrouve généralement les ressortissants du Cameroun, de Guinée et du Nigeria.

L'apparition récente des centres de formation professionnelle a permis d'amorcer la correction de cette lacune avec la formation pratique aux métiers de la couture. Ainsi, on peut observer l'émergence de jeunes couturières gabonaises qui sont encore spécialisées dans la plupart des cas dans la confection de vêtements d'enfants.

Au niveau du facteur capital et mis à part les préoccupations sur le financement des équipements, ce sont les magasins de distribution qui sont le plus revenus sur l'importance pour elles de déposer d'un capital d'exploitation supplémentaire.

D. Matières premières

L'essentiel des matières premières utilisées sont importées. Les plus utilisées sont les tissus, les fils, les boutons, etc. Seul les emballages plastiques sont acquis localement par les unités de production et de distribution.

Les unités de distribution des matières premières n'importent pas suffisamment pour satisfaire la demande des producteurs locaux, c'est pourquoi ces derniers importent directement dans la majorité des cas. Outre les questions de prix, la non conformité des biens de consommations intermédiaires disponibles localement aux spécifications souhaitées incite également à l'importation.

Le recours à l'extérieur pour l'approvisionnement en matières premières ne répond pas pour autant à toutes les attentes. En effet, en dehors des importations en provenance de la France qui ne souffrent d'aucun reproche si ce n'est leurs tarifs douaniers et leurs frais de transit élevés, celles en provenance de pays africains sont à améliorer. Au niveau de la CEMAC par exemple, le reproche qui est fait au Cameroun, premier fournisseur du Gabon dans la dite zone économique, est le manque de professionnalisme des partenaires caractérisé par :

- Les délais de livraison trop longs ;
- Le non-respect des clauses contractuelles, notamment sur les conditions de livraison, l'inobservation scrupuleuse des spécifications des produits commandés, etc.

E. Normes de qualité

Le Gabon ne dispose pas de dispositif formel de contrôle de qualité. Seul le magasin TATI-Gabon bénéficie d'une clause de contrôle qualité sur ses produits en provenance de l'Europe avec TATI-France².

Pour tous les autres opérateurs, le contrôle qualité se limite à deux options :

- Les tests au niveau de l'entreprise sur quelques articles échantillons avant exposition. Ce procédé n'est pas très courant ;
- La latitude laissée au client de sanctionner. La sanction se matérialise par un plus grand attrait pour le produit lorsque l'usage de ce dernier ne pose aucun problème à ses premiers acquéreurs, et par une répulsion dans le cas contraire.

2 Il existe une franchise entre TATI-France et TATI-Gabon qui donne à ce dernier d'exploiter la marque « TATI » moyennant paiement. Ce contrat prévoit que TATI-France joue le rôle de centrale d'achat pour le magasin TATI du Gabon et profite d'effectuer tous les contrôles qualité d'usage avant que les produits ne soient expédiés pour commercialisation.

IV. PROFIL EXPORTATEUR DE LA BRANCHE

Les exportations dans le secteur du textile et de l'habillement sont rares et de faible importance. Ainsi, les exportations directes enregistrées ne sont le fait que d'une poignée d'opérateurs composés de MGV et des stylistes.

A. Volume et direction des exportations

Les exportations du Gabon en produits textiles et d'habillement au cours des cinq dernières années n'ont jamais excédé le demi milliard de francs CFA.

En dehors des deux principaux stylistes et modélistes du pays qui réussissent à placer, lors des défilés de mode organisés à l'étranger, quelques-unes de leurs créations, seule la société MGV essaie de pénétrer le marché extérieur. Outre les tenues vendues par les stylistes, l'unité de production industrielle MGV exporte essentiellement des vêtements de travail qui représentent en termes de valeur sensiblement 1 % de son chiffre d'affaires annuel.

Autant les stylistes ont une clientèle assez cosmopolite, autant les clients de MGV sont confinés dans la sous-région de la CEMAC. En effet, trois pays ont reçu ces dernières années les vêtements de travail produits par MGV, il s'agit :

- Du Congo Brazzaville, où le groupe CFAO Congo en constitue l'unique importateur. Les produits ainsi importés sont destinés à la revente en magasin au niveau local ;
- Du Cameroun, où la compagnie Elf Serepca se trouve être le seul importateur connu ;
- De la Centrafrique, avec toutefois un arrêt des expéditions depuis les événements qui ont occasionné le dernier changement de régime intervenu dans ce pays.

A terme, les entreprises gabonaises qui s'activent dans le domaine du textile et de l'habillement ambitionnent de conquérir des parts de marché à l'extérieur. Les destinations qui sont régulièrement apparues sont : la Guinée équatoriale et le Congo Brazzaville. La République démocratique du Congo et l'Angola ont été cités moins fréquemment.

B. Politiques d'exportation et mesures d'encouragement dans ce domaine

En ce qui concerne les échanges intra-CEMAC, aucun reproche de type institutionnel ou réglementaire n'a été posé par les différents opérateurs rencontrés. En revanche, la tarification douanière et les frais de transit ont été, à l'unanimité, jugés exorbitants pour tous les échanges hors zone CEMAC. Il serait souhaitable qu'un effort d'allègement de la fiscalité douanière soit opéré.

Outre le souhait de voir prendre des mesures directes sur la politique tarifaire à l'entrée et à la sortie des marchandises, les entrepreneurs ont déploré le désagrément que leur cause le déclassement qu'a connu le Gabon sur la grille pays de la COFACE. Cette situation a établi un climat de méfiance des partenaires extérieurs sur la destination Gabon, limitant ainsi les opportunités d'affaires en contraignant un peu plus les conditions de paiement. Une action vigoureuse des pouvoirs publics est vivement souhaitée pour que la crédibilité vis-à-vis de l'extérieur soit retrouvée, sinon améliorée.

C. Conditionnement

Le marché étant régulièrement pourvu en matière d'emballage, il n'a été relevé aucune difficulté majeure à ce niveau.

D. Financement et crédits à l'exportation

Le déploiement de la Banque gabonaise et financière internationale BGF BANK au niveau de Pointe noire, Brazzaville (Congo-Brazzaville) et Malabo (Guinée équatoriale) a facilité énormément les moyens de paiement qui se font dès lors entre ces pays et le Gabon par simple virement. Sur les autres destinations, les autres moyens de paiement existent.

Toutefois, il est à déplorer une faible efficacité du système bancaire local sur certaines opérations peu courantes comme le paiement à échéance des fournisseurs et autres partenaires. En effet, il peut s'écouler un temps plus ou moins long avant qu'un ordre de paiement ne soit matérialisé par le crédit du compte du bénéficiaire. Cette situation peu enviable est de nature à nuire au climat de confiance qui doit régner entre partenaires.

DEUXIEME PARTIE : ANALYSE DE LA DEMANDE

I. INTRODUCTION

L'analyse de la demande des produits textile et de l'habillement porte sur ceux issus des groupes de produits dont les codes sont repris ci-dessous :

- **Les articles en coton** (du coton cardé ou peigné au coton non cardé ni peigné, fils de coton et tissus en coton) référencés par les codes 5201.00 à 5210.11 du SH ;
- **Les articles en fils de jutes** classés sous le code le code 5307 du SH ;
- **Les filets confectionnés pour la pêche** identifiés sous le code douanier 5608.11 du SH ;
- **Les tissus imprégnés** se rapportant au code 5903.90 du SH ;
- **Les T-shirts et les maillots de corps** repris le code SH 6109 ;
- **Les pantalons et shorts de coton pour hommes/garçonnetts** localisés dans les produits du 6203.42 du SH ;
- **Les sacs et sachets d'emballage** identifiés sous le code 6305 du SH.

L'étude particulière de la demande des produits textile et de l'habillement énuméré ci-dessus vise les objectifs ci-après :

- Présenter la structure du marché, avec une identification détaillée des différents importateurs et utilisateurs finals ;
- Evaluer le potentiel d'accroissement de la demande et/ou la possibilité de se tourner vers de nouvelles sources d'approvisionnement ;
- Identifier les obstacles aux importations ;
- Déterminer les domaines dans lesquels une assistance particulière pourrait être nécessaire au niveau de l'entreprise.

La présente étude couvre deux branches d'activités, selon la nomenclature des activités du Gabon, à savoir la branche textile et habillement et la branche commerce.

L'étude de la demande, qui portera sur la taille du marché, les autres caractéristiques du marché et les politiques en vigueur, examinera concomitamment la situation des deux branches lorsque la rubrique d'analyse le permettra.

II. RESUME DES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

L'analyse de la demande dans le secteur du textile et de l'habillement présente un secteur qui a su s'adapter à l'évolution de la demande. Il est notamment possible de trouver pour chaque catégorie de client, le fournisseur qui est disposé à satisfaire la demande exprimée aussi bien en termes de qualité qu'en termes de capacité de paiement.

Quoiqu'il soit déploré la concurrence imparfaite orchestrée par le secteur informel, il n'en demeure pas moins vrai qu'il répond à une demande existante et importante. Cette réalité devrait constituer un révélateur crédible pour les unités structurées afin qu'elles fournissent plus d'efforts pour que leurs produits soient accessibles à un plus grand nombre de clients. Que ceux-ci soient à l'intérieur ou à l'étranger, c'est la recherche d'un produit qui soit à chaque fois de meilleure qualité qui doit être poursuivie.

Pour notre part, il est plus qu'impératif que l'industrie locale se mobilise avec le soutien des pouvoirs publics pour s'affirmer davantage. Deux préalables nous semblent importants à remplir :

- La diminution des coûts de facteurs de production, notamment les prix des intrants et ceux du coût de la main d'œuvre ;
- L'amélioration de l'accès aux financements par les entrepreneurs. Ce point devrait bénéficier d'un appui vigoureux de l'état.

III. CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE

A. Taille du marché

L'étroitesse du marché gabonais, expliquée par sa faible population, ne devrait nullement dissuader d'éventuels opérateurs : il existe une frange appréciable de la population, notamment dans les villes, qui dispose d'un pouvoir d'achat relativement élevé. De plus, la forte concentration urbaine (Libreville et Port-Gentil représentent plus de 60 % de la population gabonaise) et le caractère cosmopolite des populations qui y résident explique la forte demande en produits textile et d'habillement, à laquelle la production locale ne répond que très partiellement.

1. Branche d'activité nationale

La production locale est le fait essentiellement d'entreprises industrielles, d'ateliers semi-industriels et de confection artisanale, puis des unités de distribution.

La crise de la décennie 90 a frappé de plein fouet ce secteur, qui ne représente que 0,25 % de la production totale tous secteurs confondus en 1999.

Ces faibles performances s'expliquent, sans doute, par les nombreuses faillites intervenues dans le secteur, puisque MGV est en 2003 l'unique industrie du secteur alors qu'en 1990 on en comptait 3.

Malgré des perspectives encourageantes, le secteur demeure fragile du fait même de la structure de l'économie gabonaise largement orientée vers l'extérieur.

La production locale moderne est estimée à 3 364 millions de francs CFA, elle reste faible comparativement à la capacité d'absorption du marché puisqu'elle ne couvre que 22,7 % des importations en 1999.

Il est à noter que la production locale reste confinée dans les produits spécialisés à savoir : Les tenues de travail, les combinaisons, les tenues militaires, les tenues scolaires, etc.

Ceci explique deux constats : d'une part, la prédominance de la friperie, qui est en plein essor et relativement bon marché, et d'autre part, la concurrence des produits importés. La conséquence logique de cette situation est qu'elle contribue à asphyxier un peu plus un secteur textile et habillement local en difficulté.

2. Analyse des importations

Il est généralement admis que les pays à mono exportation présentent une désarticulation de leurs économies, et de ce fait, ils sont de gros importateurs de produits manufacturés. Le Gabon, pays à économie pétrolière, ne fait pas exception.

Notre analyse présente d'abord la situation des importations au niveau global, avant l'examen du commerce intra-zone CEMAC, puis avec l'UEMOA et enfin ces données sont comparées à celles relatives au commerce avec les pays tiers en particulier la France.

Globalement, le poids des importations en produits textiles et de l'habillement oscille autour de 2 % par rapport aux importations totales. En termes nominaux, les importations ont connu une remontée pour atteindre 18,8 milliards en 2002 ce qui est voisin des 17,8 milliards de 1997. Il faut mentionner que la situation a été très difficile en 2000 où le niveau le plus bas de la période a été enregistré (avec 9,4 milliards). Les causes de cette chute étaient certainement corrélées avec les difficultés financières auxquelles le pays a fait face à cette époque.

Tableau 2 : Evolution des importations en volume et en valeur

En milliards de francs CFA

Année	Valeur	Volume (tonnes)
2002	18,8	7 014 911
2001	14,5	6 833 630
2000	9,4	5 926 075
1999	14,8	
1998	17,8	
1997	17,6	

Sources : DGSEE, DGCDI

D'une façon générale les produits constitués par les autres articles confectionnés et les vêtements et accessoires du vêtement sont les plus échangés. A eux seuls, ces articles représentent sensiblement 75 % des importations totales.

Tableau 3 : Répartition des importations selon le type de produit textile ou de l'habillement

En milliards de francs CFA

Chapitre	Année	
	2001	2002
Autres articles textiles confectionnés	4,4	9,4
Autres fibres textiles végétales ; fils de papier	0,0	0,0
Coton	1,2	1,1
Ouates, feutres et non tissés ; fils spéciaux	1,4	1,2
Tissus imprégnés enduits, recouverts ou stratifiés	0,3	0,5
Vêtements et accessoires du vêtement en bonneterie	0,8	1,5
Vêtements et accessoires du vêtement, autres	6,3	5,1
Importations totales d'articles textiles et d'habillement	14,5	18,8
Total des importations du Gabon	737,1	740,3

Sources: DGSEE et DGCDI.

Par origine des importations on s'aperçoit que la proximité géographique n'est pas le facteur déterminant pour l'intensité des échanges entre deux pays, car les niveaux des importations en provenance des pays de la CEMAC et de l'UEMOA sont sans commune mesure avec ce qui provient des pays de l'Union européenne par exemple.

Tableau 4 : Niveau et répartition des importations en produits textiles et d'habillement en 2001

En francs CFA

Pays/zone géographique	Valeur	%
Zone Europe	10 205 754 946	70,45
France	7 896 671 151	54,51
Belgique et Luxembourg	899 648 895	6,21
Zone CEMAC	734 116 100	5,074
Cameroun	727 186 600	5,02
Zone UEMOA	785 441 600	5,42
Côte d'Ivoire	690 704 100	4,77
Autres origines	2 761 276 075	19,06
dont : Hong-Kong	239 651 100	1,65
USA	832 104 775	5,74
Afrique du Sud	73 421 500	0,51
Maroc	45 512 700	0,31
Nigéria	12 734 700	0,09
Total	14 486 588 721	100,00

Sources : DGSEE, DGCDI.

Selon la zone géographique :

- *Zone CEMAC :*

Les flux commerciaux des produits pris en compte par la présente étude sont peu significatifs. Le Cameroun est le seul pays qui exporte vers le Gabon, car les produits d'origine camerounaise représentent quasiment 100 % des importations en provenance des pays de la zone CEMAC en 2001 comme les autres années.

Quant à la nature de chaque produit importé, on observe une prépondérance des produits en coton qui dépassent 65 % du total des importations issues de la zone CEMAC.

L'hégémonie camerounaise se justifie par l'existence d'un secteur industriel solide emmené par la CICAM qui est le premier complexe textile de la CEMAC. De plus cette supériorité est renforcée par l'existence dans ce pays d'un marché conséquent qui favorise la mise en œuvre des rendements d'échelle et donc l'amélioration de la compétitivité. Ce qui est un facteur avantageux lorsqu'on se tourne vers la conquête des marchés de la sous région et d'ailleurs.

- *Zone UEMOA :*

Les échanges avec la zone UEMOA sont à l'image de ceux avec la CEMAC où il existe un pays qui s'accapare de l'essentiel du marché. Dans le cas d'espèce, il s'agit de la Côte d'Ivoire qui fournit en 2001 plus de 85 % de toutes les importations de l'UEMOA. Le fait que les autres pays n'aient qu'une part congrue sur le marché gabonais s'explique par le dynamisme de l'économie ivoirienne qui occupe le premier rang dans cette sous-région.

En Afrique, on observe que le Cameroun, puis la Côte d'Ivoire sont les premiers fournisseurs du Gabon en produits sur le textile et l'habillement, ces pays bénéficient certainement des retombées de l'appartenance d'une part à une zone économique commune (Cameroun) et à l'utilisation des mêmes signes monétaires (Cameroun et Côte d'Ivoire) d'autre part.

L'existence et l'essor du secteur informel, notamment la vente de vêtements de seconde main (friperie) et le commerce du pagne (le Wax de Vlisco) qui sont dominés, en toute vraisemblance, par les ressortissants de l'Afrique de l'ouest, laisse penser qu'en matière d'exportation vers le Gabon, l'UEMOA prend le pas sur la CEMAC.

Toutefois, la préférence des Gabonais pour les produits d'autres zones doit être un signal pour les opérateurs en vue de les amener à modifier leur stratégie d'implantation et d'offre.

Pour conclure, si les importations intra-zone et inter-zone sont peu significatives en dépit de l'existence d'une zone de libre échange ; c'est parce que les pays de l'Union européenne ont adopté des politiques agressives en matière d'exportation, de plus ils font partie de marchés plus grands et mieux intégrés, et disposent de par leur avance technologique d'un meilleur rapport qualité/prix. Ce n'est donc pas par hasard que, avec plus de 70 % de ses produits textile et d'habillement importés de l'Union européenne, le Gabon fait de cette dernière zone son premier partenaire commercial. Au niveau des pays de l'UE, la France est de loin le premier exportateur vers le Gabon. Cela est sans nul doute la conséquence de l'existence de liens étroits entre ces deux pays.

3. Consommation apparente

La consommation apparente est peu différente du total des importations, compte tenu, certainement, de la faiblesse de la production locale et de celle des exportations. Elle représente environ 100 % des importations en valeur.

B. Autres caractéristiques du marché

Le comportement du marché vis-à-vis des biens retenus est quelque peu disparate. Il reflète la structure de la population gabonaise, très jeune et fortement urbanisée, et avec de fortes dispersions dans la distribution des revenus. Ce qui, bien évidemment, a une incidence certaine sur les préférences des consommateurs, la segmentation du marché, la politique des prix, etc.

1. Préférences des consommateurs

Il est fréquemment admis que les goûts, la demande et les attentes des consommateurs sont fonctions de leur revenu, de leur instruction et de leur âge.

Ainsi, les jeunes orientent-ils leur préférence sur les choix vestimentaires des vedettes du « show-biz » : vêtements en bonneterie, jean, etc.

La classe moyenne, plus encore l'élite locale, se tourne quant à elle, vers les « prêt-à-porter » qui commercialisent des produits plus recherchés, de meilleure qualité (coton, ouates, feutres, etc.) et, dans une moindre mesure, plus chers.

2. Segmentation du marché

Face à une demande variée, il paraît justifié de répondre par une offre diversifiée, c'est ainsi que l'on observe ces différents segments par lesquels on distingue :

- Le prêt-à-porter

Il a émergé avec l'essor de l'élite locale. Depuis quelques années, des jeunes créateurs nationaux lui donnent une touche locale (Olga'ô, Christ'on, etc.) et la forte colonie occidentale permet à ce segment du marché d'offrir une variété de produits. Cette offre s'adresse par définition à la frange de la société la plus aisée. Mais celle-ci étant restreinte, il nous semble judicieux de tenir également compte de la plus grande partie de la population qui se contente de produits textile et d'habillement de milieu de gamme (classe moyenne), car à l'occasion des périodes de promotions ou de soldes ces populations ont l'occasion d'acquérir des vêtements de qualité. Les autres magasins de ce standing qui font exclusivement de la vente de vêtements importés généralement d'Europe ont même développé un système de paiement par traite étalé sur plusieurs mois afin d'élargir le champ de leurs clients.

- La friperie

La paupérisation croissante de la population à laquelle s'ajoutent les effets combinés de la crise et de la libéralisation des échanges dans le cadre de la réforme fiscal-douanière ont quelque peu ébranlé le terrain gagné par le prêt-à-porter.

En effet, nombreux sont désormais les Gabonais qui se tournent vers le « marché aux puces » pour s'habiller à moindre coût. Cette offre de produit de seconde main tend à suppléer l'offre locale des ateliers de confection et des produits importés neufs et met en danger certaines grandes unités de production et de distribution.

3. Concurrence

Le secteur structuré fait face à une rude concurrence du secteur non organisé. Celle-ci est l'expression à la fois d'une situation économique morose, des effets de la dévaluation du franc CFA de janvier 1994 et, comme annoncé plus haut, de la persistance d'une pauvreté relative.

La structure des importations indique, pour ce qui est des gros importateurs, que des perspectives de croissance peuvent être cernées à moyen terme ; mais tout est fonction de la capacité propre de chaque entreprise à innover et à réagir face à un environnement peu favorable.

IV. POLITIQUES EN VIGUEUR

En dépit de la volonté affichée par le Gouvernement de diversifier l'économie nationale, le secteur du textile et de l'habillement semble ne pas faire partie des secteurs prioritaires.

En effet, la diversification repose essentiellement sur des secteurs tels que le bois, le tourisme ou la pêche. Aussi, les opérateurs interpellés ici affirment, ce que confirment nos investigations, qu'ils ne jouissent d'aucune souplesse ou d'abattement douanier ou fiscal.

La mise en œuvre de la réforme fiscal-douanière (en 1993), puis du Tarif préférentiel généralisé (TPG) a permis aux produits de la sous-région d'entrer librement au Gabon. Cependant, d'innombrables écueils notamment le mauvais état des voies de communication et des procédures et réglementations douanières longues et coûteuses (taxes non tarifaires, quotas, etc.) entravent dans les faits ces décisions.

A. Procédures d'importations

Selon les responsables des sociétés de distribution, les procédures d'importation auxquelles sont astreintes leurs entreprises relèvent de la législation normale, c'est-à-dire qu'il n'y a aucun régime privilégié.

La législation paraît à cet égard défavorable aux opérateurs ; qui du reste, font face à la concurrence acharnée du secteur informel.

B. Circuits d'importation

L'analyse des circuits de distribution et des réponses reçues lors de l'enquête auprès des opérateurs du secteur révèle l'existence de trois catégories d'opérateurs, à savoir : les fabricants, les gros importateurs et les maisons spécialisées, puis les revendeurs de moindre importance.

1. Fabricants

Ils sont assimilés aux unités de production industrielle, semi-industrielle et aux grands couturiers. La pratique consacrée est l'ouverture d'un magasin qui s'occupe de prendre les commandes lorsqu'il s'agit d'écouler la production. Pour ce qui est des approvisionnements, un responsable est désigné pour gérer les stocks de matières premières et chargé de veiller à ce qu'ils ne soient jamais totalement nuls.

En termes de performances, la valeur ajoutée des fabricants se situe en moyenne annuelle entre 1997 et 1999 à 1,4 milliards de francs CFA, tandis que l'excédent brut d'exploitation s'évalue à 85 millions de francs CFA.

2. Gros importateurs et maisons spécialisées

Ici, les entreprises font le commerce de gros et de la vente sur mesure. La contribution au PIB varie individuellement entre 17 000 000 et 50 000 000 francs CFA alors que l'excédent brut d'exploitation se situe au mieux à 18 626 008 francs CFA.

Tableau 5: Soldes de gestion des gros importateurs

En millions de francs CFA

Libellé	Niveau le plus bas	Niveau le plus haut
Valeur ajoutée	8 000 000	50 000 000
Excédent brut d'exploitation	0	18 626 008
Résultat d'exploitation	0	11 755 274

Source : DGSEE

3. Revendeurs de moindre importance

Ce sont en général des magasins spécialisés dans la friperie qui s'approvisionnent auprès des gros importateurs, et font dans la revente de tissus (pagnes) et autres produits textiles. La marge brute réalisée sur les marchandises écoulées est inférieure à 4 000 000 francs CFA.

C. Pratiques commerciales

Les pratiques commerciales en vigueur au Gabon sont proches de celles qui ont cours dans d'autres pays. Les commandes se font indifféremment soit sur la base d'échantillons, de catalogues, de mercuriales ou des spécifications des importateurs.

Quant aux conditions et modalités de paiement, elles dépendent de la catégorie à laquelle appartient l'entreprise. Ainsi, pour la première catégorie, ce sont la lettre de change irrévocable et confirmée ou garantie COFACE et le paiement par mensualités de un à vingt-quatre mois.

Pour ce qui est de la seconde et de la troisième catégories, elles ont recours soit au virement bancaire, soit au crédit payable à court terme ou encore au paiement en espèces de gré à gré.

L'approvisionnement se fait le plus souvent par bateau. Les commandes spéciales qui se distinguent souvent par un caractère urgent sont transportées par voie aérienne.

D. Promotion des ventes

La promotion des produits sur le marché local se fait souvent lors des foires commerciales. Ainsi, l'esplanade de GABON EXPO (ancien site de la foire de Libreville) est considérée comme le lieu privilégié pour promouvoir ses produits. Par ailleurs, les défilés de mode constituent également d'autres moyens de promotions.

Enfin, le paysage audio-visuel Gabonais étant très riche, il est possible de promouvoir ses produits au travers des cinq chaînes de télédiffusion locales et à la dizaine de radios émettant en modulation de fréquences (FM).

V. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

En dépit de la volonté affichée par ses dirigeants de diversifier l'économie gabonaise principalement vers le secteur des services, il faut admettre que le tissu industriel embryonnaire mérite d'être soutenu.

D'après les résultats de la présente étude, il apparaît, en regard de la situation économique ambiante, nécessaire de promouvoir ce secteur qui regorge d'énormes potentialités.

Pour cela, la mise en œuvre effective de la charte des investissements serait un atout indéniable pour les entreprises du secteur. Il faut également procéder à l'encouragement de nouvelles implantations par des politiques fiscales incitatives.

Il est vrai que l'état a, avec la mise en place récente des différents organes chargés de réprimer la corruption et l'enrichissement illicite, posé quelques actions pour sécuriser le monde des affaires, mais un nombre important d'efforts reste encore à faire. Nous songeons particulièrement à la mise en place effective de la bourse des valeurs mobilières³ de l'Afrique centrale qui pourrait être un puissant moyen pour résoudre les difficultés de mobilisation des financements.

L'insuffisance de structures de formation dans les métiers du textile et de l'habillement au Gabon justifie quelque peu le désintérêt des gabonais vis-à-vis de ce secteur, et explique la rareté des cadres et des dirigeants d'entreprises de nationalité gabonaise dans le domaine du textile et de l'habillement.

De plus, le climat économique morose pousse les opérateurs à l'expectative, ce qui influe énormément sur leur capacité non seulement à innover mais aussi à se risquer sur de nouveaux créneaux.

Ainsi, plus de la moitié des chefs d'entreprises interrogés sont réfractaires ou indifférents à participer à la rencontre acheteurs/vendeurs. Toutefois, les responsables d'entreprises qui arborent cette fâcheuse attitude sont généralement des tenanciers de prêt-à-porter ou de magasin de vente de tissus. Effectivement, ces derniers n'envisagent pas de changer leurs modes d'approvisionnement ainsi que leurs partenaires commerciaux.

³ La bourse des valeurs mobilières de l'Afrique centrale dont le siège est basé à Libreville a prévu de démarrer ses activités au milieu de l'année 2004.

ANNEXE I

LISTE DES ENTREPRISES

MADE IN GABON

BP 2756 Libreville Gabon

Tél. (241) 76-15-97

Fax (241) 76-15-97

Productions : vêtements personnalisés

Produits exportés et leur destination : néant

Contacts : Boudha CARDOT, Directeur général

NEWCO GABON

BP 12697 Libreville Gabon

Tél. (241) 36-92-73/51-77-67

Productions : import/export de vêtement et vente de gros et détail

Produits exportés et leur destination : néant

Contact : Olivier BAROAN, Responsable commercial

ROSANA

BP 1800 Libreville Gabon

Tél. (241) 74-60-09 ou (241) 24-33-20 (cellulaire)

Fax (241) 74-60-09

E-mail : tkodeith@hotmail.com

Productions : vente de tissus de toute nature

Produits exportés et leur destination : néant

Contact : Kodeith TALAL, Directeur général

MANUFACTURE GABONAISE DE VETEMENTS (MGV)

BP 2179 Libreville Gabon

Tél. (241) 73-24-54/73-29-13

Fax (241) 73-33-03

E-mail : mgv.lbv@internetgabon.com

Productions : tenues de travail, tenues scolaires, layettes, personnalisation des vêtements, revente de produits textile et d'habillement divers

Produits exportés et leur destination : tenues de travail en destination du Congo-Brazzaville, Cameroun et Centrafrique

Contact : Gina OKISSA, Directeur administratif

TATI GABON

BP 2222 Libreville Gabon

Tél. (241) 77-41-23

Fax (241) 77-41-21

E-mail : tati.gabon@internetgabon.com

Productions : vente de vêtement et sacs de toute nature sur grande surface

Produits exportés et leur destination : néant

Contact : Ursula DJOUE DABANY, Directrice du magasin

JESSICA CHIC

BP 6733 Libreville Gabon

Tél. (241) 74-85-34

Fax (241) 77-22-78

Productions : vente de tissus et de pagnes

Produits exportés et leur destination : néant

Contact : Anani LAWSON, Responsable commercial

OLGA'Ô

BP 645 Libreville Gabon

Tél. (241) 73-94-87

Fax (241) 73-76-97

Productions : styliste-modéliste, vente de vêtement de haute couture

Produits exportés et leur destination : clientèle clairsemée à travers le monde

Contact : Olga ONDJIKA, Directrice/fondatrice

CHRIST'ON

BP Libreville Gabon

Tél. (241) 37-26-56

Productions : styliste-modéliste, vente de vêtement de haute couture

Produits exportés et leur destination : clientèle clairsemée en Afrique

Contact : TUCSON, Adjoint au responsable de l'atelier



ANNEXE II

PROFILS DES ENTREPRISES GABONAISES A CONSIDERER POUR LA RENCONTRE ACHETEURS/VENDEURS

PROFIL D'ENTREPRISE/PRODUIT					
Entreprise:	Manufacture Gabonaise de Vêtements				
Contact (M./Mme)	Mme OKISSA Gina	Titre:	Directeur Administratif		
Adresse Postale:	B.P. 2178				
Rue:	Avenue Léon MBA				
Ville:	Libreville	Pays:	Gabon		
Tél.:	(241) 73 24 54/29 13	E-mail:	Mgv.lbv@internetgabon.com		
Fax:	(241) 73 33 03	Internet:			
Année d'établissement:	2000	Nombre d'employées:	204		
ACTIVITÉS					
<input checked="" type="checkbox"/> Exportateur		<input checked="" type="checkbox"/> Grossiste / Détaillant		<input checked="" type="checkbox"/> Fabricant / Industriel	
<input checked="" type="checkbox"/> Importateur		<input type="checkbox"/> Négociant		<input type="checkbox"/> Autres (à préciser)	
DESCRIPTION				A*	V*
SH 520100 Coton, non cardé ni peigné				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520300 Coton, cardé ou peigné				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5205 Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant 85% ou en poids de coton, non conditionnés pour la vente au détail				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, simples, non peignés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, simples, peignés				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, retors, non peignés				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, retors, peignés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5207 Fils de coton (autres que les fils à coudre) conditionnés pour la vente au détail				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant 85% ou plus en poids de coton, conditionnés pour la vente au détail				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant moins de 85% en poids de coton, conditionnés pour la vente au détail				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520811 Tissus de coton, 85% à armure toile, 100 g/m2 ou moins, écrus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520812 Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m2 à 200 g/m2, écrus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520813 Tissus de coton, 85% à armure sergé, 200 g/m2, écrus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520832 Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m2 à 200 g/m2, teints				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520852 Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m2 à 200 g/m2, imprimés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520859 Tissus de coton, 85%, 200 g/m2, imprimés, nda				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520942 Tissus dits "Denim", 85% de coton, 200 g/m2 ou plus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 521011 Tissus de coton, mélangés avec des fibres synthétiques/artificielles, armure toile, 200 g/m ² , écrus, nda				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5307 Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes du N° 53.03				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, simples				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, retors ou câblés				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 560811 Filets confectionnés pour la pêche, en matières textiles synthétiques, artificielles				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 590390 Tissus imprégnés, enduits ou recouverts, avec de la matière plastique, nda				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 6109 T-shirts et maillots de corps, en bonneterie				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
T-shirts et maillots de corps, de coton, en bonneterie				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
T-shirts et maillots de corps, d'autres matières textiles, en bonneterie				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 620342 Pantalons et shorts, de coton, pour hommes/garçonnetts, nda				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
SH 6305 Sacs et sachets d'emballage				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, de jute				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, de coton				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, de lames de polyéthylène, de polypropylène				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles synthétiques/artificielles				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres (à préciser)				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SIGNATURE :

*A = Acheteur / V = Vendeur



Centre du commerce international
CNUCED / OMC



agence intergouvernementale
de la francophonie

EXPANSION DU COMMERCE INTRA ET INTER-REGIONAL ENTRE LES PAYS DE LA CEMAC ET DE L'UEMOA : RENCONTRE
ACHETEURS/VENDEURS SUR LE TEXTILE ET L'HABILLEMENT (DOUALA, CAMEROUN, NOVEMBRE 2003)

PROFIL D'ENTREPRISE/PRODUIT					
Entreprise:	TATI GABON				
Contact (M./Mme)	Ursula DJOUE DABANY	Titre:	Directrice du Magasin		
Adresse Postale:	B.P. 2222				
Rue:					
Ville:	Libreville	Pays:	Gabon		
Tél.:	(241) 77 41 23	E-mail:	Tati.gabon@internetgabon.com		
Fax:	(241) 77 41 21	Internet:			
Année d'établissement:	1998	Nombre d'employées:	34		
ACTIVITÉS					
<input type="checkbox"/> Exportateur	<input checked="" type="checkbox"/> Grossiste / Détaillant		<input type="checkbox"/> Fabricant / Industriel		
<input type="checkbox"/> Importateur	<input type="checkbox"/> Négociant		<input type="checkbox"/> Autres (à préciser)		
DESCRIPTION				A*	V*
SH 520100 Coton, non cardé ni peigné				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520300 Coton, cardé ou peigné				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5205	Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant 85% ou en poids de coton, non conditionnés pour la vente au détail			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de coton, 85%, simples, non peignés			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de coton, 85%, simples, peignés			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de coton, 85%, retors, non peignés			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de coton, 85%, retors, peignés			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5207	Fils de coton (autres que les fils à coudre) conditionnés pour la vente au détail			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant 85% ou plus en poids de coton, conditionnés pour la vente au détail			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant moins de 85% en poids de coton, conditionnés pour la vente au détail			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520811	Tissus de coton, 85% à armure toile, 100 g/m ² ou moins, écrus			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520812	Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m ² à 200 g/m ² , écrus			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520813	Tissus de coton, 85% à armure sergé, 200 g/m ² , écrus			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520832	Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m ² à 200 g/m ² , teints			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520852	Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m ² à 200 g/m ² , imprimés			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520859	Tissus de coton, 85%, 200 g/m ² , imprimés, nda			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520942	Tissus dits "Denim", 85% de coton, 200 g/m ² ou plus			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 521011	Tissus de coton, mélangés avec des fibres synthétiques/artificielles, armure toile, 200 g/m ² , écrus, nda			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5307	Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes du N° 53.03			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, simples			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, retors ou câblés			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 560811	Filets confectionnés pour la pêche, en matières textiles synthétiques, artificielles			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 590390	Tissus imprégnés, enduits ou recouverts, avec de la matière plastique, nda			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 6109	T-shirts et maillots de corps, en bonneterie			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	T-shirts et maillots de corps, de coton, en bonneterie			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	T-shirts et maillots de corps, d'autres matières textiles, en bonneterie			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 620342	Pantalons et shorts, de coton, pour hommes/garçonnetts, nda			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 6305	Sacs et sachets d'emballage			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sacs et sachets d'emballage, de jute			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sacs et sachets d'emballage, de coton			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sacs et sachets d'emballage, de lames de polyéthylène, de polypropylène			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles synthétiques/artificielles			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres (à préciser)				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SIGNATURE :

*A = Acheteur / V = Vendeur



Centre du commerce international
CNUCED / OMC



agence intergouvernementale
de la francophonie

EXPANSION DU COMMERCE INTRA ET INTER-REGIONAL ENTRE LES PAYS DE LA CEMAC ET DE L'UEMOA : RENCONTRE
ACHETEURS/VENDEURS SUR LE TEXTILE ET L'HABILLEMENT (DOUALA, CAMEROUN, NOVEMBRE 2003)

PROFIL D'ENTREPRISE/PRODUIT					
Entreprise:					
Contact (M./Mme)		Mme Olga ONDJIKA	Titre: Directrice / Fondatrice		
Adresse Postale:		B.P. 645			
Rue:					
Ville:		Libreville	Pays: Gabon		
Tél.:		(241) 73 94 87	E-mail: sdg@tiggabon.com		
Fax:		(241) 73 76 97	Internet:		
Année d'établissement:			Nombre d'employées:		
ACTIVITÉS					
<input type="checkbox"/> Exportateur		<input type="checkbox"/> Grossiste / Détaillant		<input checked="" type="checkbox"/> Fabricant / Industriel	
<input type="checkbox"/> Importateur		<input type="checkbox"/> Négociant		<input type="checkbox"/> Autres (à préciser)	
DESCRIPTION				A*	V*
SH 520100 Coton, non cardé ni peigné				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520300 Coton, cardé ou peigné				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5205 Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant 85% ou en poids de coton, non conditionnés pour la vente au détail				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, simples, non peignés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, simples, peignés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, retors, non peignés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton, 85%, retors, peignés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5207 Fils de coton (autres que les fils à coudre) conditionnés pour la vente au détail				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant 85% ou plus en poids de coton, conditionnés pour la vente au détail				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de coton (autres que les fils à coudre), contenant moins de 85% en poids de coton, conditionnés pour la vente au détail				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520811 Tissus de coton, 85% à armure toile, 100 g/m ² ou moins, écrus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520812 Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m ² à 200 g/m ² , écrus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520813 Tissus de coton, 85% à armure sergé, 200 g/m ² , écrus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520832 Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m ² à 200 g/m ² , teints				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520852 Tissus de coton, 85% à armure toile, plus de 100 g/m ² à 200 g/m ² , imprimés				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520859 Tissus de coton, 85%, 200 g/m ² , imprimés, nda				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 520942 Tissus dits "Denim", 85% de coton, 200 g/m ² ou plus				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 521011 Tissus de coton, mélangés avec des fibres synthétiques/artificielles, armure toile, 200 g/m ² , écrus, nda				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 5307 Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes du N° 53.03				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, simples				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, retors ou câblés				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 560811 Filets confectionnés pour la pêche, en matières textiles synthétiques, artificielles				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 590390 Tissus imprégnés, enduits ou recouverts, avec de la matière plastique, nda				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 6109 T-shirts et maillots de corps, en bonneterie				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T-shirts et maillots de corps, de coton, en bonneterie				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T-shirts et maillots de corps, d'autres matières textiles, en bonneterie				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 620342 Pantalons et shorts, de coton, pour hommes/garçonnetts, nda				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SH 6305 Sacs et sachets d'emballage				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, de jute				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, de coton				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, de lames de polyéthylène, de polypropylène				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles synthétiques/artificielles				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres (à préciser) : Vêtement intégrant le rafia				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

SIGNATURE :

*A = Acheteur / V = Vendeur