

	Algérie : consommation de 500 millions de mètres de tissus par an	1
	Asia : circular fashion, a sustainable solution	3
	Asia's garment supply chain torn up by virus	7
	Bangladesh : when will the global apparel industry truly clean up its act ?	11
	Cambodge : relative mansuétude de la Commission européenne pour le textile	15
	Cambodia-China FTA expected by November	17
	Cambodia : pulling rug from under workers' feet not way to proceed	19
	China : despite the coronavirus crisis, factories have good reasons to stay in China	22
	Chine : réouverture du plus grand centre de distribution textile d'Asie	25
	France : le monde de la mode s'inquiète des conséquences du coronavirus	26
	France : bientôt une note environnementale pour les vêtements ?	28
	France : mode homme : l'intelligence artificielle révèle la palette chromatique de l'été	30
	France : financièrement très solide, Lectra se prépare à acheter entre 3 et 5 startups	38
	France : Lectra réaffirme son engagement aux côtés de Faurecia	41
	France : Velcorex relance le filage du lin	43
	France : Kiplay reçue par le couple Macron à l'Élysée pour la Fashion Week	46
	France : Orchestra-Prémaman ferme 125 magasins	49
	France : coronavirus : pénurie en vue dans les boutiques de prêt-à-porter	50
	France : Pronuptia, l'inventeur des robes de mariée abordables, ferme boutique	52
	France : voici à quoi pourraient ressembler les vêtements du futur	54
	India : the women behind the clothes : worker health and well-being	61
	Indian textile industry's woes worsen as government withdraws MEIS incentives	65
	Indonesia : new viscose rayon facility boosts Indonesian textiles	69
	Italie : en Toscane, le « Chinatown » du textile est à l'arrêt	72
	Maroc : une année médiocre pour le textile-habillement en 2019	75
	Maroc : Fès : pourquoi le textile va mal	77
	Maroc : ALE Maroc-Turquie, comment renverser la vapeur ?	80
	Monde : le marché mondial de l'habillement va progresser de 3,9 % par an d'ici 2025	84
	Monde : la planète est devenue la première victime de l'industrie textile	88
	Ouzbékistan : baisse du travail forcé et du travail des enfants dans les champs de coton	91
	Tunisie : une année 2019 très décevante pour le textile-habillement	94
	Tunisie : conférence sur la textologie	96
	Turquie : la dépréciation de la livre dope la compétitivité du secteur textile	97
	Turkey : coronavirus push global textile brands toward Turkey, fueling orders	101
	Vietnam : ELE UE-Vietnam, voie royale pour la conquête du marché textile européen	103
	Vietnam : la 4^{ème} révolution industrielle, l'automatisation,...dans le secteur textile	105
	Vietnam : le Covid-19 plombe la croissance du secteur industriel	107
	Vietnam : l'industrie textile fait face aux impacts du Covid-19	109
	Word : Coronavirus prompts buyers to look closer to home	111

L'Algérie consomme près de 90 millions paires de chaussures et 500 millions mètres de tissus par an

Par **Rédaction AE** -
20 février 2020 / 8 :30



L'Algérie consomme près de 90 millions de paires de chaussures par an, soit une moyenne de deux paires de chaussures pour chaque personne et 500 millions de mètres de tissus par an, a fait savoir mercredi le conseiller et membre de la fédération nationale des travailleurs du textile et du cuir (FNTTC), Amar Takdjout

Lors d'une rencontre, tenue au siège de l'Association nationale des commerçants et artisans (ANCA) avec l'organisateur du Salon international du textile, du cuir et de l'habillement (Texstyle EXPO), prévu du 25 au 27 février à Alger, Amar Takdjout a indiqué que le secteur du textile, cuir et habillement en Algérie avait besoin « d'un nouveau souffle », ajoutant que cette activité vitale peut avoir un rôle économique important à jouer et contribuer efficacement à réduire la facture d'importation et à résorber le chômage, selon un compte-rendu de l'agence officielle.

Il a également appelé les entreprises économiques à s'organiser, à adhérer à la Chambre algérienne de commerce et d'Industrie (CACI) et à se regrouper pour mener des concertations et chercher de nouveaux partenariats d'investissement.

La production nationale ne répond pas aux besoins du marché local

De son côté, le président de l'ANCA, Hadj Tahar Boulenouar a mis en avant l'impératif d'encourager la production locale des industries du cuir et du textile et d'accompagner les investisseurs dans ce domaine dans le but de réduire la facture d'importation.

M. Boulenouar a tenu à préciser que la production nationale ne répondait pas actuellement aux besoins du marché local en termes d'habillement, de textile et de chaussures, ce qui nécessite la conjugaison des efforts pour encourager l'industrie locale dans ces domaines, générateurs de postes d'emploi.

Il existe près d'une cinquantaine d'entreprises seulement activant dans le domaine de l'industrie du cuir et du textile, impliquant ainsi la redynamisation de ce secteur qui jouit de grandes potentialités d'investissement mais demeurent inexploitées, a fait savoir le président de l'ANCA.

Concernant l'importation, M. Boulenouar a rappelé que la Chine était le premier fournisseur du marché algérien en tissus et en cuir, soulignant qu'après la propagation du coronavirus, depuis près de deux mois, l'activité commerciale extérieure avec ce pays a grandement reculé.

Textstyle expo 2020 : près de 53 entreprises chinoises seront absentes à cause du coronavirus

L'organisateur du salon « Textstyle expo 2020 », Bekouche Mohammed Amine a fait savoir que lors de cette édition, près de 53 entreprises chinoises seront absentes à cause du coronavirus qui continue à faire des victimes en Chine.

Près de 30 entreprises indiennes, 10 entreprises turques et d'autres représentants plusieurs pays du monde sont attendus à cette manifestation économique, en plus des entreprises algériennes publiques et privées, a expliqué le même responsable.

Cet événement vise l'encouragement de l'industrie locale, la conclusion de partenariats et l'intensification des rencontres entre les opérateurs économiques dans le domaine du textile et du cuir en vue de découvrir les dernières nouveautés dans ce domaine.

Circular fashion: A sustainable solution

21 February 2020



This file photo shows garment workers making men's suits at a factory in Hanoi. (AFP Photo) The fashion industry's desire to be on-trend drives its business operations by reducing collection periods and accelerating inventory turns. But high levels of consumption also mean a high level of waste. The younger generation is now demanding that companies work towards ethical practices, sustainable products and a transparent value chain.

According to a 2018 report by Swedish company, Re:newcell titled, 'We make fashion sustainable,' 88 percent of trendsetters and consumers think that it is important for fashion brands to tackle environmental issues.

Barely worn, rarely recycled

After the oil industry, fashion is the [second most polluting industry globally](#). According to a 2017 report by the Ellen MacArthur Foundation, titled 'A new textiles economy: Redesigning fashion's future,' every second, the equivalent of one garbage truck of textiles is landfilled or burned. The report estimates that US\$500 billion is lost every year due to clothing being barely worn and rarely recycled.

Currently, the industry accounts for 10 percent of carbon emissions, more than both, the shipping and aviation industries combined. As textile waste decomposes it releases harmful greenhouse gases (GHG) that contribute to

global warming, while dyes and chemicals in the fabric will leach into the soil contaminating rivers and waterways. Without changes to how textiles and clothing are produced, used and recycled, the industry is on track to use up [a quarter of the world's carbon budget](#) by 2050.

Polyester, the second most common material used for clothing is derived from petroleum and textile production uses around 93 billion cubic metres of water annually. This huge amount of water is especially dangerous for drought-prone countries like Vietnam, which is among the world's largest exporters of textiles and garments. The World Trade Organization's (WTO) Statistic Review in 2017, reports that clothing exports from Vietnam was worth US\$27 billion, followed by Indonesia at US\$8 billion and Cambodia at US\$7 billion.

To reduce the environmental impact of fashion, some companies have responded by using recycled waste to make their fabrics, launching clothing take-back programmes and promoting textile recycling innovations. And some are also working towards the goal of a circular economy or 'circular fashion.'

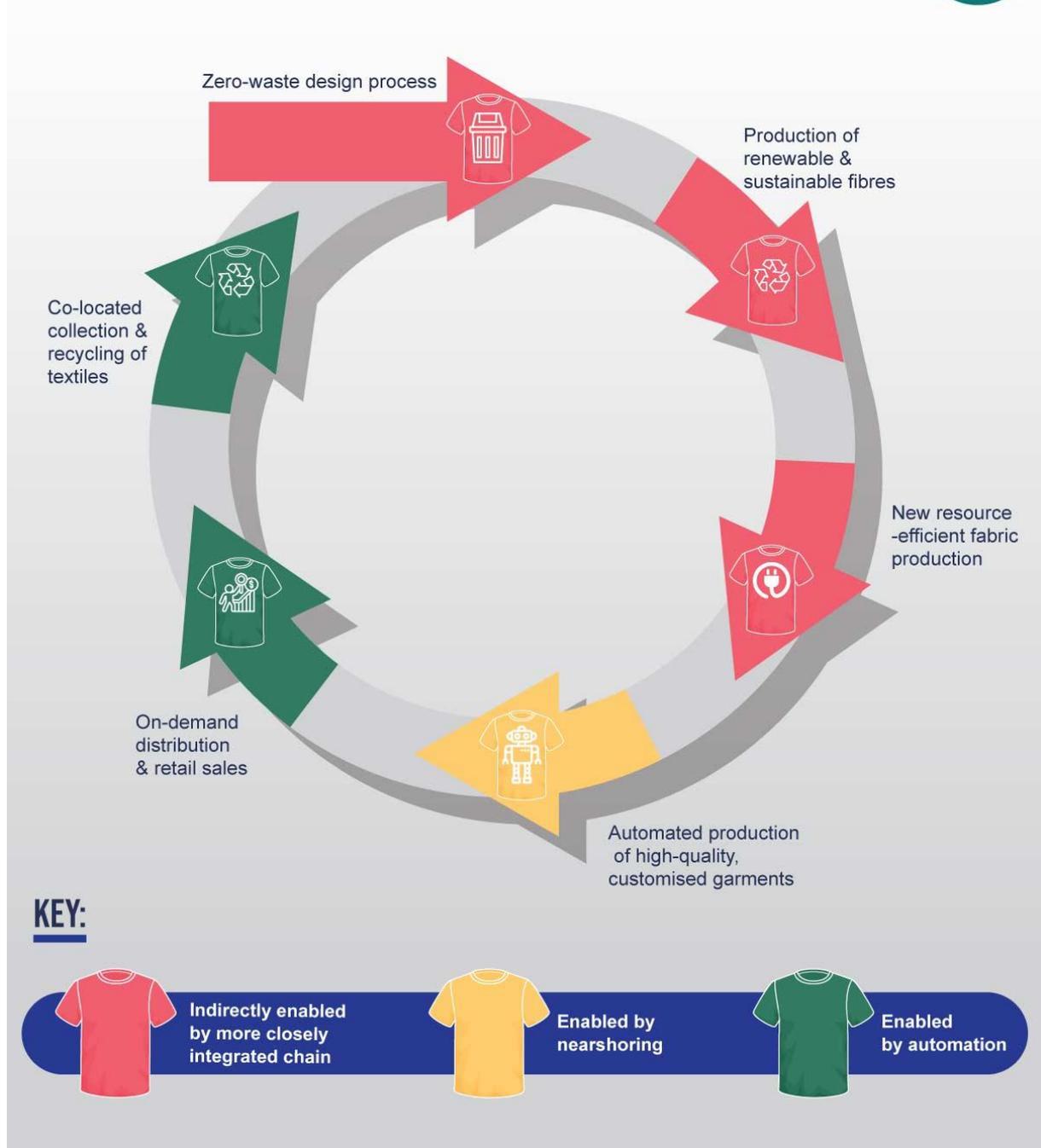
Circular fashion is a term coined by Dr Anna Brismar, head of Swedish consultancy firm, Green Strategy. According to Dr Brismar, circular fashion refers to "clothes, shoes or accessories that are designed, sourced, produced and provided with the intention to be used and circulated responsibly and effectively in society for as long as possible in their most valuable form, and hereafter returned safely to the biosphere when no longer of human use."

The Ellen MacArthur Foundation bases circular fashion on three principles: design out waste and pollution, keep products and materials in use and regenerate natural systems.

In essence, a circular economy for fashion implies that all materials and products are used for as long as possible, in an environmentally safe manner. Fashion products should be designed with high longevity, resource efficiency, non-toxicity, biodegradability, recyclability and good ethics in mind. Nearshoring – the practice of transferring operations to a nearby country – and automation could be important enablers in achieving a circular value chain.

In circular fashion, waste is another form of resource. If unfit for recycling, the biological material should be composted to become nutrients for plants and other living organisms in the ecosystem. Big Japanese and Swedish fast fashion brands, Uniqlo and H&M, are leading the recycling movement where shoppers can drop off textiles and clothing that they no longer use to be recycled. H&M has also pledged to use 100 percent recycled or sustainably sourced materials by 2030.

THE CIRCULAR FASHION VALUE CHAIN



Source: McKinsey & Company

Raising awareness

There are a growing number of companies in Southeast Asia exploring the potential of circular fashion. Singapore-based Style Theory is a fashion rental service that allows consumers to rent a dress, wear it to an event and return it later, hassle-free.

MoreLoop Thailand, a company created by entrepreneurs, Amm and Amorphol, aims to promote the use of deadstock fabric through connecting factories with buyers for their waste fabric.

Kloth Cares in Malaysia initiated its fabric recycling movement in 2016, with the theme 'Keeping Fabrics Out of Landfills'. They estimate that Malaysians produce almost 2,000 tonnes of textile waste a day. By 2017, they collected over 18,000 kilograms (kg) of various types of fabric. To date, they have collected 435,268 kg using 280 Kloth Cares bins across Malaysia.

Another initiative is the Fashion Revolution which is a global movement aimed at raising awareness of the fashion industry's most pressing issues. The movement now has coordinators in nine Southeast Asian countries, providing a rallying point for those who are passionate in growing the effort.

Malaysian coordinator for Fashion Revolution, Sasibai Kimis, said that "based on popular media coverage, it does seem like there is greater consumer awareness on the issues of social justice in the garment sector." But she feels that public awareness of ethical fashion issues is still in its infancy in Malaysia. "Most producers, designers, and consumers have not even been exposed to the idea of questioning who made their clothes and under what conditions."

Fashion doesn't have to be resource-intensive, wasteful and waste-generating. Collaboration among influential players such as big brands, fast fashion retailers, designers and manufacturers are key in the push towards circular fashion.

Southeast Asia's garment supply chain torn up by virus

Inventories under pressure at Uniqlo, Gap and Nike

TOMOYA ONISHI and AKANE OKUTSU, Nikkei staff writers, SHAUN TURTON, Contributing writer

February 21, 2020 20:42 JST



Garment factories in Vietnam and elsewhere in Southeast Asia rely heavily on China for supplies. (Photo by Rie Ishii)

HANOI/TOKYO/PHNOM PENH -- The coronavirus outbreak is wreaking havoc on Southeast Asia's garment supply chain, threatening the inventories of international brands such as Uniqlo, Gap and Nike.

Uniqlo's shipments from Vietnamese suppliers have been delayed by about two weeks, according to a source familiar with the Japanese fashion brand's supply structure, potentially leading to stock shortages by March. Uniqlo has already pushed back the launch of some new product lines.

Southeast Asian suppliers, not only in Vietnam but also Cambodia and Myanmar, have become increasingly important to global fashion brands. Nearly 20% of Uniqlo owner [Fast Retailing](#)'s disclosed core sewing factories are in Vietnam, though China is still home to about half.

These garment makers, however, still depend on Asia's biggest economy for raw materials -- 60% of the materials used for Vietnam's sewn products, for example, come from China. And transport and supply chain disruptions in that country are spilling over into Southeast Asia.

Local media in Vietnam, including Voice of Vietnam and the Cong Thuong newspaper, have named some factories that are affected by the shortages of materials supply. May 10, a supplier for brands such as GAP and Tommy Hilfiger, imports 50% of raw material from China and is facing difficulties meeting March and April orders. Saigon 3 Garment Joint-Stock Company, which produces for Uniqlo and Nike, has only enough materials for production until March.

Textile production is more capital intensive than sewing, and China remains dominant in material production even as brands diversify their manufacturing bases.

"While Vietnam can produce textiles itself and can maintain certain production levels, the impact may be bigger in countries such as Cambodia that are more dependent on Chinese production of textiles," the source familiar with Uniqlo said.

He added that customs clearance is delayed, while factories in China are operating at a reduced rate due to staff shortages caused by restrictions on movement of people imposed by the Chinese government.

Concerns are already running high in Cambodia.

Ken Loo, secretary general of the Garment Manufacturers Association in Cambodia, told Nikkei that more than 60% of raw material for the country's apparel industry came from China.

Suspensions or shutdowns of factories are "something that's on the horizon," he said.

Even though more than half of raw material factories in China have resumed production, Loo explained, it will take time for them to get back up to full speed, and that is only one hurdle.

"With the controls that the Chinese government has put in place, it's extremely difficult for not [in terms of] movement of goods, but the movement of personnel across provincial lines or sometimes even across townships."

Alternative sourcing, Loo added, was not a practical solution.

Heng Sour, a Labor Ministry spokesman, told local media outlet the Khmer Times last week that 90,000 workers at more than 200 factories would be suspended if new supplies do not arrive in March.

Uniqlo, meanwhile, has already announced on its Japanese website that "there are delays in production and logistics due to the novel coronavirus." The company has delayed the launch of some products, including the Uniqlo U jacket for the Spring-Summer collection, which was supposed to go on sale from Friday. Its release has now been pushed back to early March.

"If there are additional delays in reopening [Chinese factories], there could be further impact," a spokesperson for Uniqlo owner Fast Retailing said, adding that the company is "closely monitoring" the situation.

A garment industry insider in Cambodia, meanwhile, predicts the epidemic will do far more than create temporary shortages.

"As companies increasingly look at supply chain efficiency in this time of tariffs, EBA and reduction emissions, the impact of the virus will likely have a legacy on how companies source in the future," the source said, referring to the EU's [Everything But Arms](#) trade scheme. "Having yarn/fabric/product finishing all done domestically will reduce future risks to global supply of materials."

When will the global apparel industry truly clean up its act?



Seven workers lost their life when fire broke out in the unit of Nandan Denim in Ahmedabad, India. PHOTO: WWW.DESHGUJARAT.COM

Mostafiz Uddin

News of another apparel factory tragedy on February 8, which claimed seven innocent lives, throws into sharp focus how much is still needed to be done in the global apparel industry to ensure the safety of its workers.

"The easiest way to solve a problem is to deny it exists", said Isaac Asimov, the world renowned science fiction novelist and biochemist and, as the apparel industry reels from the news of the tragic fire at a denim manufacturing plant in Ahmedabad, India, I have to ask, when is the global apparel sector going to wake up and say "enough is enough"?

Although this tragic news seems to have escaped widespread international media attention, it comes just a few weeks after much more publicised reports of a fire at a handbag factory in New Delhi, India, that claimed the lives of some 43 workers, broke.

Regardless of the media coverage, regardless of where the product was being made, the international apparel community needs to stand up and stop tragedies like this from happening.

Simple right? Well, apparently not! As a member of the Bangladesh Ready-Made Garment (RMG) industry, I believed that the wake-up call for all manufacturers, brands and retailers came nearly seven years ago after the tragic Rana Plaza disaster on April 24, 2013.

After an extensive process of multilateral remediation within the Bangladesh apparel trade, wholesale changes have been made, leaving the industry fit for purpose and ready to continue on its path of economic growth.

Things in Bangladesh are not perfect, but are dramatically better than they were prior to the events of 2013. Having been through the necessary procedures I have to applaud the approach adopted by brands, retailers and the industry as a whole to ensure safer, more ethical, compliant trading practices and to establish the basic principal that if you cannot trade in an ethical, sustainable, compliant manner, then you won't be allowed to trade at all.

Sadly, as the recent news emanating from India would indicate, this is not an approach that has been adopted globally and I believe that the apparel industry is in denial, happy to let things carry on until something, tragically, goes wrong.

But this is not about what has been achieved in Bangladesh—this is about the disease that exists throughout the apparel supply chain—from Delhi to Detroit, from Lahore to Leicester, there are examples that show labour rights abuses and sub-standard working conditions are, sadly, everyday occurrences in the garment industry of today. They need to be eradicated and, unfortunately, it would appear that the wider apparel industry is incapable of making the necessary changes a reality.

Let's not beat around the bush. We are talking about risk to peoples' lives. To my mind, the saving of a few cents here and there on any product does not justify endangering the lives of those that have to make them, largely in lower income sourcing hubs of the globe. Often those involved are the main breadwinners for the family they support. The

knock-on effect from calamities of this scale is, put simply, beyond comprehension when it comes to the way it affects ordinary, hard-working humans. This state of affairs is totally unacceptable and things need to change!

The apparel industry is the first to crow about the auditing and sustainable standards that they are maintaining and therein lies the fundamental problem that allows something like the Indian factory fire to take place. Yes, vast improvements have been made across the globe in terms of worker safety, environmental standards and ethical behaviour but, as they say, "a few rotten apples spoil the barrel" and loopholes obviously exist, as is evident from the events of February 8.

There exists a plethora of auditing standards in the apparel industry regarding factory safety and other aspects of production. Whilst these standards should be applauded as they have helped to improve the industry as a whole, they, sadly do not go far enough and often create confusion amongst manufacturers, brands and retailers as to what standards should be adhered to and which offer the highest levels of worker safety.

Saturday's fire at Nandan Denim, which claims to be India's largest and the world's fourth largest integrated denim fabric maker, proves the point. This was not a fly-by-night operation or sweatshop, it was a respected operation trading with brands in Europe and the United States and yet, as has been reported, an early survey of the factory revealed that the facility wasn't adequately equipped with exit doors, and had "no fire safety measures in place." Yet, Nandan Denim was still allowed to operate. How, given the level of compliance audits that are supposedly in place within the apparel sector, is this possible?

I am afraid that the global apparel industry needs to wake up to the fact that it seems incapable of policing itself and I feel that we need a comprehensive set of universal rules that are applied to all manufacturing hubs and are governed by an independent third party in conjunction with representatives from the apparel industry. As the Bangladesh RMG industry experienced over the last seven years, there is a need for a concise set of standards and rules for everyone to understand, regulated by third party bodies.

For this to be achieved on a global scale, I believe the time is right to establish one, strong, credible auditing standard for the worldwide garment production sector. At the moment auditing is too fragmented, with too many players setting too many diverse standards. The apparel industry needs a common language and not one that is determined by the key players in the industry alone.

What is required is one set of criteria that are applied to any apparel manufacturer wherever in the world they may produce. This is going to require work and interaction with partners at the highest local and international government levels together with representatives from the side of the manufacturers and retailers and brands. The process needs to be inclusive and all involved have to agree to a systemised standard that is religiously adhered to.

I do not know which body should monitor this process, but it needs to be one with sufficient gravitas to pull together international governments and trade bodies, together with representatives from the apparel community. The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) or the United Nation (UN) spring to mind, but an approach by leading apparel bodies would need to be made to secure their participation.

The global apparel industry can no longer rest in denial. It is no longer acceptable that one set of standards can be applied to one sourcing hub, whilst others flagrantly flaunt their responsibilities and it is no longer acceptable that workers' lives should be put in danger at apparel manufacturing facilities.

The time has come to rid the sector of this behaviour and to re-invent itself in a truly transparent manner—this will only happen with the introduction of stringent legislation and a change in attitude from manufacturers and buyers who now need to be held accountable for the way and with whom they trade. That time is now and there is no more room for excuses.

Mostafiz Uddin is the Managing Director of Denim Expert Limited. He is also the Founder and CEO of Bangladesh Denim Expo and Bangladesh Apparel Exchange (BAE). Email: mostafiz@denimexpert.com

Publié le 14 février 2020



Jean-François Limantour
President of Evalliance

141 articles

Relative mansuétude de la Commission européenne pour le textile du Cambodge !

Après une longue enquête, la Commission européenne a décidé de retirer une partie des préférences tarifaires accordées au Cambodge dans le cadre du régime commercial "Tout sauf les armes" (TSA) de l'Union européenne, en raison des « *violations graves et systématiques des principes des droits de l'homme inscrits dans le Pacte international relatif aux droits civils et politiques* ».



Pour le pays bénéficiaire, le régime TSA donne un très grand avantage compétitif en permettant d'exporter à droits nuls vers les marchés de l'Union européenne avec, pour les vêtements, l'atout supplémentaire de pouvoir utiliser des tissus de n'importe quelle origine.

Ainsi, grâce à TSA et en l'espace de quelques années, le Cambodge est devenu le 5^{ème} fournisseur en habillement de l'Union européenne avec 4,1 milliards d'euros d'exportation en 2019.

Mais en définitive, seule une partie des exportations de vêtements cambodgiens perdra son statut « TSA » et sera remplacée, à compter du 12 août 2020, sous le régime général douanier européen (12 % de droits de douane pour la plupart des produits).

En effet, contrairement à ce que l'on pouvait craindre, les produits les plus exportés par le Cambodge vont continuer à bénéficier du régime TSA et donc à entrer sans droits de douane en Europe. Par exemple, les confectionneurs cambodgiens vont pouvoir continuer à exporter à droits nuls les pulls et jerseys dont ils sont le 4^{ème} fournisseur de l'UE ou les pantalons de coton dont les jeans (6^{ème} fournisseur).

A l'exception notable des T-shirts et des chaussures de sport, la plupart des produits sanctionnés (liste ci-dessous) sont en effet peu exportés par le Cambodge.

A	B	C
KH	Cambodge	4201 00, 4202, 4203, 4205 00, 4206 00, 6103 41, 6103 43, 6103 49, 6105, 6107, 6109, 6115 10, 6115 21, 6115 22, 6115 29, 6115 95, 6115 96, 6115 99, 6203 41, 6203 43, 6203 49, 6205, 6207, 6211 32, 6211 33, 6211 39, 6211 42, 6211 43, 6211 49, 6212, 6403 19, 6403 20, 6403 40, 6403 51, 6403 59, 6403 91, 6403 99, 6405, 6406»

Finalement donc, le Cambodge s'en sort plutôt bien.

Pour la Commission européenne, l'équation politique était difficile.

Face à de graves violations des droits de l'homme, elle était dans l'obligation de prendre des sanctions, du reste prévues par le règlement TSA. A défaut, la porte aurait été grande ouverte à la perpétuation de violations de toutes sortes du droit international, en toute impunité, et un très mauvais signal politique envoyé par l'Europe à ses partenaires commerciaux.

A l'inverse, en supprimant le régime préférentiel TSA à l'ensemble de l'habillement, la Commission aurait créé une véritable catastrophe industrielle et surtout sociale pour les 700.000 salariés du secteur.

Finalement, la Commission européenne a pris une décision mi-chèvre mi-chou, équilibrée et mesurée ; et c'est sans doute très bien ainsi.

Kingdom-China FTA expected by November

[May Kunmakara](#) | Publication date 25 February 2020 | 00:14 ICT

Share



The Phnom Penh Autonomous Port's (PPAP's) container terminal in Kandal province's Kien Svay district. [Hong Menea](#)

The Cambodia-China Free Trade Agreement is expected to be finalised in November in a move to boost trade between the two countries.

During bilateral talks on January 20-23 last year in Beijing, China, Prime Minister Hun Sen and his Chinese counterpart Li Keqiang greenlighted a feasibility study on the potential free trade agreement (FTA) which aims to boost bilateral trade to \$10 billion by 2023.

The first round of negotiations was held in Beijing on January 20-21 and was presided by Ministry of Commerce secretary of state Sok Sopheak and Assistant Minister of Commerce of the People's Republic of China Ren Hongbin.

Hun Sen on Monday encouraged all stakeholders to increase production capacity and expand products in order to boost exports to China before the FTA materialises.

“We expect the Cambodia-China Free Trade Agreement to be finalised in November this year. It will be signed during the presence of the Chinese prime minister at the Asean-Europe Summit in November. Then it will be implemented,” he said.

“Before the agreement is finalised, we have to enhance and expand our products for export to the market. We hope that China will help to expedite our economic growth by putting in more investment.”

Late last month, Garment Manufacturers Association in Cambodia deputy secretary-general Kaing Monika said the moves towards an FTA come at a crucial time for the Kingdom.

“I think it’s the right direction and the right time for Cambodia to start looking at negotiating FTAs with various countries and blocs.

“Cambodia is expected to graduate from the UN’s Least Developed Countries status in the next five to six years, after which we will lose the trade preferences provided to us by many developed countries,” Monika said.

He noted that the Kingdom participates in a very limited number of FTAs, which are all under Asean as a bloc.

“We need to target more bilateral FTAs, and China is indeed our greatest potential partner.

“This is a market of more than one billion people and the world’s number one economy in terms of purchasing power parity,” he said.

GMAC: Pulling rug from under workers' feet not way to proceed

[Niem Chheng](#) | Publication date 17 February 2020 | 22:38 ICT



The GMAC has called on the EU to reinstate full EBA privileges to support hundreds of thousands of workers. [Hong Menea](#)

The Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) has expressed disappointment at the European Commission's (EC's) recent decision to suspend one-fifth of the Everything But Arms (EBA) scheme awarded to Cambodia.

It called on the EU to promptly reinstate full EBA privileges to enhance sustainable development and support hundreds of thousands of workers who will be affected by the withdrawal.

The main beneficiaries of EBA are the Kingdom's garment and travel goods sectors, which are represented by GMAC, it said in a press release.

GMAC said the two sectors have helped lift millions of Cambodians, especially women, out of poverty, with employment exceeding 750,000 workers.

It called on the EC and Members of the European Parliament to reconsider their decision, citing the values under which it was first implemented nearly 20 years ago – developmental assistance, poverty reduction and the dignity of employment.

The partial withdrawal will lead to nothing more than job losses and poverty, it said.

“The association urges the EU to act quickly to restore full EBA benefits for the sake of sustainable development and for the hundreds of thousands of Cambodians who have risen from poverty to gain employment, advance their rights and support their families,” GMAC said.

It noted that it had established a culture of transparency and accountability in labour compliance and working conditions.

“GMAC was the first association in the world to welcome the UN International Labour Organisation to establish a monitoring programme to inspect our factories for compliance with national and international labour requirements.

“GMAC respects and supports the EU’s engagement to improve its human rights policies. Unfortunately, summarily pulling the rug from under the feet of hundreds of thousands of Cambodians is not the way to proceed.”

“The EU’s decision is bound to cause confusion with respect to our trade status. It will incentivise buyers to sources from countries with far weaker legacies of trade union rights.

“It will increase poverty in our country and make it more difficult to improve wages and benefits for other workers,” it said.

Collective Union of Movement of Workers president Pav Sina on Monday said the partial withdrawal of EBA will bring negative repercussions to the Kingdom.

“Negative consequences will be felt among relevant partners. They [the EU] see a situation and compare it to Bangladesh, Myanmar and Vietnam.

“They deem that our country is indeed morally worse than these countries, which prompts them to decide to withdraw it [EBA] partially,” he said.

He said the withdrawal will compel the Kingdom’s major buyers to reconsider whether or not to continue operations here.

“What we fear most is buyers halting or reducing purchases – like H&M, a major global buyer. If major companies reduce their purchases, it will affect workers,” Sina said.

He said there is sufficient time for Cambodia and the EU to find a solution to the issues that the EC cited before August 12 – when the decision takes effect.

“The EU has seen that we Khmer aren’t that morally bankrupt. If the EU had deemed otherwise, it would not have withdrawn only 20 per cent [of EBA]. We still have time to make things right,” he said.

Ministry of Labour and Vocational Training spokesman Heng Sour could not be reached for comment on Monday.

However, he told the press that despite the withdrawal, Cambodia remains determined to promote working conditions and respect workers’ rights and freedoms. These are government priorities.



Opinion

Macroscopic by Tai Hui

Despite the coronavirus crisis and trade war, factories have good reasons to stay in China

- The Covid-19 outbreak is holding up production in parts of China, and making relocation a more concrete possibility. However, China's logistics infrastructure and huge consumer market give it advantages over other production locations



Tai Hui

Published: 9:00pm, 21 Feb, 2020



An employee wearing a face mask works on a production line at a textile factory in Haian, Jiangsu province. Photo: Reuters

21 February, 2020

Moving house is a pain. So imagine how it feels to be moving a factory with millions of dollars' worth of equipment to another country will different tax and other regulations.

Talk of multinational companies moving their factories from China to another location has been going on for some time. The Covid-19 outbreak has made this discussion more urgent, as companies in China struggle to restart production, with workers unable to travel back to workplaces in large parts of the country, much less get Chinese-made components delivered to factories around the world. CEOs might have to rethink their supply chain strategy.

Moving production out of China is not a new subject. Labour costs in the country, including wages and social security contributions, have risen in recent years. Hence, some labour-

intensive manufacturing operations have already relocated to countries with a plentiful supply of workers, including Vietnam, Indonesia, Bangladesh and Sri Lanka.

Despite this relocation, China remains the largest exporter of textile and clothing, according to the World Trade Organisation. It accounted for about one-third of the textile and apparel trade in the world in 2018.

The trade war between China and the United States has accelerated the relocation, because of the tariffs' impact on a broad range of products.

Most business executives expect the tension between the world's two largest economies to continue, regardless of the outcome of the US presidential election in November. Some production of server motherboards and other hardware has already moved to Taiwan.

Still, between the [global economic slowdown](#) last year and the signing of the US-China phase 1 trade deal early this year, some corporate decision-makers could have hesitated to proceed with relocation plans.

Besides, the fact that US President Donald Trump has threatened to impose tariffs on goods from a large number of trade partners means that there are few safe havens in an increasingly protectionist world.

In China, the efforts to contain the Covid-19 outbreak are holding up production, as workers have had trouble returning to work following the extended Lunar New Year holiday. Outside China, carmakers have been forced to suspend production because Chinese-made components are not available.

Some consumer electronic companies might delay product launches, and have already warned of an impact on near-term earnings. However, although the risks of future outbreaks add to the pressure on companies to diversify production to other locations, and some investments are going to be made outside the country, China should continue to play a dominant role in global manufacturing.

This is because companies, like people moving house, need to weigh up the pros and cons of relocation. Labour and the supply chain are important considerations, but not the only ones.

For example, China's logistics infrastructure is a key reason that companies are able to afford just-in-time delivery and low inventories. China ranked 26th in the World Bank's Logistics Performance Index in 2018, right between South Korea and Taiwan – and much higher than Vietnam (39th), Indonesia (46th), Sri Lanka (94th) and Bangladesh (100th).

In addition, some supply chains are clustered around specific regions and they will be hard to break up without generating additional costs and slowing production. Manufacturers should have a backup plan for such regional supply chains, instead of dismantling an existing system and starting a new one.

Another consideration is China's domestic market. When China's manufacturing boom started after its WTO accession in 2001, the goods were destined for developed economies. But now the country has a growing consumer market of its own.

Therefore, it still makes sense to keep China as a key production location. For example, despite shrinking sales in the past two years, China was still a bigger car market than the US in 2019. It also has the most mobile phone users in the world. Staying close to Chinese customers is a very good reason to keep production in China.

That said, consumers in China are changing. They are starting to spend more on services, such as health care, education and financial services, thus driving changes in businesses operations and workers' preferences. Instead of working 12-hour shifts in factories, some people may choose to switch to the service sector.

This means that, in the long run, China will change and upgrade manufacturing and production processes. China is unlikely to lose its status as the world's factory, but it may take a form quite different from what we have known for decades.

Tai Hui is chief market strategist for the Asia-Pacific at JP Morgan Asset Management

Réouverture du plus grand centre de distribution textile d'Asie après des congés prolongés

French.china.org.cn | Mis à jour le 19-02-2020

La "ville textile de Chine", le plus grand centre de distribution textile d'Asie dans la ville de Shaoxing, dans la province chinoise du Zhejiang (est), a rouvert ses portes mardi.

Le centre accueille plus de 30.000 commerçants et 100.000 visites quotidiennes. Il dispose d'un réseau de vente couvrant 192 pays et régions. La date d'ouverture de cette année était de 18 jours plus tard que les années précédentes.

Le 10 février, le centre a ouvert ses portes à ses clients en ligne. Les commerçants peuvent communiquer avec leurs clients dans le monde entier 24 heures sur 24, sept jours par semaine sur la plate-forme en ligne.

Le même jour, le marché de commerce international de Yiwu, premier marché mondial de produits de base, a également rouvert ses portes à ses clients.

Selon le département de l'économie et des technologies de l'information de la province du Zhejiang, le 16 février, 24.888 entreprises industrielles au-dessus de la taille désignée ont repris le travail, avec un taux de reprise de 56,2%, soit 12,1% de plus que la veille.

Source: Agence de presse Xinhua

Les Echos

Le monde de la mode s'inquiète des conséquences du coronavirus

Le Salon Première Vision, la semaine dernière à Paris, n'a connu qu'une baisse d'affluence limitée. Mais les professionnels ont exprimé leurs craintes de l'impact à moyen terme du ralentissement de l'économie chinoise, provoqué par l'épidémie de coronavirus.



Par **Yann Duvert**

Publié le 19 févr. 2020 à 11h59 Mis à jour le 19 févr. 2020 à 19h20

« Les gens ont peur. Il y en avait beaucoup avec des masques, et pas forcément des personnes asiatiques », soupire Joana Ungurueanu, contemplant le tube de gel hydroalcoolique à moitié vide posé en évidence sur sa table. Comme beaucoup d'habitues, cette hôtesse d'accueil a observé, la semaine dernière, une baisse de fréquentation lors de la nouvelle édition du Salon **Première Vision**, rendez-vous incontournable des professionnels de la mode.

Pourtant, les travées du Parc des Expositions de Villepinte, qui accueille deux fois par an l'événement, étaient loin de sonner creux. Comme à son habitude, « l'amont de la mode » y a célébré sa grand-messe, exposant textiles, fils ou accessoires, et proposant un large choix aux milliers de créateurs venus faire leur marché.

Certains ont cédé à la psychose

Mais l'épidémie de coronavirus, qui touche de plein fouet l'économie mondiale, est passée par là. Si plusieurs Salons du textile ont été annulés en Chine, comme le congrès mondial des télécoms à Barcelone ou le forum d'investissement de Sotchi (Russie), Première vision a échappé au pire. Côté visiteurs, son directeur général, Gilles Lasbordes, observe que le Salon « a une clientèle aux trois quarts européenne, l'impact est donc limité. »

Idem concernant les exposants, dont provient l'essentiel du chiffre d'affaires du Salon. « Compte tenu de notre positionnement plutôt haut de gamme, nous travaillons avec des vendeurs de nationalités très diverses, dont un fort pourcentage d'Italiens. Cette année, nous n'avions que 111 exposants chinois, et 45 ne sont pas venus », souligne le dirigeant.

Pour le directeur général du groupe Deveaux, Thibaud Von Tschammer, « il est clair que la fréquentation a été moindre, et que certains ont cédé à la psychose. Certains clients français ou anglais ont eu consigne de ne pas se déplacer. » Mais, globalement, dans ce hall, consacré aux tissus, les exposants s'attendaient à pire et ont donc été plutôt agréablement surpris par la tournure des événements.

« Les clients sont tétanisés »

D'autres ont même profité de la situation. « Le fait que certains ne soient pas venus est bénéfique pour notre business », a constaté Shindy D.M.Xin, fondatrice de l'entreprise chinoise Camin. Selon elle, « c'est un très bon test pour les entreprises, on voit quelles sont les mieux structurées, et les autres ».

Pour autant, dans les allées de Première Vision, les visiteurs faisaient grise mine à l'évocation des conséquences à moyen terme de l'épidémie, qui provoqué la mise à l'arrêt de nombreuses usines chinoises. « La problématique se pose en termes de « sourcing », estime Michaël Touati, de France Textile Fabrication (FTF). « Aujourd'hui, certains savoir-faire, certains modes de production ne se trouvent pas ailleurs qu'en Chine. Il est clair qu'il y aura bientôt un creux au niveau des stocks », poursuit-il. « Les clients sont tétanisés, l'impact durera au minimum deux mois », renchérit Thibaud Von Tschammer.

Quand les entreprises chinoises toussent, c'est l'ensemble de l'industrie de la mode qui s'enrhume. « La Chine est le premier fournisseur de l'UE en matière d'habillement, et l'on peut craindre des difficultés d'approvisionnement », confirme le directeur du Salon, Gilles Lasbordes. « Certaines productions pourraient revenir en Turquie ou au Maghreb, cela pourrait aussi être une opportunité pour rouvrir des chaînes d'approvisionnement européennes. Mais pour l'instant, on ne mesure pas encore l'impact post-coronavirus. On a juste le sentiment d'une onde de choc ».

Bientôt une note environnementale pour les vêtements ?

• PUBLIE LE 11/02/2020 A 23H20

Le calcul de cette note engloberait tout le cycle de vie du produit, des matières premières à la fin de vie, en passant par la distribution.

Vos pulls et autres pantalon auront-ils droit à leur "**Nutriscore**" ? Issus d'une des industries les plus polluantes, ces vêtements sont un poids pour la planète. Pour aider les consommateurs à identifier ceux qui, malgré tout, sont plus "verts", le gouvernement souhaite un étiquetage environnemental d'ici la fin du quinquennat. Une petite planète bleue avec une note de A à E, voilà à quoi ressemblera cet "affichage environnemental" déjà testé par quelques marques et appelé à se généraliser à tous les produits de l'habillement.

La **loi anti-gaspillage** promulguée ce mardi 11 février prévoit la mise en place d'un étiquetage pour informer le consommateur sur les caractéristiques environnementales de certains produits et lui permettre de faire des choix éclairés. Le premier secteur à expérimenter la démarche, avant l'alimentation, sera le textile, "une des industries les plus polluantes, plus que le secteur des transports aérien et maritime réunis, juste après les hydrocarbures", a souligné la secrétaire d'Etat à la Transition écologique Brune Poirson.

Déjà expérimenté

L'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) travaille depuis plusieurs années à l'élaboration de cet affichage pour le textile, mais aussi pour les appareils électroniques, l'habillement, l'ameublement, l'alimentation et l'hôtellerie. Le calcul de la note englobe tout le cycle de vie du produit, des matières premières à la fin de vie, en passant par la distribution. Il prend en compte les divers impacts (émissions de CO2, épuisement des ressources, pollutions de l'air ou de l'eau...).

>> A lire aussi - Anti-gaspillage : les milliards de l'économie circulaire

Dans l'habillement, quelques entreprises expérimentent déjà le système comme Okaïdi ou **Décathlon**. Une démarche pas forcément facile. "Quand vous dites à un chef de produit que vous allez noter ses produits et qu'ils seront peut-être notés E, imaginez la tête qu'il fait au début!", a raconté

Raffaele Duby, responsable développement durable chez Décathlon, précisant que désormais 60% des produits de la marque sont étiquetés de la sorte.

Opportunité économique ?

Le gouvernement souhaite un déploiement à grande échelle et que la mesure soit, à terme, rendue obligatoire sans toutefois préciser de date. "Nous allons travailler avec les équipes du ministère et les entreprises privées pour asseoir une méthodologie solide qui permettra de donner une note environnementale à chaque vêtement", a précisé Brune Poirson. "L'objectif est que d'ici 18 mois cette méthodologie sorte, qu'elle fasse l'objet d'un décret d'application et qu'elle soit mise en oeuvre dans la foulée, avant la fin du quinquennat", a-t-elle ajouté, estimant que cette "transparence" permettrait "d'éviter des pratiques qui pourrait s'apparenter à du greenwashing" de la part des marques.

La ministre a appelé les industriels français à s'engager dès maintenant dans cette démarche pour "répondre à la demande de plus en plus pressante des concitoyens" mais aussi pour profiter d'une "opportunité économique". "Ceux qui s'engagent aujourd'hui auront demain un avantage majeur quand l'UE rendra obligatoire cet affichage", a-t-elle assuré, prête à défendre à Bruxelles le système qui sera développé en France.

Quid du prix

Selon l'Ademe, 624.000 tonnes de textiles (2,6 milliards de pièces de vêtements, linge de maison, chaussures) sont mis sur le marché chaque année en France, soit environ 9,5 kg par habitant. En moyenne, une personne achète 60% de vêtements en plus qu'il y a 15 ans mais les conserve moitié moins longtemps. Dans ce contexte, "c'est bien d'uniformiser et d'imposer des critères solides et ambitieux pour l'information environnementale sur le textile", a réagi Alma Dufour, de l'ONG Les Amis de la Terre.

>> A lire aussi - A New York, une association récupère les tonnes de déchets textiles de la mode

Mais l'information ne suffira pas à réduire drastiquement les émissions de CO2 du secteur, a-t-elle estimé. Parce que "le prix du vêtement est toujours ultra important pour les consommateurs". Or, si choisir un frigo noté A+, même plus cher, peut être compensé par la baisse de la facture d'électricité, ce ne sera pas le cas pour un jean ou un T-Shirt plus cher parce que fabriqué en France dans des conditions sociales et environnementales optimales par exemple.

Mode homme: quand l'intelligence artificielle révèle la palette chromatique de l'été

DÉCRYPTAGE - Passées au crible de notre algorithme, les collections actuelles révèlent un penchant pour les couleurs pastel. Passeront-elles dans le vestiaire masculin, qui a déjà cultivé cette carte du tendre au XVIIIe siècle comme dans les années 1980?

Par Valérie Guédon et **Nicolas Mondon**

Publié hier le 20 février 2020



Data-visualisation des couleurs des défilés homme de l'été 2020 de Dior, Hermès, Loewe, Louis Vuitton et Jacquemus. *Infographie Le Figaro*

Du rose pâle, du bleu clair et des beiges tendres dans des collections estivales, nous en convenons, même en mode masculine, ce n'est pas une nouveauté. Généralement, ces messieurs sont plus audacieux et plus prompts à afficher la couleur pendant les mois de farniente. «Porter un tee-shirt ou un short de bain rose, en été sur la plage, ne choque plus personne, avance Michel Pastoureau, historien et auteur de nombreux ouvrages sur la symbolique des couleurs. De même, pendant les mois d'hiver

très froids: on skie volontiers en anorak jaune. Plus les températures s'extrémisent, plus nos sociétés ont tendance à accepter les écarts dans les convenances.»

Si les résultats obtenus par l'algorithme, développé par notre équipe Fig Data (*voir la méthodologie ci-dessous*), vont dans ce sens, ils révèlent une prédominance des couleurs pastel qu'on n'avait pas vues depuis les années 1980 et leur lot de yuppies en pull rose layette noué sur les épaules. «*C'était le règne du polo Lacoste dont la palette chromatique élargie permit aux hommes d'afficher des teintes jusqu'ici attribuées aux femmes*», se souvient Michel Pastoureau. «*Certes, mais c'était il y a déjà quarante ans!* lance Jean-Gabriel Causse, auteur de *L'Étonnant Pouvoir des couleurs* (Éditions du Palio). *Comme disait Rose Bertin au XVIII^e siècle: "Il n'y a de nouveau que ce qui a été oublié."*» Ainsi (ré)apparut en 2016, dans les profondeurs du réseau de partage d'images Tumblr, le «millennial pink», un rose ou plutôt des roses plébiscités par la génération née au tournant du millénaire. Une teinte presque neutre tant elle s'affranchit du code Barbie et dépasse les questions de genre.

Plus romantique, plus émotif, plus réfléchi

Sans remonter à l'apparition du rose dans l'histoire (médiévale) et aux peintures bibliques où il est particulièrement employé pour l'Enfant Jésus, tandis que la Vierge Marie est associée au bleu, c'est à la suite des théories de Freud qu'est née, aux États-Unis, cette volonté de différencier les sexes par la gamme chromatique. Du rose et des teintes claires pour les filles, du bleu et des couleurs sombres pour les garçons. Certaines décennies se sont éloignées de ces conventions, les années 1960, immortalisées par Jacques Demy, ou les années 1980, ambiance *Deux flics à Miami*. Mais la vague de fond actuelle est aussi esthétique que sociologique. Les Anglo-Saxons nomment d'ailleurs cette nouvelle figure masculine «soft boy», soit l'homme moderne assumant sa tendresse sans renoncer à sa force. Après l'essor du streetwear et de ses logos à gogo, on assiste à une approche plus romantique du vêtement suggérant que, sous la chemise en soie pastel, le tricot azur et, pourquoi pas, le costume mauve, il y a un mâle plus réfléchi, plus émotif.

Voilà donc le golden boy recouvert de fleurs Louis Vuitton par Virgil Abloh, le Germanopratin en chino beige et chemise de soie multicolore d'Hermès, le poète maudit de Loewe en liquette large de daim bubble gum, le nouvel homme Dior en complet de taffetas gris perle et le garçon du Sud Jacquemus trempé dans mille tons de lavande et de rose de mai. Un club de gentlemen en pleine expansion, où se mêlent subtilité, douceur et moult références à l'art.

Face au phénomène, Michel Pastoureau y voit la résurgence de tons de la mode de cour au XVIII^e siècle. «*À cette époque, la noblesse, et notamment les hommes, arborait de pied en cap ces demi-tons pour se démarquer de la bourgeoisie qui, avec les progrès des techniques de teintures, avaient accès aux*

couleurs vives et franches, jusqu'ici leur apanage.» De là à ce que les stylistes cultivent les pastels pour sophistiquer leurs créations et se démarquer de la fast fashion...

Pourtant il faut raison garder: l'homme de la rue reste attaché à son dressing passe-muraille -soit d'infinies déclinaisons de noirs, marines et autres coloris sombres- et, au moment de faire le bilan, il y a de fortes chances pour que ce tricot bleu, cette chemise en soie pastel et ce costume parme ne figurent pas en tête des meilleures ventes. *«Dans un registre masculin où les coupes ne souffrent pas ou peu l'originalité, modifier la palette donne immédiatement le sentiment de changement, conclut Jean-Gabriel Causse. Et, pour les marques, c'est le moyen le plus simple et efficace de renouveler à moindre risque leurs boutiques et leur communication tout en dopant au passage leur image.»*

Pour bien lire les visualisations: chaque arc de cercle représente une des couleurs de la palette, et sa position au sein de la visualisation dépend de sa teinte et de sa luminosité. Son importance dans la collection est représentée par la taille de l'arc.

Dior: le romantique décomplexé



Infographie Le Figaro

Recouverte de rose pâle, du sable du podium jusqu'au plafond, la tente Dior, plantée ce jour-là sur l'esplanade de l'Institut du monde arabe, annonce la couleur. Le nouvel homme Dior par le designer Kim Jones s'affiche en costume Oblique taillé dans un satin bleuet, parme ou blanc fumé, drapé d'une écharpe de soie crème caressant le sol, chemise en organza brodé par Lesage, ensemble rose dragée et dans des déclinaisons du gris maison - nuance favorite de M. Dior, teintée d'un soupçon de bleu. La ligne masculine de l'institution de l'avenue Montaigne n'a pas toujours été aussi «féminine». Au début des années 2000, quand Hedi Slimane régnait sur la marque, s'appelant encore Dior Homme, le noir était de mise. Depuis, le mouvement #MeToo et les millennials sont passés par là. Quand on évoque la question de la délicatesse de ses collections, Mister Jones répond sans détour: «C'est la réalité des hommes en 2020!»

Loewe: l'avant-gardiste



Infographie Le Figaro

Le style radical de Jonathan Anderson, le directeur artistique de Loewe, s'est raffiné au fil des saisons et a largement contribué à l'envolée de sensibilité que connaît la mode masculine aujourd'hui. Même pour son propre label, JW Anderson, il a su se démarquer en empruntant volontiers au dressing féminin sans tomber dans les excès. Dans l'auditorium de la maison de l'Unesco, son vestiaire pour

l'été prochain, déclinant mille nuances de fuchsia, de bleu Majorelle et azur, dialogue à merveille avec les vidéos psychédélics de l'artiste britannique Hilary Lloyd. Mélange de grands volumes -djellaba en daim, pantalon de judoka et long cardigan rayé- et de pièces plus formelles -blazer à boutons dorés et duffle-coat en denim-, cette collection en dit long sur le succès actuel de la griffe espagnole du groupe LVMH.

Hermès: le lettré désinvolte



Infographie Le Figaro

S'il est une maison de luxe française réputée pour son utilisation de la couleur, c'est bien Hermès. Bien sûr, il y a son célèbre carré de soie aux mille coloris, mais également ses collections masculines tenues depuis plus de trente ans (un exploit!) par la directrice artistique Véronique Nichanian. Et la Française maîtrise l'exercice comme personne. «Menthe, aqua, céladon, rose bubble gum, lagon et maïs», rien que les intitulés des différentes nuances de sa palette évoquent un farniente lettré autant que le charme discret de la bourgeoisie. Sans parler des chemises larges en patchwork de foulards, des blousons droits à col en maille et des paletots en agneau gomme, entre autres. «Avec assurance et légèreté, il traverse l'été», dit la note d'intention de ce printemps-été 2020. L'homme Hermès dans toute sa splendeur.

Louis Vuitton: le rêveur 2.0



Infographie Le Figaro

Jaune jasmin, sauge, vert mousse, myosotis, lilas... La palette du défilé printemps-été 2020 du malletier, le troisième signé par Virgil Abloh, «s'inspire de celle d'un jardin», explique la note d'intention. Le roi du cool a ainsi surpris le petit monde de la mode en délaissant ses effets streetwear pour un style plus délicat. Ses harnais signatures sont piqués de fleurs, ses liquettes se composent d'un millefeuille d'organza transparent (mais monogrammé) arc-en-ciel. L'Américain explore le vêtement «à travers les différentes étapes de l'enfance, (une époque) pas encore influencée par la programmation sociétale», et ses fans le suivent. Même ceux réputés les plus virils. On ne compte plus le nombre de rappeurs, stars de la NFL et joueurs de football, qui ont déjà arboré ses créations pastel en dehors des terrains

Jacquemus: l'artiste du sud



Infographie Le Figaro

Pour les dix ans de sa marque et sa collection été 2020, Simon Porte avait convié la caravane de la mode au beau milieu d'un champ de lavande à Valensole (Alpes-de-Haute-Provence). Dans ce décor à la Pagnol, cet enfant du Sud, roi d'Instagram, décline sur un podium rose vif la fameuse teinte de mauve... et plus encore. Du jaune citron ici, du bleu ciel là, du rose bonbon, du pêche sucré et du diabolique menthe. Les «pastels chauds et les couleurs déteintes par le soleil», selon ses mots, s'enchaînent sur des coupe-vent à fleurs, polos en maille, shorts de travail brodés. Il cite Cézanne, Lurçat et Hockney, ainsi que la figure des «touristes trop habillés» et d'«artistes libres penseurs». Un vestiaire estival (un de ses plus réussis) qui a déjà trouvé son public, à en croire les réseaux sociaux. Alors que cet autodidacte, tout juste trentenaire, lançait il y a seulement un an (sur une plage marseillaise) sa première collection masculine

Notre service «Fig data» analyse la mode

L'avènement de l'intelligence artificielle (IA) et surtout sa démocratisation auprès des développeurs, sous forme de librairies informatiques, ont joué un rôle prépondérant dans l'aboutissement de cet article. L'utilisation de l'intelligence artificielle sur une thématique comme les couleurs dominantes de la mode démontre l'étendue des champs d'application de cette discipline, à la croisée des

statistiques et de l'informatique. Cela esquisse également une nouvelle voie pour le journalisme, qui, à l'ère du tout numérique, se doit désormais d'apprivoiser ces outils.

Notre travail s'est déroulé en trois temps. Tout d'abord, nous avons extrait les silhouettes des mannequins à partir des milliers de photographies prises lors des défilés. Pour y parvenir, nous avons utilisé une librairie d'intelligence artificielle capable de distinguer automatiquement les silhouettes et ainsi isoler tous les pixels superflus à l'analyse: l'arrière-plan, le public et même les différentes parties visibles du corps comme les mains ou les visages. L'objectif, ne conserver que les éléments significatifs des différentes collections.

Puis, sur ces milliards de pixels à notre disposition, nous avons appliqué un traitement colorimétrique de manière à atténuer les effets de la lumière naturelle et les reflets. Cette intervention nous a permis de restaurer le plus fidèlement possible les coloris originels des tissus et matières portés. Enfin, sur la dernière étape, nous avons défini les couleurs dominantes de chaque collection. À ce stade, nous avons encore des dizaines de milliers de nuances différentes par défilé. Une uniformisation s'impose. Le procédé mathématique à l'œuvre ici, appelé «quantification», consiste à regrouper entre elles les teintes similaires pour n'en former qu'une. Et ainsi recréer une palette réduite à 256 références. L'importance d'une couleur dans une collection est alors définie par son «poids», soit le nombre total de pixels qu'elle regroupe sur l'ensemble des photographies.

D'après la vingtaine de défilés pour l'été 2020 analysée par l'algorithme, nous avons choisi de traiter une tendance parmi d'autres, celle des couleurs pastel, et de retenir cinq marques illustrant ce phénomène.

Financièrement très solide, Lectra se prépare à acheter entre 3 et 5 startups en 2020

Par Jean-Philippe Déjean | 14/02/2020, 9:30 | 848 mots



Leader mondial sur son marché, Lectra n'a jamais cessé de concevoir et produire ses systèmes de découpe de matériaux souples haut de gamme en France. (Crédits : Lectra) Avec l'épidémie de coronavirus, les marchés internationaux, déjà affaiblis par la crise sino-américaine, devraient continuer à être perturbés. Une aubaine pour le groupe Lectra, qui compte en profiter pour muscler son offre technologique en rachetant des startups, grâce à son excellente santé financière.

Le groupe Lectra, à Paris et Cestas (Gironde), leader mondial de la conception et de la fabrication de systèmes de découpe de matériaux souples (cuir, tissus...), vient de dévoiler les résultats consolidés du groupe pour le 4e trimestre et l'ensemble de l'année 2019.

"Le 4e trimestre est conforme à nos attentes, avec un recul de 9 % des commandes, ce qui est un peu décevant. Ceci dit, nous sommes raccord avec les prévisions que nous avons communiqué au marché", recadre pour La Tribune Daniel Harari, PDG de Lectra, le groupe étant coté en bourse.

Le chiffre d'affaires du groupe est ainsi passé à 74,2 M€ au 4e trimestre 2019, en retrait de 2 % sur un an à données comparables (chiffres 2019 traduits aux cours de change 2018). De la même manière le résultat opérationnel est en retrait sensible, de -10 % sur un an (idem) à 11,2 M€. Le résultat net trimestriel reste positif, à 8 M€, mais recule (à données réelles) de -7 % sur un an (8,6 M€ au 4e

trimestre 2018). Par contre le cash-flow libre, correspondant à la trésorerie générée par l'activité, enregistre une évolution très positive, à 18,1 M€, soit une hausse de 41 % sur un an.

Une trésorerie nette à l'insolente bonne santé

Présent sur tous les continents Lectra n'échappe pas aux fortes turbulences du marché mondial. Après le bras de fer commercial entre les Etats-Unis et la Chine, qui semble sur le point de se terminer, la bombe virale du coronavirus partie de Wuhan menace à son tour de paralyser les échanges. Même si cette dernière est passée inaperçue à ses débuts, en décembre 2019, elle donne la couleur à une année commerciale rythmée par l'instabilité. Lectra, dont les bases financières sont d'une rare solidité, a encaissé le coup sans décrocher de son modèle de développement.

En 2019, le chiffre d'affaires annuel se tasse de -3 %, à données comparables, pour atteindre 280 M€. Tandis que le résultat net progresse de 2 % (à données réelles) pour atteindre 29,3 M€. Du côté des fondamentaux, la croissance est à l'ordre du jour. Le cash-flow libre se monte ainsi à 36,2 M€ fin 2019 (+67,5 % sur un an), tandis que les capitaux propres atteignent la barre des 183 M€ (+7,3 %) et la trésorerie nette celle des 120,6 M€ (+18 %). Montant que la trésorerie nette affiche après paiement du dividende de 12,8 M€ au titre de l'exercice 2018 et le décaissement de 8 M€ pour régler [l'acquisition, le 15 juillet dernier, de la société innovante belge Retviews](#), dont la technologie permet aux marques de la mode d'analyser en temps réel les données de marché pour prendre les meilleures décisions, grâce à des algorithmes d'intelligence artificielle.

Le coronavirus n'a pas fini de perturber les échanges

"Nous restons sur des bases financières toujours aussi solides mais je ne donne pas de perspectives sur les mois à venir pour la société car il est actuellement impossible de prédire l'impact que va avoir le coronavirus sur l'activité mondiale. Il a déjà mis les chaînes de production à l'arrêt en Chine et ça se répand dans le monde. Ce mouvement va se propager encore plus vite que le virus, mais peut-être qu'il ne durera pas longtemps", essaie de cadrer le polytechnicien.

Engagé sur trois grands marchés : la mode, l'automobile -avec la découpe des airbags-, et l'ameublement (habillage des meubles), Lectra s'est imposé à la tête du marché mondial après que ses dirigeants, Daniel et André Harari, ont refusé il y a une quinzaine d'années de délocaliser le groupe en Chine, pour continuer à produire et concevoir leurs systèmes en France sur un créneau haut de gamme. Ce qui leur a permis de créer beaucoup de valeur et de surclasser progressivement leur concurrent américain, piégé par sa stratégie low cost en Chine.

Des startups qui seront mises à rude épreuve

L'excellence technologique reste au cœur de la vision du groupe et, en ces temps incertains, Daniel Harari a décidé de jouer de la puissance de feu de Lectra pour profiter des plus belles occasions.

"Notre très bonne santé financière et les énormes tensions qui vont continuer à s'exercer sur le marché international vont nous permettre de faire de nouvelles acquisitions de jeunes entreprises innovantes, qui n'auront plus les moyens de faire face aux enjeux financiers. Nous envisageons d'acheter entre trois et cinq startups. Elles réalisent de petits chiffres d'affaires et l'idée n'est absolument pas de gonfler l'activité de Lectra à court terme avec du chiffre d'affaires additionnel. Nous cherchons au contraire à renforcer nos positions à moyen et long terme grâce à de nouvelles technologies qui vont nous rendre plus forts dans le retail, la distribution", éclaire le PDG de Lectra.

La stratégie de Lectra pour la feuille de route 2020-2022 reste centrée sur la montée en puissance de l'usine 4.0, avec en particulier la dynamique croissante de l'offre personnalisable dans la mode, au prix du prêt-à-porter.

LECTRA : Lectra réaffirme son engagement aux côtés de Faurecia

20/02/2020 | 18:07

La division Seating du leader technologique de l'industrie automobile a effectué une acquisition stratégique en se dotant du Vector Automotive iP6

Paris, le 20 février 2020 – Lectra s'engage depuis longtemps aux côtés de Faurecia, leader technologique mondial de l'industrie automobile, et vient de le prouver une nouvelle fois. A l'issue d'une période d'évaluation de trois mois en conditions réelles, les excellents résultats obtenus par sa solution de découpe du tissu sans aucune zone tampon ont convaincu l'équipementier d'acquérir un Vector[®] Automotive iP6.

La croissance enregistrée par son usine de fabrication de sièges automobiles située à Tâlmaciu, en Roumanie, a incité l'entreprise à optimiser sa consommation de matière en améliorant ses processus de salle de coupe. Il s'agit là d'un choix stratégique, car le site produit des jeux de sièges pour des constructeurs allemands haut de gamme avec des matériaux de rembourrage de grande qualité et relativement coûteux.

Compte tenu des résultats extrêmement concluants de la période d'essai, Faurecia a donc souhaité acquérir sans plus attendre le Vector Automotive iP6, tout en poursuivant sa collaboration avec Lectra afin de maximiser encore ses gains matière. Dans le cadre de l'amélioration de son excellence opérationnelle, l'entreprise souhaite désormais optimiser sa consommation de matière pour des textiles plus complexes sur le plan technique.

Lancée en septembre 2019, la série Vector Automotive iP est la première solution de découpe du tissu et du vinyle sans aucune zone tampon disponible sur le marché. Lectra a développé cette technologie pour répondre aux problématiques de coûts auxquelles sont confrontés ses clients automobiles : en optimisant la consommation de matière et la qualité de coupe, elle offre aux équipementiers un avantage clé et contribue à accroître leur chiffre d'affaires.

Un contrôle permanent en temps réel, associé à une lame spécialement conçue, leur garantissent une précision absolue de la découpe qui les aide à réaliser chaque année d'importants gains matière. En effet, les solutions Vector Automotive iP6 et iP9 sont équipées de Vector Dashboard, une application Cloud qui permet aux utilisateurs de suivre chaque équipement au quotidien, à l'aide d'indicateurs clés de performance.

Lectra et Faurecia travaillent ensemble depuis maintenant 10 ans et l'équipementier dispose déjà d'une large gamme de Vector à travers le monde. Depuis 2016, Lectra soutient également l'entreprise dans la transformation digitale de sa production, en lui fournissant des solutions adaptées à l'Industrie 4.0. « *Notre gamme Vector Automotive iP a été conçue pour répondre aux problématiques de coûts d'équipementiers automobiles comme Faurecia, en optimisant la qualité et les temps de production* », explique Céline Choussy, Directrice Marketing et Communication, Lectra. « *Faurecia fait confiance à notre expertise dans le secteur automobile depuis maintenant de nombreuses années et nous sommes très heureux de poursuivre notre collaboration.* »

À propos de Faurecia

Fondée en 1997, Faurecia est devenue un acteur majeur de l'industrie automobile à l'échelle internationale. Présente dans 37 pays, l'entreprise compte 122 000 employés et près de 300 sites, dont 35 centres de R&D, et occupe une place de leader mondial dans ses quatre secteurs d'activité : Seating, Interiors, Clarion Electronics et Clean Mobility. En matière de technologies, Faurecia a également axé sa stratégie sur le développement de solutions dédiées au « Cockpit du Futur » et à la « Mobilité durable ». Le Groupe a enregistré un chiffre d'affaires de 17,5 milliards d'euros en 2018 et est coté sur le marché réglementé d'Euronext Paris, ainsi qu'au CAC Next 20.

Pour plus d'informations, visitez www.faurecia.com

À propos de Lectra

Pour les entreprises qui insufflent la vie à nos dressings, intérieurs de voitures, meubles et plus, Lectra façonne des technologies premium qui facilitent la transformation digitale de leur industrie. Son offre donne aux marques, aux fabricants et aux distributeurs les moyens de leurs ambitions, du design à la production, mais aussi la reconnaissance et la sérénité qu'ils méritent. Fondée en 1973, Lectra dispose de 34 filiales à l'international et sert ses clients dans plus de 100 pays. Forte de près de 1 800 collaborateurs, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de 280 millions d'euros en 2019 et est cotée sur Euronext (LSS).

Pour plus d'informations, visitez www.lectra.com

® Vector est une marque déposée de Lectra.

Les Echos

Vendredi, 14 Février 2020

Velcorex relance le filage du lin

- Le groupe alsacien entend reconquérir la transformation de ce matériau noble dont le traitement est depuis deux décennies réalisé en Chine.
- Une première ligne de vêtements est exposée au Salon des professionnels de la mode Première Vision, qui se tient jusqu'à aujourd'hui, à Paris.

Pascale Braun —Correspondante à Metz



Sept machines à filer le lin fonctionnent à plein régime dans les ateliers de l'entreprise Emanuel Lang, à Hirsingue (Haut-Rhin). Photo Velcorex

Depuis janvier dernier, elles tournent comme des horloges ! Mises en service en Irlande voilà un quart de siècle, déplacées en Grande-Bretagne, revendues en Hongrie, démontées, puis remontées fin 2019, sept machines à filer le lin fonctionnent à plein régime dans les ateliers de l'entreprise Emanuel Lang, à Hirsingue (Haut-Rhin). Capables de produire chaque année 150 tonnes de fibres, elles symbolisent l'espoir d'une reprise de la transformation du lin en France. La production hexagonale, qui s'élève à 110.000 tonnes par an, est pour l'heure exportée à 80 % en Chine, le solde partant dans les pays de l'Est. Ce matériau noble est réimporté une fois filé. Une floraison d'idées Président du groupe Velcorex, qui compte quatre sociétés textiles alsaciennes totalisant 150 salariés pour 32 millions d'euros de chiffre d'affaires, Pierre Schmitt voit dans ses nouvelles installations un énorme potentiel. « En un mois, nous avons assisté à une floraison d'idées. Alors même que le fil de lin n'avait connu aucune amélioration depuis vingt-cinq ans, nous avons accueilli des chercheurs et des experts emballés par cette nouvelle matière, preuve que l'innovation a besoin des usines », assure le dirigeant. Pierre Schmitt expose au Salon des professionnels de la mode Première Vision, qui se tient jusqu'à

aujourd'hui à Paris, une première ligne de jeans, vestes et chemises en lin 100 % made in France. Elle sera vendue au printemps dans sa boutique Matières de France, ouverte l'an dernier à Colmar. Velcorex présentera également une gamme complète de tissus homme et femme. Des jeunes créateurs français envisagent d'ores et déjà des mariages audacieux entre le lin et la laine, le Kevlar ou la soie. A une cinquantaine de kilomètres d'Hirsingue, la société NSC Schlumberger, basée à Guebwiller, suit avec un grand intérêt les projets de Velcorex. Leader mondial des machines textiles longues, le groupe alsacien, qui emploie 230 salariés pour 40 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019, a fabriqué voilà un quart de siècle les machines d'Emanuel Lang. Il ne compte pas relancer dans l'immédiat les machines à filer le lin, mais développe déjà, sur la plateforme d'Hirsingue, des procédés de préparation de la matière qui rendent le lin plus respirant et moins froissable. « Le projet de Velcorex induit un changement de business model qui consiste à engranger de la valeur ajoutée à toutes les étapes de la production, plutôt que de faire jouer la concurrence au sein d'une filière morcelée. De fait, les pays très développés ont intérêt à réintégrer leur savoir-faire », salue Olivier Demangeat, chef du service propriété industrielle et innovation chez NSC Schlumberger.

L'Europe prête à rencontrer la demande asiatique

Le petit monde du lin a mis au point d'une norme ISO et se fixe l'objectif d'atteindre 1 % du textile mondial dans dix ans, contre 0,4 % aujourd'hui.

Le vêtement 100 % lin ne gratte pas ! Si c'est le cas, c'est qu'il est mélangé à une fibre cousine, comme la ramie, une variété d'ortie. Cette expérience a conforté Marie-Emmanuelle Belzung, directrice de la Confédération européenne du lin et du chanvre (CELC), dans la nécessité de « mettre au point une méthode incontestable pour standardiser l'analyse de tissus en lin ». Sept ans de travail collaboratif avec six laboratoires ont débouché sur la décision de recourir au microscope électronique à balayage, puis sur l'obtention de la certification ISO Standard 20706-1:2019. Celle-ci a été présentée au deuxième World Linen Forum, le 10 février, à Paris.

« Cette norme ISO est un nouvel outil qui va permettre aux entreprises et à leurs laboratoires de garantir que leur étiquetage lin est correct », a annoncé Bart Depourcq, président de la CELC. « Ceux qui trichent ne pourront plus tricher ! », s'enthousiasme Philippe Pianko, spécialiste parisien du vêtement en lin avec la marque Zyga. « Nos clients, les chaînes de magasins, veulent des certificats attestant que leurs vêtements en

lin sont bien 100 % lin. Nous ne pouvons jusqu'à présent certifier le 100 % lin. Nous allons maintenant tester chaque lot de nouveaux tissus pour notre propre marque et nos clients » ajoute-t-il.

Cette norme ISO vient compléter la certification de traçabilité « European flax » (« flax » signifie fibre de lin en anglais). Celle-ci garantit que le lin a été cultivé en Europe de l'Ouest et chaque étape de transformation est audité par l'organisme indépendant Bureau Veritas.

Le lin est produit à 85 % sur une bande côtière tempérée et arrosée allant de Caen à Amsterdam.

La particularité du lin est qu'il est produit à 85 % sur une bande côtière tempérée et arrosée allant de Caen à Amsterdam en passant par le Calvados, l'Eure et la Seine-Maritime. Cette spécificité conduit la filière à s'inscrire dans une démarche d'identification géographique protégée (IGP), mais le sujet n'est pas mûr aujourd'hui, selon la Confédération. Le petit secteur du lin, qui ne représente que 0,4 % du textile mondial, est confronté à une problématique de forte croissance. Entre l'émergence d'une demande

intérieure indienne et chinoise pour ces tissus haut de gamme, l'arrivée de produits en lin lavé plus faciles d'entretien que le lin classique et l'intérêt du consommateur pour une culture « naturellement durable » (peu de produits phytosanitaires et d'irrigation), la filière estime qu'elle peut viser une part de marché de 1 % dans dix ans.

Une augmentation du prix de 50 % depuis 2013

« Le marché indien du lin va connaître une croissance de 8 à 10 % par an au cours des prochaines années », a indiqué Thomas Varghese, président de l'association des manufacturiers indiens du lin, lors du World Linen Forum. Les producteurs de fibre de lin, les transformateurs, filateurs, tisseurs, la confection et les grandes marques étaient présents à cet événement, comme Raymond, le leader indien du prêt-à-porter masculin indien, ou Linen Club, le précurseur du lin en Inde. Alors que le prix de la fibre de lin a augmenté de 50 % depuis 2013, Thomas Varghese met les Européens en garde : « Pour atteindre cette croissance en Inde, nous avons besoin de fibres de lin de qualité à un prix compétitif. »

En Europe, la croissance de la demande a de quoi faire tourner les têtes. Les agriculteurs ont accru leurs surfaces de 91 % depuis 2013 et

la production de fibres a augmenté de 75 %. « Attention au retournement de conjoncture si la consommation ralentit », alerte Guillaume Hemeryck, président de Terre de Lin, le premier acteur européen, installé à Saint-Pierre-le-Viger (Seine-Maritime), qui réalise 200 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 300 salariés. Alimentées par 650 producteurs, ses 6 unités de teillage (qui extraient la fibre de la paille de lin) fournissent des filateurs chinois, indiens et européens de l'Est. Le chef d'entreprise a été échaudé par les promesses du « lin industriel », dont les volumes restent, selon lui, « anecdotiques ». — C. G.

« Nos clients, les chaînes de magasins, veulent des certificats attestant que leurs vêtements en lin sont bien 100 % lin. »

PHILIPPE PIANKO
Spécialiste parisien
du vêtement en lin
avec la marque Zyga

En Normandie, deux entreprises investissent dans l'extraction de la fibre

La Coopérative de Teillage de Lin du Neubourg et le groupe Depestele investissent dans de nouvelles unités d'extraction de fibres. Leurs clients sont les filateurs chinois, indiens et européens

Claire Garnier — Correspondante à Rouen

Le nerf de la guerre, c'est le teillage. Cette opération industrielle consiste à extraire de façon mécanique les fibres de lin de l'enveloppe externe de la tige, après l'étape de la transformation naturelle de la plante débarrassée de son écorce. Il est réalisé au plus près des zones de culture, sur un arc entre Caen et Amsterdam, par 23 entreprises en France. Confrontés à une demande croissante, certains décident d'augmenter leurs capacités de production à l'image de la Coopérative de Teillage de Lin de Neubourg, située à Crosville-laVieille (Eure). A la tête de quatre lignes de production, la coopérative, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 37 millions d'euros en 2019 et emploie 92 salariés, va construire en 2021 un bâtiment contenant deux nouvelles lignes de teillage. Un investissement de 13 millions d'euros avec une vingtaine de recrutements à la clé. « Nous croyons en la croissance du marché final sur le moyen et le long terme », explique Pascal Prévost, le président de la coopérative. Preuve de leur confiance en l'avenir, les 450 agriculteurs adhérents viennent de voter à l'unanimité l'augmentation de capital social de la coopérative, soit un accroissement de 70 %. S'il pointe le « risque d'un accroissement trop rapide des surfaces cultivées en lin » dans une période où les prix sont rémunérateurs, Pascal Prévost compte sur « l'effet régulateur du teillage » en raison de la spécificité de ses équipements et de ses métiers. Rien ne se perd « Entre les agriculteurs qui augmentent leurs surfaces et les clients filateurs, l'entonnoir, c'est le teillage ! » résume Marc Depestele, président de la plus grosse entreprise privée de teillage – au statut non coopératif – installée au Bocasse, en Seine-Maritime, entre Rouen et Dieppe. Le groupe familial (75 millions d'euros de chiffre d'affaires, 135 salariés) a, lui aussi, prévu d'accroître sa capacité de production pour ses clients filateurs indiens, chinois et européens. Deux lignes de production vont s'ajouter aux quatre existantes, qui tournent jour et nuit, soit un investissement de 14 millions d'euros. « Nous attendons notre permis de construire pour un bâtiment à Saussay-la-Campagne, dans l'Eure », confie Marc Depestele, qui prévoit de recruter 40 salariés. Si la fibre est le cœur de métier de l'entreprise, elle investit 5,5 % de son chiffre d'affaires dans la R&D, notamment pour les renforts en fibre de lin pour l'industrie des composites. Comme rien ne se perd dans le lin, Depestele vend les « anas » – le petit bois qui sert de tige à la plante pour grandir – à des grossistes pour des écuries de chevaux.

L'entreprise de l'Orne Kiplay reçue par le couple Macron à l'Élysée pour la Fashion Week

Marc Pradal, directeur de Kiplay à Saint-Pierre-d'Entremont et président de l'Union française des industries mode et habillement, a été reçu à l'Élysée.

Publié le 27 février 2020



Emmanuel Macron et Marc Pradal. (©DR)

Le monde de la mode avait rendez-vous au Palais de l'Élysée, ce **lundi 24 février**, veille du lancement de la **Fashion Week**, qui se déroule à Paris jusqu'au 3 mars.

Parmi les invités de ce dîner prestigieux, le « **gratin de la haute couture** » : Jean-Paul Gaultier, Naomi Campbell, Anna Wintour, rédactrice en chef du magazine américain Vogue, Inès de La Fressange, ou encore Agnès Troublé, alias Agnès B.

Les convives comptaient aussi **Marc Pradal, directeur de Kiplay**, entreprise spécialisée dans le vêtement professionnel et basée à Saint-Pierre-d'Entremont ([Orne](#)), et président de l'[Union française des industries mode et habillement](#) (UFIMH). Le chef d'entreprise ornaï était invité par son ami et organisateur de la soirée, Pascal Morand, président exécutif de la [Fédération de la Haute Couture et de la Mode française](#).

Le coronavirus dans l'ombre

Organisé pour la deuxième fois à l'initiative du couple présidentiel, ce « dîner de la création et de la semaine de la mode » met à l'honneur les acteurs internationaux de l'**industrie de la mode**, à l'aube de neuf jours de défilé.

Dans l'ombre de l'événement planétaire faisant de Paris la capitale de la mode, **le coronavirus**. « La moitié des créateurs présents ne sont pas Français, cela fait de notre Fashion Week un véritable événement international, même dans cette période d'angoisse liée au coronavirus », a déclaré Emmanuel Macron lors de cette soirée, comme le relate le site [Fashion Network](#). Marc Pradal confirme :

“ « je pense que le président voulait montrer l'attractivité de Paris pour cet événement, qui génère tout de même 450 millions euros de chiffre d'affaires ».

Malgré la situation et le stress lié aux derniers préparatifs, Emmanuel Macron a appelé les convives à « partager quelques instants de détente, d'innocence et d'insouciance ».



Brigitte Macron, Marc Pradal et Pascal Morand

Parler écologie avec la secrétaire d'État

Le président de l'UFIMH a également échangé avec **Agnès Pannier-Runacher**, secrétaire d'État auprès du Ministère de l'Économie et des Finances, et particulièrement **Brune Poirson**, secrétaire d'Etat chargée de la transition écologique, qu'il avait déjà rencontrée lors d'un événement.

“ « Nous avons beaucoup discuté du made in France et de l'économie circulaire, pour augmenter les emplois et diminuer la consommation de CO2 notamment. C'est un discours qui lui va très bien puisque son but est de redynamiser les territoires de façon plus durable. La Fashion Pact lancé par le gouvernement vise à réduire les émissions, un enjeu majeur pour le secteur, les clients sont demandeurs d'un mode de consommation durable et nous devons y répondre. »

Il n'a d'ailleurs pas hésité à prendre **le made in Saint-Pierre-d'Entremont** comme exemple : Kiplay s'engage dans le développement durable, que ce soit dans le made in France ou encore dans le recyclage. L'entreprise ornaise propose cette année à ses clients la valorisation des vêtements usagers, profitant ainsi à l'économie circulaire.

Marc Pradal a également réussi à convaincre la secrétaire d'État d'inaugurer **le Salon du Made In France**, organisé les 1^{er} et 2 avril prochains à Paris, événement dont il est partenaire. « Je l'ai aussi invité à venir visiter notre usine prochainement », ajoute Marc Pradal.

Il convie J-P Gaultier en Normandie

Lors de cette soirée, Jean-Paul Gaultier était mis à l'honneur quelques mois après l'ultime défilé de sa carrière. Marc Pradal n'a pas hésité à glisser **une nouvelle invitation au célèbre créateur**.

« Je l'ai convié à assister au défilé Mode et Habillement, organisé à l'Abbaye aux Dames en 2021. Il se souvenait très bien de ma précédente invitation, je lui ai dit que c'était important pour nos jeunes qu'il soit là », poursuit le président de l'UFIMH, dont la mission est aussi la formation auprès des jeunes.

« Une soirée grandiose »

Entre anecdotes avec le couple présidentiel, rencontre de créateurs prestigieux ou jeunes talents, et ministres, Marc Pradal retient « **une soirée grandiose** ». « Les personnes de la mode sont très prises et très bossées. On met parfois du temps à les contacter. Quand on arrive à être proche d'eux, il ne faut pas hésiter à en profiter car ils sont très ouverts à l'échange. Ce genre d'événement est aussi important pour mettre à l'honneur nos métiers », se réjouit-il.

Derrière le souvenir des paillettes et des grands noms de la mode, c'est aussi pour Marc Pradal une fierté de mettre en lumière **le savoir-faire de son entreprise familiale**.

L'UFIMH en chiffres
- 16,5 millions d'euros
- 2 500 entreprises
- 7,5 millions d'euros d'exportation
- 40 000 salariés en France



Marc Pradal et Jean-Paul Gaultier

Puériculture: Orchestra-Prémaman ferme 125 magasins

Par Le Figaro avec AFP

Publié le 17 février 2020 à 17:50, mis à jour le 18 février 2020 à 09:35

C'est un signal de plus de la crise du commerce. Le spécialiste des vêtements pour enfants et articles de puériculture Orchestra-Prémaman a annoncé lundi un vaste projet de réorganisation. Le groupe, créé en 1995, a vu son chiffre d'affaires reculer de près de 7% en 2018, puis se stabiliser en 2019 (1er mars-30 novembre, à 436,8 millions d'euros). Son résultat net est devenu négatif dès 2016. Il a été placé, le 24 septembre dernier, en procédure de sauvegarde. *«Le marché est compliqué, explique Pierre Mestre, son président. Le nombre de naissances a baissé de 9% en France en 5 ans et de 40% en Espagne en 10 ans. En outre, les mamans achètent moins de vêtements neufs et sont de plus en plus adeptes de la seconde main.»*

Pour redresser la situation, le groupe a décidé de réduire son implantation à l'international, en fermant 81 magasins, notamment en Belgique, en Espagne et en Allemagne. Environ 300 postes seront supprimés. En France, 44 magasins (sur les 304) seront fermés, car trop petits ou mal placés. *«Nous misons sur les grands formats de plus de 1 500 m². Les clientes, lorsqu'elles se rendent en magasin, recherchent une offre abondante en vêtements d'enfant, chaussures, poussettes, etc.»*, souligne Pierre Mestre. Le groupe compte aussi continuer à développer son offre *«multicanal»*, numérique et physique.

Conséquence de cette restructuration en France, qui passe également par le regroupement de la logistique dans un seul entrepôt, 159 emplois seront supprimés en net, avec un plan social. Les dirigeants espèrent un prolongement, fin mars, de la procédure de sauvegarde de 6 mois, pour avancer sur la restructuration financière.

Coronavirus: pénurie en vue dans les boutiques de prêt-à-porter

La Chine étant un fournisseur important du secteur, les entreprises françaises redoutent de ne pas recevoir à temps la dernière partie de leur collection printemps-été.

Par **Marie Bartnik**

Publié le 21 février 2020



Selon l'Institut français de la mode (IFM), les distributeurs importent de Chine 27% des vêtements vendus en France. *316394311/kasarp - stock.adobe.com*

Les rayons des magasins de prêt-à-porter ne seront peut-être pas aussi fournis que d'habitude au printemps. Les distributeurs, qui importent de Chine 27% des vêtements vendus en France selon l'Institut français de la mode (IFM), redoutent de ne pas recevoir à temps la dernière partie de leur collection printemps-été, qui doit être livrée à partir de mars avril. *«Les usines sont depuis quatre semaines ralenties ou à l'arrêt. Soit la marchandise qui devait être produite ne l'a pas été, soit elle est bloquée dans les ports, constate Laurent Thoumine, directeur chez Accenture. Pour les entreprises du secteur, l'épidémie est d'ores et déjà de nature à impacter leurs résultats.»*

Le temps de transport par bateau des vêtements produits en Chine est de quarante jours, dédouanement compris. L'alternative qui se pose donc dès maintenant aux enseignes textiles est de faire produire ailleurs ce qu'elles font actuellement fabriquer en Chine, ou de transporter les marchandises malgré tout produites par avion.

Il faut que la marchandise parte d'Asie au plus tard le 15 avril
Yohann Petiot, directeur général de l'Alliance du commerce

Dans les deux cas, les enseignes encaisseront une baisse significative de leurs marges, de l'ordre de 10% à 20%. «*Dans le cas du transport par avion, le coût est colossal et la marge est attaquée tout de suite*», selon Laurent Thoumine.

Difficile de trouver des fournisseurs alternatifs

Trouver un fournisseur alternatif n'est cependant pas chose facile. La Turquie est prise d'assaut, et ses usines sont pleines. Certaines enseignes reportent leur production vers le Bangladesh ou le Vietnam, traditionnels pays de production textile à bas coût. Mais la Chine n'est pas seulement un pays de confection. Changer de lieu de fabrication nécessite de trouver de nouveaux fournisseurs de matière première et d'accessoires. «*Or, la Chine est le pays qui dispose du plus large choix*», explique Gildas Minvielle, directeur de l'Observatoire économique de l'IFM.

La collection automne-hiver est aussi menacée. Elle se prépare habituellement en ce moment même dans les usines chinoises, pour être placée en rayon à partir du mois de juin. «*Il faut que la marchandise parte d'Asie au plus tard le 15 avril*, explique Yohann Petiot, directeur général de l'Alliance du commerce. *Et produire une collection prend un mois et demi à deux mois*». Si la production redémarre pleinement à la fin du mois de février ou début mars, il sera encore possible de livrer les enseignes d'habillement à temps, estime l'Alliance du commerce. Sinon, les clients auront moins de choix de pantalons d'hiver cet été.

Pronuptia, l'inventeur des robes de mariée abordables, ferme boutique

L'enseigne, à l'origine de la robe de mariée «prête à porter» à la fin des années 1950, avait été placée en liquidation judiciaire en septembre dernier.

Par [Valérie Collet](#) Publié le 6 février 2020



Pronuptia comptait 41 boutiques. *Crédit : Pronuptia*

Pronuptia est en noir. La marque de robes de mariée qui a fait rêver trois générations de jeunes filles avec ses froufrous immaculés de tulle, de mousseline, ses dentelles, ses perles et ses broderies, vient de fermer définitivement. Placée en liquidation judiciaire en septembre dernier, l'enseigne qui avait lancé la robe de mariée «prête à porter» à la fin des années 1950 n'a pas réussi à sortir de la spirale de l'endettement. Mardi, le tribunal de commerce de Laval a prononcé le rejet des offres de reprise et donc la fin de l'histoire.

Pronuptia (41 boutiques) est en difficulté depuis des années. En 2008 déjà, l'entreprise installée à Louverné (Mayenne) avait été placée en redressement judiciaire. Pronuptia, dont les dirigeants avaient voulu déployer les robes partout dans le monde, de la Grande-Bretagne au Portugal en passant par l'Égypte et le Chili, avait alors été reprise par Nuptialliance, propriété de la famille Macé.

En 2012, elle plongeait à nouveau en redressement judiciaire. L'année suivante, le paiement de sa dette était étalé sur dix ans. Mais la marque régulièrement célébrée par les Miss France, dont l'une des tenues était griffée Pronuptia, n'est pas parvenue à l'apurer. En septembre dernier, le président de Pronuptia, Philippe Macé, invoquait la baisse du nombre de mariages célébrés en France, la concurrence des ventes en ligne et même le mouvement des «gilets jaunes». Les 234 salariés de Pronuptia devraient prochainement recevoir leur lettre de licenciement.



Voici à quoi pourraient ressembler les vêtements du futur

Seriez-vous prêt à porter des textiles intelligents ?

L'industrie de la mode est en constante évolution. Les créateurs font preuve d'ingéniosité pour créer et imaginer les vêtements du futur. L'an dernier, lors du salon Première Vision organisé à Paris, tous les professionnels du secteur se sont rassemblés pour présenter l'une des nouvelles visions de la mode : la Fashion Tech. Grâce à des matériaux innovants et respectueux de l'environnement, la technologie peut facilement prendre part à l'innovation de la mode.

DES VETEMENTS A LA FOIS CONNECTES ET INTELLIGENTS

La technologie s'impose de plus en plus au sein de l'univers de la mode. Une nouveauté qui a vu le jour en 2010 à l'occasion du lancement des premières robes imprimées en 3D. De nouvelles créations pourraient d'ailleurs apparaître progressivement dans les boutiques de prêt-à-porter : des parkas qui twittent, des vestes avec

micro intégré ou mieux encore, des jeans intelligents qui embarquent une fonction GPS. Le Wearable ! Voici ce à quoi pourraient ressembler les vêtements du futur.



— Maurizio Pesce / [Wikipédia](#)
Robe imprimée en 3D

Il y a 10 ans, de nombreux experts ainsi que des start-up tendance avaient prédit une situation similaire. Selon eux, nos vêtements allaient se transformer en de véritables objets connectés, et ce, au plus tard en 2020. Malgré les efforts investis dans l'innovation, le pari n'a pas encore été tenu jusqu'à présent.

Les spécialistes espèrent tout de même y arriver d'ici seulement quelques années. En effet, certaines marques comme [Ralph Lauren](#) sont parvenues à relever le défi en concevant la fameuse doudoune chauffante où il est possible de régler la température via l'**appli RL**

Heat. Il ne s'agit pas encore d'un vêtement connecté au sens propre, mais le concept s'en rapproche fortement.



— Anonyme / [Wikimedia Commons](#)
Salon Première Vision Paris 2017

Actuellement, les efforts se poursuivent pour intégrer la technologie au cœur même de la mode. En tout cas, la [Première Vision Paris](#) qui s'est tenue l'an dernier au parc des expositions de Paris laisse espérer que cette décennie sera la bonne : le Fashion Tech deviendra prochainement la mode de demain.

DES VETEMENTS ECO-RESPONSABLES AUX MATERIAUX DURABLES

Face au changement climatique et à la menace qui pèse sur la nature, de plus en plus de créateurs s'engagent dans une démarche éco-

responsable en utilisant des [matériaux durables et respectueux de l'environnement](#) pour confectionner leurs nouvelles collections.



Le polyester arrive à la première place des fibres les plus polluantes pour l'environnement. Fortement exploité dans l'industrie du textile, il provient directement de la production du plastique. Le coton se trouve quant à lui à la seconde place. Même s'il est d'origine végétale, sa production exige une forte consommation d'eau, d'insecticides et d'herbicides. Selon **Water Footprint Network**, il faudrait utiliser plus de 6 000 voire jusqu'à 27 000 litres d'eau pour produire seulement 1 kg de fibre de coton. L'**Organisation mondiale de la santé** confirme même que les champs de coton représentent 25 % des surfaces cultivées dans le monde et utilisent 10 % des herbicides et 25 % des insecticides afin d'obtenir un meilleur rendement.

Face à un tel danger, les chercheurs ont décidé d'explorer toutes les possibilités pour se passer de ces matières polluantes. Certaines recherches ont abouti à des résultats encourageants : elles ont démontré l'existence des matières alternatives telles que les fibres de lait dont le résultat peut se rapprocher de la soie. On retrouve aussi dans cette liste les fibres d'ananas qui pourraient remplacer le cuir animal ainsi que les fibres d'algues associées à la cellulose pour rendre un tissu à la fois doux et infroissable. Les fibres d'eucalyptus peuvent aussi se montrer performantes ainsi que la fameuse laine de coco.

Comme quoi, dans le futur, nos vêtements seront sûrement « verts » et respectueux de l'environnement !

DES TECHNOLOGIES POUSSEES MELEES AUX SUPERTEXTILES

Initialement, afin de rendre le traitement des textiles plus efficace et toujours dans une démarche éco-responsable, des recherches ont permis à certaines étoffes de réduire leur impact environnemental et sanitaire.

Grâce à l'usage des nanomatériaux, certaines fibres sont même devenues antibactériennes ! Les scientifiques du **College of Textiles** ainsi que de l'**Institut du textile de l'université de Donghua** ont développé le meilleur textile antibactérien avec des nanogels à base de guanidine. Ils sont capables de neutraliser les bactéries contenues dans les fibres, et ce, même après une centaine de lavages.



Mais pour que les tissus résistent mieux à l'effet du temps, il faudra imaginer de meilleurs traitements. La direction scientifique de **l'Institut français du textile et de l'habillement (IFTH)** est actuellement en train de chercher des solutions plus efficaces et moins toxiques, autres que l'usage du formol, pour améliorer les niveaux de déperlance du textile.

Concernant les supermatériaux, des progrès sont en cours afin de rendre les vêtements de demain plus intelligents et plus fonctionnels. D'ici 10 ou 15 ans, on assistera très probablement à une nouvelle ère de la mode connectée qui permettra de rendre le corps humain plus résistant face aux chocs, aux températures extrêmes, aux morsures de requin ou aux attaques de squal. On se projette déjà dans l'avenir en espérant que les vêtements pourront nous protéger efficacement contre toutes les agressions extérieures.

Déjà en Australie, les magasins proposent des maillots de bain aux couleurs changeantes, un peu comme un signal d'alerte chaque fois que le corps est fortement exposé au soleil. Cette nouveauté est aussi apparue en France, même si cela reste encore un concept : le changement de couleur pourrait aussi être considéré comme un indicateur d'usure. Mais cette fois, on ne parle plus de vêtements connectés, mais de vêtements dits augmentés ou intelligents qui pourront très bien s'allier aux technologies de pointe afin de simplifier notre quotidien.

THE WOMEN BEHIND THE CLOTHES: WORKER HEALTH AND WELL-BEING IN THE INDIAN APPAREL SECTOR

BY [ROBYN RUSSELL](#) ON FEBRUARY 21, 2020

On a recent trip to Bangalore, India, I visited a garment manufacturer called Laj Exports that supplies fabric to brands like Lee, Wrangler, and Guess. Roughly 70% of the factory's workers are women, each of whom stitch, sew, cut, and package clothing items that are exported globally — some of them landing right in my own closet.

This is typical of the apparel sector in India, which employs 8 million people, more than half of whom are women.

Yet, despite these economic opportunities, women in India face numerous challenges to their health and well-being that both reflect and perpetuate the country's long standing gender inequality — from lack of quality contraception and maternal care, to malnutrition and domestic and gender-based violence. In the workplace, health challenges like these often manifest as higher turnover, reduced productivity, and absenteeism.

Factories like Laj Exports have a unique opportunity to help bridge this gap by providing critical health information and services for their female workers, thus fulfilling basic human rights while driving business returns.

In 2018, Laj Exports launched [Zalando's Life Skills for Empowering Women](#) program to do exactly that. The company joined forces with [Swasti Health Catalyst](#), a non-profit organization in India with expertise creating and implementing worker health and well-being programs, to offer women at Laj Exports information on topics ranging from hygiene, sanitation, reproductive health, and nutrition to financial planning and resources to address gender-based violence and discrimination.

What's more, the hands-on program is run by the employees themselves. At the start of the program, approximately 35 women workers were selected by factory management to be peer educators who underwent intensive training on these topics in order to disseminate the information to fellow employees and answer questions. The peer educators are recognized by their bright blue vests, making it easy for other factory workers to identify them in times of need.



Wellness facilitators in their blue vests gather for a group photo

In addition to providing its employees with health care information, the factory has an on-site clinic staffed by a nurse named Gopi, who was trained through Swasti to provide health information and services such as menstrual cramp medication, sanitary napkins, and family planning counseling, including talking through contraception options like an IUD or condoms. When I met Gopi in December – proudly standing in her crisp-white uniform inside her clinic – she had already had 15 visitors that week.

“Many women tell me how happy they are that we provide contraception. They say you don’t get this in most other factories,” said Gopi with a smile. She also meets with the wellness peer educators during their trainings to help educate them about the services available in the clinic and answer medical questions. “More women come to the clinic now after these trainings. They are aware and want my help,” she added.

Since the rollout of the wellness program and clinic, Laj Exports has seen a reduction in its employee turnover rate. While most other factories in India have a rate of 8-10%, Laj Exports only has a 5% turnover rate. General Manager of Human Resources and Compliance G.S Patil says that employee morale and factory output has increased, with the factory producing more garments than ever before. Because of this success, management plans to further build out the program: In addition to providing training on anemia, hypertension and diabetes, they will be providing reproductive health services such as cervical cancer screenings, family planning, and menstrual hygiene products in the next few months, with more robust reproductive health information training for peer educators.

“Employees’ health is our wealth...if the employees are not there, we cannot run the factory,” G.S Patil explained. “Employees are part of our family. We take care of everything for them — what they want, whatever grievance they have, that’s the main thing.”

The wellness trainings and on-site clinic at Laj Exports are ideal examples of how some businesses are setting new, people-centric standards of running their operations where good health and well-being doesn’t just benefit the workers, but the factory as a whole. Apparel companies around the world are increasingly investing in essential health and well-being programs for their workers, particularly for female workers in their global supply chains. The goal is, first and foremost, to improve the health and well-being of women workers around the world. Yet these programs also have the power to enhance worker productivity and reduce turnover — a win-win for women and for businesses alike — while adapting to growing consumer demand for ethically made and sourced products.

Through the United Nations Foundation’s [Private Sector Action on Women’s Health and Empowerment Initiative](#), my team works with leading apparel and agriculture companies that employ millions of women in their global supply chains to make the case for investing in employee health and well-being. We then connect these companies with the right organizations to develop plans to realize and reap the business benefits of this investment.



Gopi teaches a factory worker about contraception methods in her clinic using Swasti materials

By establishing a robust worker health and well-being program, Laj Exports has [joined the ranks](#) of apparel brands such as Nordstrom, Columbia Sportswear, and Inditex in investing in the health, well-being, and empowerment of their female employees. This emphasis on worker health and rights also shows how the private sector is feeding into progress on the Sustainable Development Goals (SDGs), in particular SDG 3 on health and well-being and SDG 5 on gender equality. With just 10 years to go until 2030 — the agreed upon deadline to achieve the SDGs — now is the time to connect the dots between women’s shift into the global workforce, their unmet need for essential health and empowerment information and services, and the business potential of a healthy and productive workforce.

Companies with global supply chains have an unprecedented opportunity to meet the critical health and well-being needs of women right where they are — in the workplace — and consumers have a critical role to play in wielding their buying power for a healthier, more sustainable future. So the next time you’re browsing online or shopping at a department store, I hope you’ll join me in thinking about where your clothes come from — and the women behind them.

The United Nations Foundation, together with the Bill & Melinda Gates Foundation, the UK’s Department for International Development, and Merck for Mothers*, is leading the Private Sector Action for Women’s Health and Empowerment Initiative to work with companies that have large global supply chains employing millions of women workers to improve the health and well-being of their workers. To learn more about company commitments and explore the business case for investing in workplace women’s health and empowerment, visit www.privatesectoractionforwomenshealth.com

The New Leam

Indian Textile Industry's Woes Worsen as Government Withdraws MEIS Incentives

22/02/2020



Munisha Chauhan

The government's decision to withdraw the (MEIS) with retrospective effect is likely to erode profit margins of textile players. It will also impact exports and fresh investment in the sector.



The textile industry will face a big blow as the government has made up its mind to withdraw all incentives.

The Indian government has [decided to remove the benefit of Merchandise Exports from India Scheme \(MEIS\)](#) on exports of made ups and garments with retrospective effect, that is, from March 7, 2019. Moreover, according to a government notification, the MEIS that had been granted to exporters of made-ups and garments till July 31 will also be recovered.

The government's decision has followed from a recommendation of the expenditure finance committee (EFC), which has also announced a special one-time additional ad hoc incentive of up to 1 per cent of free on board (FoB) value for exports of apparel and made-ups with a cap of ₹600 crore, to offset the difference between the new rebate on state and central taxes and levies ([RoSCTL](#)) and the previous [rebate on state levies \(RoSL\)](#) plus MEIS from March 7, 2019 to December 31, 2019.

What is the Merchandise Exports from India Scheme?

[MEIS](#) is a scrip-based incentives provided to exporters under the foreign trade policy 2015-20. These scrips could be used for payment of customs and other related duties.

The scheme is being [replaced by the WTO-compliant Remission of Duties or Taxes on Export Product \(RoDTEP\) scheme](#). MEIS was to expire from this month, but was later extended till the end of this financial year.

Industry Experts express shock and disappointment

The move has [not gone down well with the industry leaders](#). The textile industry has expressed deep shock and anguish over the withdrawal of four per cent incentive given under the Merchandise Export Incentive Scheme on made-ups and garments with retrospective effect.

They argue that government's decision to withdraw the (MEIS) with retrospective effect is likely to erode profit margins of textile players. It will also impact exports and fresh investment in the sector.

M Senthilkumar, managing director of BKS Textiles, believes that the withdrawal of MEIS with retrospective effect would erode profit margins of textile companies.

"The MEIS benefit has already been passed on to consumers. Hence, exporters would have to pay it back to the government from their profits which would have an impact on their balance sheet," Kumar added.

Expressing deep concern over the announcement, KV Srinivasan, Chairman of the Cotton Textiles Export Promotion Council, said withdrawal of MEIS with retrospective effect has caused deep crisis for exporters and has indeed come as a big shock.

"Withdrawal of 4 per cent MEIS with retrospective effect has caused an extremely serious situation for the exporters of made ups and has indeed come as a shock to the industry," said KV Srinivasan.

"Exporters of made ups are facing serious working capital problems, affecting their day-to-day business," he further added.

Exporters of cotton made ups were already passing through a tough situation financially due to the non-implementation of the [Rebate of State and Central Taxes and Levies \(RoSCTL\)](#) scheme even after its announcement 10 months ago. This scheme, announced for export of made ups and garments, is yet to be operationalised.

Also, MEIS of 4 per cent was also frozen for made ups and garments from August 1, 2019. The textiles industry also faces some pending claims under the erstwhile Rebate of State Levies (ROSL).

KV Srinivas also noted that while negotiating with the importers, Indian textile companies had already taken in account the 4 per cent MEIS incentive and RoSCTL scheme which together account for 8.2 per cent of export prices.

Therefore with the removal of MEIS benefits, exports at the prices agreed upon will become uneconomical and exporters have to bear huge losses and start defaulting on their bank loans.

Many of the exporters have also paid advance tax on their receivables as required under the Income Tax Act, which has further aggravated the problem.

Industry experts argue on what basis can the government withdraw any incentive scheme of which the benefits have been passed on to consumers.

Scrapping export benefits with retrospective effect will make the new Textile Policy unrealistic. Any changes or modification of existing benefits should be with prospective effect, he said.

KV Srinivasan has [urged the government to restore the benefit](#) of 4 per cent MEIS on exports of made ups and garments.

Indian Textile industry has been one of the worst hit in the current economic slowdown.

According to many reports, India's exports of made ups and garments have declined severely in the last one year due to the global economic slowdown.

According to the data compiled by the Directorate General of Commercial Intelligence and Statistics under the Union Ministry of Commerce and Industry, India's exports were at \$21.7 billion (Rs 1.54 trillion) for the previous year, [down over 8 per cent from \\$23.6 billion](#) in the corresponding period last year. The imports stood at \$5.5 billion this year versus \$4.6 billion last year.

"India's export of textiles and clothing were severely affected by global situations like the trade conflict of the US with China, the EU's struggle with Brexit, growing geopolitical tensions in Middle East (West Asia) and removal of the **Generalized System of Preferences (GSP)** benefits to India by the US," said KV Srinivasan, chairman, Cotton Textile Export Promotion Council (Texprocil).

With countries like Pakistan, Bangladesh, Vietnam and Turkey enjoying benefits of the generalised system of preferences with developed countries, India has been left behind. Thus, India's exports of made ups and garments became beneficial only through incentives like the MEIS.

Exporters are working against tough competition from countries like Bangladesh, Sri Lanka, Vietnam and Pakistan. This is combined by high import duties in leading export markets like the US, European Union and China.

Indian Cotton Industry has been the worst hit

The Indian [cotton-spinning sector is in dire straits and has been facing a crisis](#) not seen in the past one decade, according to an apex body representing the industry. The previous such crisis was seen in 2010-11, the textile mills association also said.

According to the Northern India Textile Mills Association (NITMA), the slowdown faced by the textiles industry has forced spinning companies to cut down their production and shut down their mills, which is resulting in huge job losses.

According to the industry body, excess spinning capacity in the country and poor demand for yarn from overseas markets has led to accumulation of yarn stocks and liquidity crisis in the industry.

The industry now seek government intervention to prevent job losses and avoid the spinning sector from turning into non-performance assets (NPAs).

21st February 2020, Pangkalan Kerinci, Indonesia

New viscose rayon facility boosts Indonesian textiles



The President of Indonesia, Joko Widodo (centre), pictured during a tour of the new Asia Pacific Rayon (APR) production facility in Pangkalan Kerinci, Riau province, Sumatra, with Anderson Tanoto, Director, RGE (left), RGE Founder and Chairman Sukanto Tanoto (centre/left), and the Minister of Industry, Agus Gumiwang Kartasasmita (right). © APR.

The President of Indonesia, Joko Widodo, today inaugurated Indonesia's largest integrated viscose rayon production facility, injecting a boost for the country's textile sector and the Indonesian Government's industrial 4.0 development strategy.

The new Asia Pacific Rayon (APR) facility is located in the same production complex as APRIL Group in Pangkalan Kerinci, Riau province, Sumatra. This co-location allows integrated operations where renewable plantation pulp supply from APRIL feeds directly to APR for viscose rayon production. The new operation represents a total investment of approximately Rp.15 trillion (USD1.1 billion). The APR facility has an annual production capacity of 240,000 tons. The inauguration ceremony included the signing of a plaque by President Widodo and the symbolic sealing by the President of an

export container with 10,190 tons of viscose rayon fibre for shipment to Turkey, one of APR's key export markets, and another 12,000 tons to Central Java.

The ceremony was also attended by the Minister of Industry, Agus Gumiwang Kartasasmita, the Minister of Trade Agus Suparmanto, the Governor of Riau, Syamsuar, RGE Founder and Chairman Sukanto Tanoto, and Anderson Tanoto, Director, RGE.

Speaking at the inauguration, President Widodo welcomed APR's investment in the development of the national textile industry. The role of the private sector was influential in driving economic growth, alongside the stimulus provided by the Government, he said. "Our garment industry should be greater than Vietnam. We already have our own raw materials here, such as viscose rayon, to support the industry," he said.

Economic Contribution

APR's business aligns with President Jokowi's vision to encourage more value-added investment in the nation and the strengthening of the national textile and textile product (TPT) industry, as set out in the Making Indonesia 4.0 Road map. In addition, the production of viscose rayon will reduce dependence on the import of textile raw materials, particularly cotton, to meet domestic demand.



APR is part of the RGE (Royal Golden Eagle) group of resource-based manufacturing companies. © APR. Agus Gumiwang Kartasasmita, Minister for Industry, said: "By optimising the availability and use of raw materials originating from Indonesia, we can boost the performance of our textile sector. This is just one of several steps we are taking to continue to improve the performance and competitiveness of the labour-intensive industry."

Basrie Kamba, Director APR, said: "The presence of APR will have a positive impact on employment and business opportunities for small and medium-sized businesses in the upstream and downstream sectors of the textiles and textile products industry. We are honoured and grateful to President Jokowi for inaugurating our new facility".

In addition to Turkey, APR's products are exported to 14 other countries including key textile centres such as Pakistan, Bangladesh, Vietnam, Brazil, and various parts of Europe. The products also support an expanding Indonesia fashion industry.

It is estimated that APR could generate foreign exchange revenues exceeding Rp1.77 trillion (USD130 million) annually, and reduce dependence on imported raw materials by about Rp2.01 trillion (USD149 million) annually.

Sustainable production

APR produces sustainable viscose rayon fibre from renewable, traceable and biodegradable raw materials. The company's raw materials are supplied by APRIL Group, which is recognised as a responsible pulp producer through national (Timber Legality Verification System) and international (Program for the Endorsement of Forest Certification/PEFC) certifications.

APR is the first viscose rayon manufacturer in Indonesia to receive the internationally recognised STeP certification from OEKO-TEX, an independent Swiss-based certification organisation, for the responsible manufacturing of viscose staple fibre.

APR has launched the 'Everything Indonesia' campaign to promote the sustainable sourcing and production of fashion from Indonesia. The aim is to support Indonesia's resurgence as a global centre for textile manufacturing and catalyse home-grown fashion design and creativity.

En Toscane, le «Chinatown» du textile est à l'arrêt

REPORTAGE -Le Coronavirus contamine l'économie et l'Italie n'est pas épargnée. À Prato, le silence de la communauté chinoise pèse sur un secteur clé qui a généré plus de 1 milliard d'euros d'exportations dans le monde entier en 2018.

Par Valérie Segond

Publié le 19 février 2020 à 17:32, mis à jour le 19 février 2020 à 17:52



Les Chinois tiennent la quasi-totalité de la confection de Prato, en Toscane, un secteur clé qui fait travailler quelque 40.000 personnes. *GIOVANNI CIPRIANO/The New York Times-REDUX-REA/GIOVANNI CIPRIANO/NYT-REDUX-REA*

Envoyée spéciale à Prato, en Italie

Trottoirs, boutiques et bars sont vides en cette mi-février dans la via Pistoiese, à Prato. D'ordinaire, on se bouscule dans cette «petite Wenzhou» de Toscane (Italie). Mais difficile aujourd'hui de deviner que nous sommes au cœur d'un des plus grands «Chinatown» d'Europe, où vivent «*officiellement 30.000 Chinois, sans compter les quelque 5000 clandestins*», selon Simone Mangani, conseiller municipal à la culture et à la citoyenneté.

À lire aussi : Coronavirus: des risques dans certaines industries

Désormais, les Chinois de Toscane sont invisibles. L'Internationale, via Marco Roncioni, un haut lieu historique de la cuisine chinoise toujours plein et bruyant, n'est plus qu'une boîte fermée sur un grand parking désert. Sur sa porte, s'affiche un message discret: *«Fermé du 4 au 28 février. La réouverture sera communiquée avant la fin des vacances.»* On parle encore de vacances... L'école qui forme les jeunes nés en Italie à la culture de leurs ancêtres, fermée pendant des semaines, a rouvert le 15 février. Mais *«seuls quinze élèves sur 300 sont revenus»*, reconnaît sa directrice, Liu Shan. Au temple bouddhiste de Prato, resté ouvert pour accueillir la communauté, on croise surtout les dragons flambant neufs qui devaient apporter la prospérité aux usines alentour lors des célébrations de l'année du Rat. Mais ils ont été remisés avec les festivités lorsque le coronavirus a commencé à essaimer en Chine.

Les Chinois ont peur, ils se méfient d'abord et avant tout de ceux qui pourraient être rentrés récemment du Zhejiang en étant porteurs du virus. Alors, ils restent chez eux

Claudio Vannacci, rédacteur en chef du journal local *Notizie di Prato*

Les Chinois de Prato ne seraient que 2500 à être retournés au pays pour les festivités du Nouvel An, selon les estimations recueillies par la commune auprès des chefs d'entreprise chinois. *«En fait, on ne sait pas très bien combien, car ils n'ont pas besoin de visa»*, reconnaît, prudent, Simone Mangani. Mille cinq cents d'entre eux seraient parvenus à rentrer, et au moins 500 sont restés coincés dans le Zhejiang, cette région au sud du Hubei elle aussi en quarantaine.

«25% de l'activité dépend des Chinois»

Si la communauté est presque au complet, pourquoi donc les Chinois de Prato sont-ils si invisibles? *«Ils se sont imposés une quarantaine de quatorze jours après leur retour. Plus que pour des raisons sanitaires, c'était pour ne pas susciter de rejet des habitants»*, juge Simone Mangani. Pourtant, le phénomène semble aller au-delà: *«Tous les espaces publics où les Chinois sont susceptibles de croiser d'autres Chinois, et où ils risquent d'être contaminés par le coronavirus, sont désertés»*, confirme Claudio Vannacci, rédacteur en chef du journal local *Notizie di Prato*. Lui Shan, la directrice d'école arrivée en Italie il y a vingt-cinq ans, connaît la communauté comme sa poche et parle avec la franchise d'une Italienne: *«Les Chinois ont peur, ils se méfient d'abord et avant tout de ceux qui pourraient être rentrés récemment du Zhejiang en étant porteurs du virus. Alors, ils restent chez eux.»*

Beaucoup d'ateliers sont encore fermés car les ouvriers restent chez eux. Quant à ceux qui ont rouvert, ils travaillent peu

Aussi craint-on l'effet de cette crise sur la ville, *«dont 25% de l'activité dépend des Chinois»*, selon Simone Mangani. Car ce sont eux qui tiennent la quasi-totalité de la confection de la province, un

secteur clé qui fait travailler quelque 40.000 personnes et a généré plus de 1 milliard d'euros d'exportations dans le monde entier en 2018. Les Chinois sont bien au cœur du modèle toscan. *«Alors que l'activité devrait reprendre ces jours-ci à plein régime pour commencer la production automne-hiver jusqu'en août, l'activité est quasi à l'arrêt, et nous ne nous attendons pas à ce que cela redémarre rapidement»*, s'inquiète Claudio Bettazzi, entrepreneur du textile à la tête du CNA Toscana qui compte 300 entreprises chinoises parmi ses adhérents. *«Beaucoup d'ateliers sont encore fermés car les ouvriers restent chez eux, dit Liu Shan. Quant à ceux qui ont rouvert, ils travaillent peu.»*

Silence dans la communauté

Les show-rooms du Pronto Moda, qui organisent la production auprès des petits façonniers spécialisés du Distretto pour produire en un temps record, ont aujourd'hui fort peu de visiteurs, car les acheteurs aussi ont déserté. Effet du virus? La patronne chinoise d'un grossiste nie d'un mouvement de la tête: *«Nous sommes entre la saison automne-hiver et printemps-été»*, dit-elle. Son local regorge de fripes. Mais le mot d'ordre est respecté: silence sur le virus.

Si, pour le moment, à Florence et à Prato, 1200 personnes rentrées de Chine sont aujourd'hui suivies par les autorités sanitaires, et qu'aucun cas de coronavirus n'a été détecté, le silence de la communauté inquiète le chef du département de la prévention du service sanitaire de Toscane, Renzo Berti: *«Le risque est que si un Chinois découvre qu'il est peut-être contaminé, il n'alerte pas les services sanitaires, ou qu'il aille se faire soigner par de la médecine chinoise.»*



Le textile-habillement du Maroc en 2019 : une année médiocre !

17 février 2020

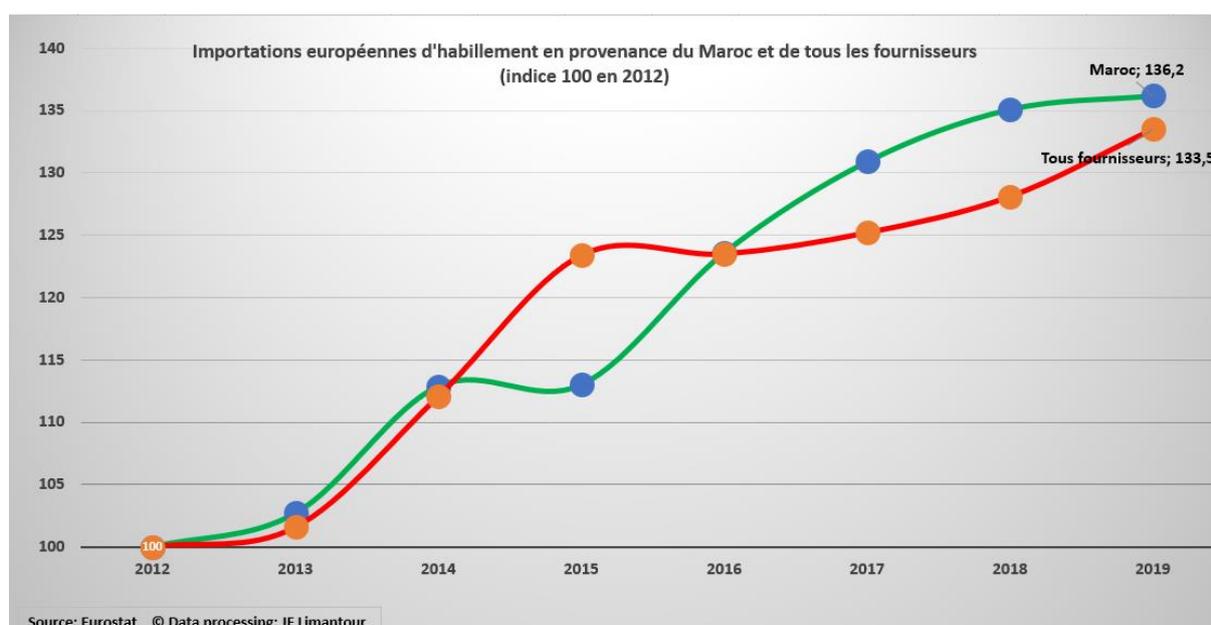
2019 restera dans les annales comme une année médiocre pour les exportations de textile-habillement du Maroc. Elles n'ont en effet augmenté que de 0,7 % pour atteindre 3,003 milliards d'euros alors que celles de l'ensemble des fournisseurs de l'Union européenne progressaient de 3,7 %.

Pour les seules exportations marocaines d'habillement, le contraste est encore plus apparent : Elles n'ont progressé que de 0,8 % pour atteindre 2,757 milliards d'euros alors que celles de l'ensemble des fournisseurs ont augmenté de 4,2 % pour atteindre 87,9 milliards d'euros.

En conséquence, la part du Maroc dans les importations totales européennes d'habillement tombe de 3,2 % en 2017 et 2018 à 3,1 % en 2019.

Le décrochage du Maroc par rapport au trend général des importations européennes d'habillement était déjà apparent au premier semestre 2019. Mais il n'était alors que léger et les exportations marocaines conservaient une solide croissance de 3,9 %.

Par contre, elles ont carrément chuté au cours du second semestre, reculant de 2,1 % alors que les importations de toutes origines restaient orientées à la hausse (+2,2 %)



Pour les exportations marocaines d'habillement, l'année 2019 marque donc plus qu'une inflexion, une véritable rupture par rapport à leur belle évolution des années précédentes au cours desquelles elles avaient progressé plus vite que celles de l'ensemble des fournisseurs mondiaux de l'Union européenne et permis au Maroc de renforcer sa part de marché en Europe.

Le phénomène est-il accidentel ou traduit-il l'amorce d'une perte de compétitivité du Maroc ? Des éléments statistiques plus précis disponibles prochainement permettront d'y répondre et d'en identifier les causes profondes.

Quoi qu'il en soit, à l'heure où de nombreux pays concurrents se lancent résolument dans des politiques industrielles 4.0 de compétitivité globale et de valorisation de leurs offres de produits et de services, les dirigeants professionnels et publics seraient avisés de s'interroger sur l'évolution des performances du secteur pour se tourner vers des options stratégiques nouvelles, ambitieuses, volontaristes et porteuses d'avenir.

Jean-François Limantour
16 février 2019

Fès: Pourquoi le textile va mal

Par Youness SAAD ALAMI | Edition N°:5699 Le 17/02/2020 | Partager     

Perte d'emplois et reconversion dans le secteur informel

+ Aides à l'export et révision de l'ALE... parmi les doléances

Les textiliens de la ville de Fès lancent un appel de détresse. «Notre secteur est vital pour la capitale spirituelle, pourtant il ne reçoit aucun appui des responsables de la ville», déplore Mouhsine Idrissi, président de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (Amith-Fès-Meknès). L'occasion de cette sortie est le dernier débat «houleux» entre le ministre (RNI) de l'Industrie, Moulay Hafid Elalamy, et le député PJD, par ailleurs maire de Fès, Driss El Azami El Idrissi.

«Pourquoi les Conseils régional et communal ont accordé une prime à l'emploi aux multinationales et pas aux entreprises marocaines?» s'interroge le patron de l'Amith. Parlant de «deux poids, deux mesures», ce textilien alerte «quant à la perte d'emplois dans le secteur, la menace des masters franchises étrangères sur les commerces des quartiers Saâda, Narjisse, et la médina entre autres, ou encore l'état de délabrement avancé des ZI». Décryptage.

■ «Une situation alarmante qui n'inquiète personne»

La vocation textile de la ville de Fès est depuis longtemps établie. «Malheureusement, les handicaps sont nombreux mais ne semblent inquiéter personne», regrette Mouhsine Idrissi, le nouveau président de l'Amith-Fès-Meknès. Selon lui, «cette branche compte une quarantaine d'unités industrielles qui emploient quelque 18.000 ouvriers (plus de 40.000 auparavant)». A noter que les postes perdus profitent à un redéploiement dans le secteur informel (plus de 50.000 postes). En effet, des ateliers clandestins ont poussé comme des champignons dans les quatre coins de la ville. «Aux quartiers Ben Debbab, Sahb El Ouard, Bab Ftouh, Marja et Ouled Tayeb, des locaux, voire même des immeubles, sans aucune condition de sécurité, emploient des centaines de personnes dans le textile et cuir», rapporte notre source. Leurs productions sont écoulées sur le marché local dans des commerces situés dans des quartiers populaires à Fès, Casablanca, Rabat et autres. «Ces ateliers confectionnent quotidiennement 50.000 pièces dont des pyjamas, survêtements, pulls... bref, du prêt-à-porter bon marché (50 DH/pièce)», explique Idrissi. Et d'ajouter: «Cette reconversion dans l'informel est favorisée par le manque d'appui aux "vrais" industriels, l'absence d'une prime pour le transport et la logistique, et le manque de séduction».

■ Le textilien accuse, le maire rétorque

«Que le maire de Fès affirme au Parlement que les unités de textile nécessitent une restructuration et que les opérateurs manquent de savoir managérial, c'est qu'il ignore totalement la réalité de la ville qu'il dirige», inflige le président de l'Amith. Et de poursuivre: «La mairie devait financer la mise à niveau des quartiers industriels, offrir une prime à l'emploi pour les opérateurs nationaux au même titre que celle offerte aux multinationales et une subvention du coût du transport, car les entreprises exportatrices implantées à Fès ne peuvent supporter à jamais les surcoûts liés à la logistique». Ce à quoi répond le maire PJD Driss El Azami El Idrissi: «J'ai demandé des mesures incitatives pour le secteur du textile à l'instar de ce qui est prévu pour l'automobile et l'aéronautique dans le cadre du plan d'accélération industrielle». A ceux qui laissent entendre que le PJD défend les intérêts de la Turquie dans le cadre de l'ALE, il corrige: «Je suis député au Parlement marocain et je défends les intérêts du Maroc». «Pas du tout convaincant», le président de l'Association des textiliens, souligne que «le maire de Fès pourrait faire mieux, en proposant des programmes d'aide aux entreprises de textile et une prime à l'export. Ceci, s'il voulait préserver les emplois (formels) et fructifier l'industrie...». Et de rappeler à juste titre que «El Azami est leader du PJD, le parti qui dirige le gouvernement!».

■ Les masters franchises turques menacent l'économie

«Avec deux augmentations du Smig et l'appréciation du dirham face à l'euro, le Maroc est devenu cher par rapport à ses concurrents», estime Idrissi. Avec une masse salariale qui absorbe 80% de leurs CA, plusieurs unités de textile ont fermé durant les trois dernières années. Les magasins du prêt-à-porter ne sont pas mieux lotis. Dans le quartier Saâda, comme au boulevard Mohammed V, et dans les centres commerciaux, l'ouverture des masters franchises turques (LC Waikiki, Kiabi, Defacto, Gorena, Flo...) a «tué les autres commerces», conteste le président de l'Amith. Résultat: plusieurs magasins ont mis la clé sous le paillason, laissant derrière eux des impayés d'impôt et une économie en lambeaux. Pour redresser la barre, les textiliens s'alignent sur le projet défendu par Moulay Hafid Elalamy. «Il faut revoir notre accord de libre-échange (ALE) avec la Turquie dans l'intérêt de l'économie nationale», réitèrent-ils, regrettant le déficit, de l'ordre de deux milliards de DH, qu'enregistre la balance commerciale du Maroc avec la Turquie, ainsi que la perte de milliers d'emplois dans le secteur du textile pour cause de cet ALE: de 14.000 enregistrés en 2014, jusqu'à 44.000 en 2019.

Alors que le redéploiement de l'ex-Cotef en zone industrielle (ZI) connaît un engouement, le président de l'Amith appelle les responsables de la ville à «construire les murs de clôture, nettoyer les accès et alentours de l'ancien fleuron du textile pour accueillir les investisseurs potentiels dans de meilleures conditions». En attendant, certaines parcelles de l'ex-Cotef ont été transformées en une véritable décharge publique, comme le montre la photo de L'Economiste, prise hier.

«L'ex-Cotef: Un dépotoir»!



Par ailleurs, des voix s'élèvent demandant la lutte contre la spéculation dans les ZI, au nombre de cinq. En fait, les terrains censés encourager les initiatives «font l'objet d'une spéculation abusive qui annule leur avantage», affirment des industriels de la ZI d'Aïn Chkef.

Dans cette zone, les bénéficiaires de terrains sont tenus de respecter les prescriptions contenues dans le cahier des charges et notamment celles relatives au délai de réalisation de l'investissement. Des conditions qui ne sont jamais respectées. Faute de quoi, il faut leur retirer les terrains pour servir les «vrais industriels».

De notre correspondant permanent, Youness SAAD ALAMI

ALE Maroc-Turquie : comment renverser la vapeur ?

Par Wiam Markhouss, Le 22 Fév, 2020

LA TURQUIE A ACCEPTE UNE REVISION DE FOND DE L'ACCORD ET LES NEGOCIATIONS VONT DEMARRER PROCHAINEMENT. LES ACCORDS SIGNES AVEC L'UE OU LES ETATS-UNIS SOUVENT DECRIES SONT BEL ET BIEN RENTABLES POUR LE MAROC. LA CHAINE DES SUPERMARCHES BIM EST EGALEMENT CONCERNEE, ELLE DOIT SE FOURNIR POUR 50% DE SES PRODUITS AU MAROC.

Un déficit de la balance commerciale Maroc-Turquie de 19 milliards de DH, des pertes d'emplois en dizaines de milliers, notamment dans le textile, des importations en évolution continue de vêtements, de tapis, de produits d'hygiène, d'agro-alimentaire..., le ras-le-bol de l'Amith qui a demandé au ministère de l'industrie, du commerce, des nouvelles technologies et du commerce numérique le rétablissement des droits de douane sur les importations de textile turc. Résultat: depuis le 1er janvier 2020, des droits d'importation de 30% sont imposés sur les produits finis textile en provenance de Turquie. Ces événements ont sans doute contribué au déclenchement de la rencontre d'affaires maroco-turque début janvier entre Moulay Hafid Elalamy, ministre de l'industrie, et la ministre turque du commerce extérieur. L'objectif est de trouver de nouvelles pistes de coopération et surtout préparer la révision de l'Accord de libre-échange entre le Maroc et la Turquie entré en vigueur en 2006. Le Maroc veut un échange commercial plus équilibré, volumineux et qualitatif entre les deux pays. Les décideurs nationaux espèrent également attirer des investisseurs turcs dans l'industrie et auraient même élaboré une liste de produits marocains exportables vers ce pays, à condition de réduire les barrières non tarifaires. A-t-on réellement les reins solides afin d'arrêter cette hémorragie et renverser la vapeur ? Les récents événements ont confirmé que oui. La Turquie a, en effet, été réduite à accepter, après «un vif débat» et c'est le moins que l'on puisse dire, de revoir l'accord de libre-échange selon les conditions posées par le Maroc. Le Royaume a exigé une solution qui ne porte pas atteinte à ses intérêts, faute de quoi l'accord sera «résilié unilatéralement». Le Maroc ne demande pas l'impossible, le principe d'accords asymétriques est bien entériné par l'OMC. Aujourd'hui, et selon une correspondance datant du 6 février, la Turquie affirme au ministère du commerce et de l'industrie qu'elle accepte le principe des listes négatives et qu'elle est prête à engager des investissements conséquents au Maroc. Les détails de cette nouvelle entente seront négociés dans les jours ou les semaines à venir, indique le ministre qui souligne toutefois que le Maroc prendra son temps pour bien négocier la nouvelle mouture de l'accord.

Un tissu industriel qui ne cesse de gagner en compétitivité

N'en déplaise à certains professionnels marocains, ayant longtemps tiré profit de leur fructueuse collaboration avec les industriels et hommes d'affaires turcs, qui prétendent le contraire, le tissu industriel marocain est bien capable, même à l'état actuel, de servir raisonnablement le marché local. Le cas du textile, souvent donné en exemple, est éloquent. On estime, ainsi, que «le Maroc ne dispose pas aujourd'hui d'une capacité de production structurée et forte capable de fournir le marché local. Et pour cause, les

chaînes de production actuelles tournent déjà à plein régime pour la sous-traitance. Il faudra donc implanter des usines, renforcer l'amont à travers la création de nouvelles entreprises de tissage et filature et créer des marques marocaines fortes», déclare ce professionnel. Pour lui, l'imposition de droits de douane sur les exportations de textile turc était une erreur. «Le Maroc aurait dû imposer un quota de fabrication au niveau local. Dans ce cas, les Turcs auraient investi dans des unités de production pour consolider leurs parts dans le marché marocain au lieu d'importer du Bangladesh. Finalement, le renchérissement des produits turcs ouvrirait le marché local vers des marques européennes ou chinoises», déclare ce connaisseur. Avancer de tels propos, c'est méconnaître la réalité du secteur. Le ministre vient de confirmer, encore une fois devant le Parlement dans le cadre d'une séance de questions orales, que, certes, le secteur a perdu beaucoup d'emplois ces dernières années (11000 emplois perdus dans le secteur en 2014, 24000 en 2015, 35 000 en 2016 et 44 000 en 2017). La situation n'allait pas continuer ainsi. Surtout que pendant ce temps, 90 magasins turcs de prêt-à-porter sont installés au Maroc. Plus de 80% des vêtements vendus dans les 30 magasins de la marque low cost LC Waikiki implantés au Maroc sont fabriqués au Bangladesh. La marque serait le premier donneur d'ordre dans le textile au Bangladesh. C'est le prêt-à-porter à forte valeur ajoutée qui est fabriqué dans les usines turques. Pour Hakim Marrakchi, vice-président de l'Asmex et PDG de Maghreb Industries, la production marocaine est en passe d'évoluer vers plus de compétitivité. «Il faudrait améliorer la productivité et, pour cela, nous avons besoin de formation de meilleure qualité. Le coût du travail et de l'énergie doivent baisser. Notre code de travail est d'inspiration protectionniste alors que l'entreprise marocaine est aujourd'hui ouverte à la concurrence internationale, contrairement à la situation qui prévalait dans les années 1970 et 80. Aujourd'hui, moins de 600 entreprises marocaines exportent régulièrement. Et ce nombre inclut les entreprises de services. Nous avons perdu énormément d'industries et les emplois qui vont avec, dans tous les domaines, dans l'agro-alimentaire, comme les conserves, dans la chimie et la cosmétique et dans le textile...», constate M. Marrakchi. Même les multinationales qui exploitaient des usines au Maroc ont soit plié bagages ou fermé des unités de production (cas de Mondelez qui a fermé deux usines pour en garder une seule et Unilever dont l'usine de détergents est en arrêt d'activité au Maroc). Aujourd'hui, une partie des produits de base consommés localement sont importés.

60 commerces ferment à chaque ouverture d'un magasin BIM

L'exemple de la chaîne de magasins turcs BIM (498 points de vente dans tout le Royaume) est révélateur. Booster à coup de subventions de l'Etat turc, la chaîne tue le commerce local. Selon les chiffres avancés par la ministre, chaque implantation d'un magasin BIM dans un quartier entraîne la fermeture de 60 commerces de proximité. En contrepartie, la chaîne n'offre aucune plus-value pour l'économie nationale. Depuis son implantation en 2009, elle refuse de se fournir chez les producteurs locaux, prétextant que le volume de vente ne justifie pas une production locale. Les produits d'hygiène, une bonne partie des produits agro-alimentaires, sans compter les offres de la semaine (ustensiles de cuisines, petit électroménager, linge de maison...) vendus chez BIM sont fabriqués en Turquie. Cela ne doit plus continuer, insiste le ministre qui affirme avoir convoqué le directeur de la chaîne et exigé qu'au moins 50% des produits vendus dans ses magasins soient produits au Maroc. A défaut, il sera procédé à la fermeture de ces magasins. Or, là encore les Turcs ont décidé de faire le dos rond. Ainsi, «après avoir atteint la taille critique de 498 magasins, les investisseurs turcs promettent désormais de négocier avec les autorités marocaines une implantation d'usines au Maroc, notamment pour fournir les points de vente BIM et éventuellement les enseignes de grande distribution marocaines. Avec une main-d'œuvre payée au SMIG, le secret reste

l'optimisation des achats de matières premières», déclare un professionnel. Outre la production locale de textile et de produits de base, pour réduire la pression qu'ils subissent de la part des autorités marocaines, les Turcs promettent de faire bénéficier le Maroc de leur know-how, acquis auprès des Allemands, dans l'industrie automobile ou l'électroménager. «Plusieurs équipementiers internationaux sont certes installés au Maroc mais il me semble que l'industrie automobile turque est plus intégrée que la nôtre», déclare M. Marrakchi. Ce qui est normal, puisque la Turquie a bénéficié déjà en 1947 du Plan Marshall avec une enveloppe de 225 millions de dollars. La Turquie, devenue membre de l'OTAN en 1952, a également pu drainer, très tôt, d'importants investissements étrangers, particulièrement européens et notamment allemands. Ce qui a permis, plus tard, le décollage de son industrie. Autre point fort des Turcs : le nationalisme et la couverture, à travers l'industrie locale, de tous les biens de consommation dans tous les segments.

Le PAI stimule l'industrialisation du pays

«L'industrie textile turque a même créé une marque de prêt-à-porter haut de gamme nommée Vakko qui ambitionne d'atteindre le niveau des grandes marques françaises et italiennes afin d'encourager les Turcs à privilégier leurs marques nationales dans la haute couture. A l'export, les Turcs gagnent des appels d'offres internationaux face aux géants asiatiques. Et ce, grâce aux subventions publiques et à leur flexibilité et leur système de SMIG régional. Les produits à haute valeur ajoutée étaient fabriqués à Istanbul où les salaires et le coût de la vie sont élevés. Les produits low cost et accessibles étaient fabriqués au centre du pays à Adana ou ailleurs», remarque un manager. Le modèle de production turc destiné au marché local et à l'export est susceptible d'être dupliqué au Maroc, à condition que l'Etat aide à la création et à l'appui de grandes entreprises marocaines.

«L'Etat doit ouvrir de grands chantiers et pousser les industriels à fournir le marché local et l'Afrique. Nous avons longtemps considéré, à tort, le marché marocain comme un marché de premier prix alors qu'il privilégie le bon rapport qualité-prix. D'où le succès des produits turcs. Il existe une classe moyenne marocaine composée de cadres, de banquiers et de fonctionnaires qui préfèrent les produits de qualité de préférence marocains. Il faut créer de la valeur ajoutée au Maroc, encourager la création de l'emploi et changer les mentalités afin de consommer le Made in Morocco, car finalement le produit importé enrichit le pays exportateur et crée de l'emploi ailleurs», insiste notre source. C'est exactement, entre autres objectifs, la finalité du Plan d'accélération industriel. Le PAI reflète, en effet, une vision étatique globale dans le domaine. En ce sens, trois premiers écosystèmes pour le secteur du textile et de l'habillement, pour les filières denim, fast-fashion et distributeurs industriels de marques nationales, ont été lancés, effectivement en 2015. Initiative qui commence aujourd'hui à porter ses fruits. Dans le secteur du textile il va sans dire que l'ambition de ce plan est la création d'industries locales à haute valeur ajoutée et de marques marocaines fortes, orientées marché local et export, ce qui est la clé de réussite pour la création d'un modèle industriel qui peut rivaliser non seulement avec les Turcs, mais aussi avec bien d'autres pays industrialisés.

Pourquoi la Turquie ?

Pourquoi c'est uniquement l'ALE avec la Turquie qui est visé alors que le Maroc a signé des accords similaires avec de nombreux pays, dont l'UE et les Etats-Unis ? C'est la question que se posent plusieurs personnes, principalement du PJD et ce pour des raisons connues de tous, à chaque fois que le gouvernement évoque ce problème. Cela d'autant, soutient-on, que dans pratiquement tous ces accords, le Maroc est déficitaire. Laissant ces calculs d'épicer de côté, le ministre a tenu à clarifier la situation. Citant une étude réalisée par son département, M. Elalamy a indiqué, lors de la séance des questions orales, lundi 10 février, que les accords de libre-échange avec les Etats-Unis, l'Europe et la Turquie enregistrent un «déficit manifeste», certes.

Mais au fond, la question est tout autre.

Le ministre a, ainsi, souligné :

Le déficit avec l'UE se situe entre 75 et 78 MMDH par an.

L'importation de carburant représente à elle seule plus de 20 MMDH.

Le Maroc importe de l'UE des voitures pour l'équivalent de 18 MMDH, tandis qu'il exporte vers l'Europe des voitures pour 60 MMDH.

L'investissement de l'UE s'élève à plus de 71% du volume des investissements étrangers au Maroc.

Le soutien apporté par les pays européens au Maroc c'est 1,4 milliard d'euros entre 2014 et 2020. La relation commerciale entre le Maroc et l'Europe est donc «rentable».

Concernant l'accord de libre-échange avec les Etats-Unis :

Le déficit s'élève à 20 MMDH.

Nous importons pour 15 MMDH d'hydrocarbures. Le Maroc importe pour 3,5 MMDH des avions Boeing, le Royaume ne fabrique pas encore des avions à 100%, mais il les fabrique déjà à hauteur de 32% (il lui manque encore les 68%)

Les investissements des Etats-Unis au Maroc représentent 6% du total des investissements étrangers.

L'aide américaine destinée au Maroc atteint 1,2 milliard de dollars.

Dans le cas de l'ALE avec la Turquie :

Le déficit frôle les 19 MMDH

Nous n'importons pas d'hydrocarbures de ce pays L'investissement turc représente moins de 1% alors que la Turquie investit plus de 5 milliards de dollars dans des pays de la région (5,4 milliards de dollars en Algérie par exemple).

Naturellement, la Turquie n'accorde aucune aide publique au Maroc. En tout cas à l'Etat marocain.



Accord de libre-échange Maroc Turquie

Le marché mondial de l'habillement va progresser de 3,9 % par an d'ici 2025

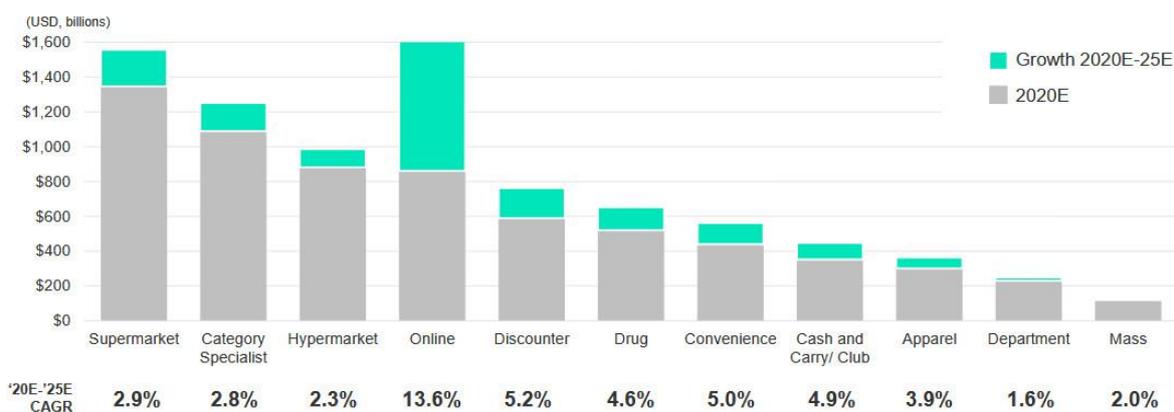
Spécialiste de l'analyse de marché et de prospective, Kantar vient de livrer ses prédictions et tendances pour le marché du retail à horizon 2025, après avoir analysé les performances de 1 500 des plus grands distributeurs mondiaux, tous secteurs confondus. Concernant l'habillement, le marché mondial devrait enregistrer une progression de 3,9 % chaque année d'ici 2025, et donc croître de 64 milliards de dollars au total en cinq ans.



Absent en France, le groupe américain TJX regroupe 7 enseignes et totalise 4 300 magasins sur trois continents. - TJX

Selon Kantar, cette croissance sera générée pour près de la moitié par cinq grands acteurs : le japonais [Fast Retailing](#) (Uniqlo), l'espagnol [Inditex](#), le suédois H&M et les américains [TJX](#) et Old Navy. Au global, le marché mondial de la distribution de mode est évalué en 2020 à environ 300 milliards de dollars. Un montant qui pourrait atteindre près de 360 milliards en 2025.

Si l'on revient à une analyse globale du retail mondial (hypermarchés, enseignes, discounters...), il apparaît que ce marché va atteindre 6 700 milliards de dollars de ventes en 2020, soit une progression de 4,8 % en un an, portée par le e-commerce qui bondira de 15,7 % cette année pour atteindre 861 milliards de dollars. C'est bel et bien le canal web qui va mener la croissance à l'avenir : les ventes online, qui comptent aujourd'hui pour 12,1 % des ventes au détail dans le monde, devraient ainsi augmenter quatre fois plus vite que les transactions physiques d'ici 5 ans. La barre des 1 000 milliards de dollars de chiffre d'affaires généré en ligne sera franchie en 2021, et ce montant atteindra 1 600 milliards en 2025, selon les projections de Kantar.



KANTAR

Source: Kantar; values based on Kantar Retail IQ global coverage of retail chains

Les taux de croissance (en vert) reflètent l'évolution des priorités des acheteurs. (ventes mondiales par secteurs) - Kantar

Sur le plan régional, la croissance de l'activité retail augmentera plus vite dans la zone Asie-Pacifique (+8,6 %), qu'en Amérique du Nord (+3,9 %) ou en Europe (+3,8 %). L'américain [Walmart](#) devrait conserver sa place de premier retailer mondial en 2025, selon Kantar, devant son compatriote Amazon qui réduira l'écart entre eux deux. Le Chinois JD.com devrait quant à lui, afficher la plus forte croissance du panel et s'inviter sur la troisième marche du podium dans cinq ans.

Sept points clés à observer

Étayant ses projections, Kantar soulève sept points-clés quant aux tendances retail à observer. L'un d'eux désigne la région Asie-Pacifique, qui affiche la plus forte proportion de ventes en ligne (19 %), comme une source d'inspiration pour les géants du retail, car elle abrite des *business model* basés sur la data et privilégiant le mobile. "Le potentiel de croissance ne se limite pas à la Chine, des marchés comme l'Inde et l'Indonésie leur offrant de nouvelles opportunités, grâce à l'extension de géants tels qu'Alibaba, et de nouveaux acteurs innovants comme Flipkart et des retailers spécialisés dans les livraisons express comme Grab".

Pour les distributeurs et les marques, un autre sujet prend de l'ampleur et peut être source de complications : il s'agit du commerce transfrontalier, bouleversé par les pratiques des e-commerçants. "Alors qu'Alibaba et Amazon apportent une simplification, le commerce transfrontalier va perturber la politique de fixation des prix, la gestion des

stocks et créer des zones d'ombre dans les cadres législatifs", met en garde Kantar, qui a également ciblé comme macro-tendance à suivre de près le sujet des marges, de la visibilité, de l'accessibilité, du sens et enfin de la pertinence.

Pollution : la planète est devenue la première victime de l'industrie textile

Un secteur pollueur massif, gaspilleur de ressources, le tout accompagné de conditions de travail indignes, symbolise la mondialisation incontrôlée.

Par [Martine Valo](#) Publié le 25 février 2020

« *Pas de mode sur une planète morte.* » Samedi 15 février, à Londres, les défilés de la Fashion Week ont rencontré les pancartes hostiles d'Extinction Rebellion. La colossale industrie du vêtement est devenue une des cibles récurrentes de ces militants écologistes.

Si pour beaucoup, il demeure synonyme de séduction et de créativité, le secteur fait, pour d'autres, de plus en plus figure d'emblème de la mondialisation incontrôlée, de pollueur massif, de gaspilleur de ressources naturelles, le tout accompagné de conditions de travail indignes. Au nom de la protection de l'environnement, le Conseil suédois de la mode avait déjà annulé la fashion week de Stockholm en juillet 2019.

La semaine de la mode féminine, qui se tient à Paris jusqu'au 3 mars, se présente sous de meilleurs auspices. Néanmoins, les entreprises françaises sont, elles aussi, amenées à réagir sous la pression grandissante des consommateurs, face à une planète qui donne des signes d'épuisement.

La « petite » robe et autre achat impulsif du même ordre relèvent de l'illusion : il n'y a rien de « petit » dans le textile, tout y est démesuré. Au moins 130 milliards de vêtements sont vendus chaque année pour habiller, très inégalement, 7,7 milliards d'individus. Or, cette industrie émet 2 % des émissions globales de gaz à effet de serre, davantage que les transports maritime et aérien réunis, selon des estimations de la Fondation Ellen MacArthur. Cette dernière a publié [un rapport qui a fait date en 2017](#), avec le soutien de la Fondation C&A, de H&M et de Nike.

L'effondrement du Rana Plaza, en avril 2013 au Bangladesh – qui avait causé la mort de 1 138 personnes parmi les travailleurs des ateliers de couture –, a été un révélateur. En France, il a conduit à l'adoption en 2017 d'une loi sur le devoir de vigilance des grands groupes vis-à-vis des pratiques sociales et environnementales de leurs fournisseurs. Chaque 24 avril, le mouvement Fashion Revolution commémore ce drame dans plus d'une centaine de pays, à coups de vide-dressing, de défilés de mode éthique et de cours de couture.

Au rythme actuel, la filière pourrait peser plus du quart du budget carbone de la planète d'ici à 2050. Sous la poussée des nouvelles classes moyennes, la tendance mondiale s'envole. De surcroît, nous achetons et nous laissons de plus en plus vite (nos vêtements sont portés 36 % moins longtemps qu'il y a quinze ans). Dans le monde, chaque seconde, l'équivalent d'un camion de textiles atterrit dans une décharge ou un incinérateur.

Des milliards de tonnes de particules

La production a plus que doublé depuis l'an 2000, selon une estimation de l'ONG Greenpeace. Pour sa part, l'[Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie \(Ademe\)](#), dans son analyse de la *fast fashion*, la mode à durée de vie courte pour les marchés de masse, rapporte que le secteur consommerait 4 % de l'eau potable disponible sur Terre (derrière le blé et le riz) et polluerait un cinquième des eaux de surface. Les champs de coton conventionnels sont extrêmement dépendants de l'irrigation, au point d'avoir asséché la mer d'Aral en Asie centrale, le quatrième plus grand lac du monde jusqu'en 1960. Le coton est aussi très gourmand en pesticides (20 % de la consommation totale) et d'engrais (4 % de l'azote et du phosphore). Quant aux fibres synthétiques, qui représentent près des deux tiers des matières premières, elles viennent d'une ressource non renouvelable, le pétrole. Lorsqu'ils sont lavés ou mis en décharge, ces vêtements relâchent des centaines de milliards de tonnes de particules de Nylon, polyester, acrylique... qui finiront dans l'océan.

La production a l'impact le plus fort sur l'environnement, mais l'étape du tissage est également source de pollution. Les fabricants enduisent les fils de graisse ou de cire afin qu'ils se cassent moins dans les machines puis les lavent à grande eau. Toutes sortes de produits chimiques, métaux lourds, solvants chlorés, acides, entrant dans le traitement et la teinture des tissus, finissent, eux aussi, dans la nature. Il faut inclure encore les impacts du transport d'un pays à l'autre, des emballages, d'autres matières premières : latex, nacre, bambou, eucalyptus ou hêtre composant du Lyocell et de la viscose. Sans oublier les atteintes au bien-être des animaux qui fournissent la laine, le cuir, la fourrure, dont plusieurs grandes villes américaines, à l'instar de San Francisco, ont récemment interdit la vente.

Des problématiques finissent par se poser aux marques

Jusqu'à quand faudra-t-il consacrer des terres arables supplémentaires aux impératifs de la mode ? Toutes ces problématiques finissent par se poser aux marques. Certaines commencent à mesurer que dans leurs chaînes de valeur, les marges de progrès sont immenses. « *Nous avons réduit nos émissions de gaz à effet de serre de 36 % entre 2015 et 2018*, annonce, de son côté, Marie-Claire Daveu, directrice du développement durable de Kering (qui regroupe Saint Laurent, Gucci, Balenciaga et quelques autres). *En janvier 2017, nous nous sommes engagés à rendre notre approvisionnement en matières premières plus transparent. Nous en sommes à 88 % de traçabilité.* »

Au Grand Palais, à Paris, le 30 janvier, à l'occasion du salon ChangeNOW qu'il soutient, le groupe de luxe a livré un premier bilan de ses efforts, souvent accomplis avec des start-up ou des associations pour, par exemple, restaurer la forêt après une extraction d'or en Guyane ou aider à lutter contre la désertification des steppes de Mongolie dévastées par des troupeaux de chèvres cachemires grâce à l'agroécologie. M^{me} Daveu compte beaucoup sur les mesures de compensation et sur l'innovation technologique pour atteindre des objectifs de développement durable aux « *premiers résultats déjà très prometteurs* ».

Réchauffement climatique, biodiversité, protection des océans : voilà les thèmes d'action du Fashion Pact préparé par François-Henri Pinault, PDG de Kering, à la demande d'Emmanuel Macron et présenté au G7 à Biarritz en août 2019. Une soixantaine d'entreprises représentant

plus de 250 marques l'ont signé : Adidas, Carrefour, Chanel, Inditex (Zara), Kiabi, H&M, Ralph Lauren... Un premier bilan de leur travail est annoncé pour septembre.

« *On peut passer son temps à soupçonner de greenwashing les entreprises qui s'engagent, pourtant elles ont intérêt à ce que cela avance car les réactions des consommateurs sont déterminantes dans ce secteur* », défend-on au cabinet de Brune Poirson. La secrétaire d'Etat auprès de la ministre de la transition écologique a défendu cette coalition mondiale au dernier Forum de Davos : « *les chefs d'entreprise présents, tous concurrents, écarquillaient les yeux. Mais les consommateurs aussi commencent à ouvrir des yeux ronds devant le déferlement des collections renouvelées tous les quinze jours !* », dit-on à son cabinet. Le magazine *Vogue Italia* de janvier a décidé, au nom de l'environnement, de troquer ses photos de modèles prises dans toutes sortes de paradis exotiques par des illustrations plus économes.

« Faire de la France le laboratoire de la mode durable »

Brune Poirson, qui affirme vouloir « *faire de la France le laboratoire de la mode durable* », a fait inscrire dans la loi sur l'économie circulaire du 10 février, la lutte contre le gaspillage de produits non alimentaires. Le 11 février, elle réunissait les acteurs du textile pour leur présenter son projet d'affichage des critères environnementaux afin d'identifier les vêtements les plus responsables. Ce dernier fonctionne néanmoins sur la base du volontariat.

A l'inverse de la tendance mondiale, le marché est en recul en France depuis 2007, conséquence des difficultés économiques ou résultat d'une prise de conscience écologique ? « *La décroissance est déjà là* », juge Jean-Christophe Garbino, PDG du groupe qui chapeaute les principales enseignes détenues par la famille Mulliez (Pimkie, Brice, Jules). Selon l'Institut français de la mode, 42 % des Français ont déclaré avoir acquis moins de vêtements en 2019 que l'année précédente et presque autant (40 %) avaient alors opté pour de la mode de seconde main.



Baisse du travail forcé et du travail des enfants dans les champs de coton d'Ouzbékistan

Selon un nouveau rapport de l'OIT, les autorités d'Ouzbékistan n'ont pas eu recours de manière systématique et méthodique au travail des enfants et au travail forcé pendant la campagne de production de coton en 2019.

Actualité | 5 février 2020



TASHKENT, Ouzbékistan (OIT Infos) – L'utilisation systématique et méthodique du travail des enfants et du travail forcé dans l'industrie du coton d'Ouzbékistan a pris fin, selon [un nouveau rapport de l'Organisation internationale du Travail \(OIT\)](#).

Rédigé pour la Banque mondiale, ce rapport montre que le pays fait des progrès significatifs à propos des droits fondamentaux au travail dans les champs de coton. L'utilisation systématique du travail des enfants a été éradiquée et le travail des enfants n'est plus désormais une préoccupation majeure. Plus de 94 pour cent des travailleurs qui ont pris part à la récolte du coton en 2019 l'ont fait librement et il a été mis totalement fin au recrutement systématique des étudiants, des enseignants, des médecins et des infirmières.

En 2019, 102000 cueilleurs étaient considérés comme se trouvant dans une situation de travail forcé, soit un nombre qui correspond à une baisse de 40 pour cent par rapport à 2018. Toutefois, le recrutement contraint de personnels d'institutions et d'agences publiques ainsi que d'entreprises persiste encore au niveau local.

Les salaires des personnes prenant part à la cueillette ont augmenté en suivant les recommandations de l'OIT et de la Banque mondiale. L'OIT recommande de nouvelles augmentations ainsi que l'amélioration des conditions de travail afin d'attirer des cueilleurs supplémentaires. En 2019, une majorité de cueilleurs a indiqué que les conditions de travail (par exemple, le transport, la nourriture, l'hygiène et l'accès à l'eau) avaient progressé par rapport à l'année précédente.

L'OIT surveille la récolte du coton en relation avec le travail des enfants depuis 2013. En 2015, suite à un accord avec la Banque mondiale, ce travail a été étendu à la fois au travail des enfants et au travail forcé. Pour la première fois, en 2019, le mécanisme de surveillance par une tierce partie (TPM) de l'OIT a été confié à des activistes indépendants de la société civile d'Ouzbékistan qui ont été formés à utiliser la méthodologie de l'OIT. Ces activistes ont affirmé qu'ils avaient pu effectuer la surveillance sans aucune ingérence.



«Cette année, nous avons observé plusieurs améliorations», déclare Elena Urlaeva, défenseuse des droits de la personne et veillant à leur respect. «Le ministère de l'Emploi et des Relations de travail a encouragé la société civile à exercer son sens critique. On nous a fourni des badges officiels pour que nous puissions les montrer aux responsables locaux si l'on nous demandait ce que nous faisons. Ce fut très utile. L'autre bonne nouvelle, c'est que notre groupe de défenseurs des droits de la personne a grandi. Nous avons été rejoints cette année par plusieurs jeunes et c'est encourageant.»

«Le travail forcé est quelque chose de totalement inacceptable et il n'a pas sa place de nos jours en Ouzbékistan», déclare Tanzila Narbaeva, présidente du Sénat d'Ouzbékistan. «Nous avons encore du travail à accomplir mais nous sommes encouragés par le fait que les réformes produisent des résultats si positifs. 2020 constitue une année importante pour nous car nous allons poursuivre la modernisation de notre agriculture et renforcer la gouvernance du marché du travail. Ainsi, nous avons récemment décidé de la criminalisation du travail forcé, ce qui – nous l'espérons – va s'avérer dissuasif. Nous souhaitons poursuivre notre coopération avec l'OIT, la Banque mondiale et la société civile pour continuer à faire des progrès dans ce domaine.»

“

Le travail forcé est quelque chose de totalement inacceptable et il n'a pas sa place de nos jours en Ouzbékistan.»

Tanzila Narbaeva, présidente du Sénat d'Ouzbékistan

Les efforts de l'Etat afin de faire appliquer les lois se sont également intensifiés en 2019. Ainsi, le nombre d'inspecteurs du travail a doublé, passant de 200 à 400, et 1282 cas de travail forcé ont fait l'objet d'une enquête. 259 personnes – responsables gouvernementaux, directeurs de diverses organisations ainsi que différents dirigeants – ont été condamnées pour violation des lois sur le travail forcé durant la récolte 2019, généralement à des amendes qui ont également été multipliées par dix par rapport à 2018. En janvier 2020, le président de l'Ouzbékistan, Shavkat Mirziyoyev, a signé une nouvelle loi qui criminalise le travail forcé.

«La communauté internationale doit soutenir ces réformes», estime Heinz Koller, sous-directeur général et directeur régional de l'OIT pour l'Europe et l'Asie centrale. «Des investissements internationaux responsables peuvent encourager à s'éloigner d'un système économique désuet et basé sur la planification centrale, et à veiller au respect des normes internationales du travail. Je salue également les efforts méritoires du gouvernement et des partenaires sociaux pour la mise en place du programme national pour le travail décent. L'OIT continuera à fournir une assistance technique en 2020 et au-delà.»

Le rapport [*Third-party monitoring of measures against child labour and forced labour during the 2019 cotton harvest in Uzbekistan*](#) (*Mécanisme de surveillance par une tierce partie des mesures contre le recours au travail des enfants et au travail forcé pendant la récolte du coton 2019 en Ouzbékistan*) est basé sur plus de 7000 entretiens en tête à tête et impromptus avec un échantillon représentatif des 1,75 million de cueilleurs de coton du pays.

Le [projet TPM de l'OIT](#) est financé par un fonds d'affectation multi-donateurs mis en place par la Banque mondiale et alimenté par des contributions importantes de l'Union européenne, des Etats-Unis, de la Suisse et de l'agence allemande de développement GIZ.

* Le travail forcé fait référence à des situations dans lesquelles les personnes sont contraintes de travailler par l'utilisation de la violence ou de l'intimidation, ou par des moyens plus subtils comme l'accumulation de dettes, la rétention des papiers d'iden

Textile-Habillement de Tunisie : une année 2019 très décevante !



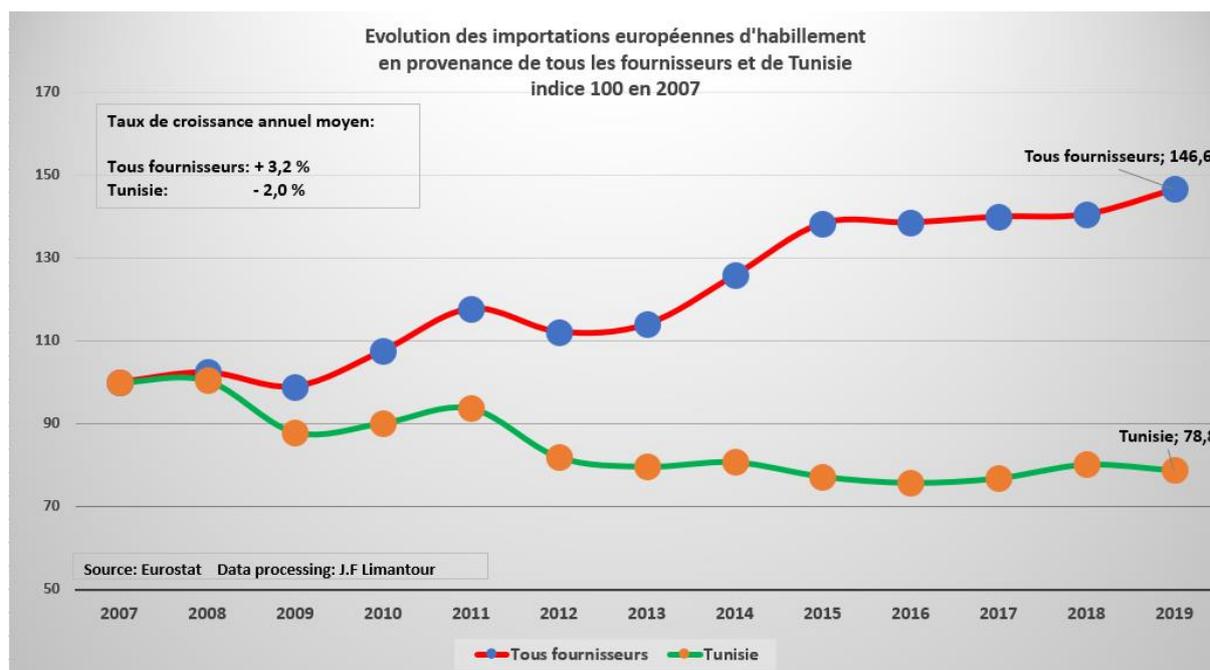
Jean-François Limantour
President of Evalliance

144 articles

Pour les exportateurs tunisiens du secteur textile-habillement, c'est à nouveau la déprime. Après une légère embellie en 2018 (+ 3,9 %), les exportations du secteur sont reparties dans le rouge en 2019 : -1,7 % pour l'habillement, à 2,02 milliards d'euros ; - 0,8 % pour l'ensemble textile-habillement, à 2,296 milliards d'euros.

Ce qui est préoccupant, ce n'est pas tellement le pourcentage de baisse mais le fait que, parmi les 20 premiers fournisseurs d'habillement de l'Union européenne, la Tunisie soit le seul pays avec la Chine à accuser une baisse de ses exportations en 2019.

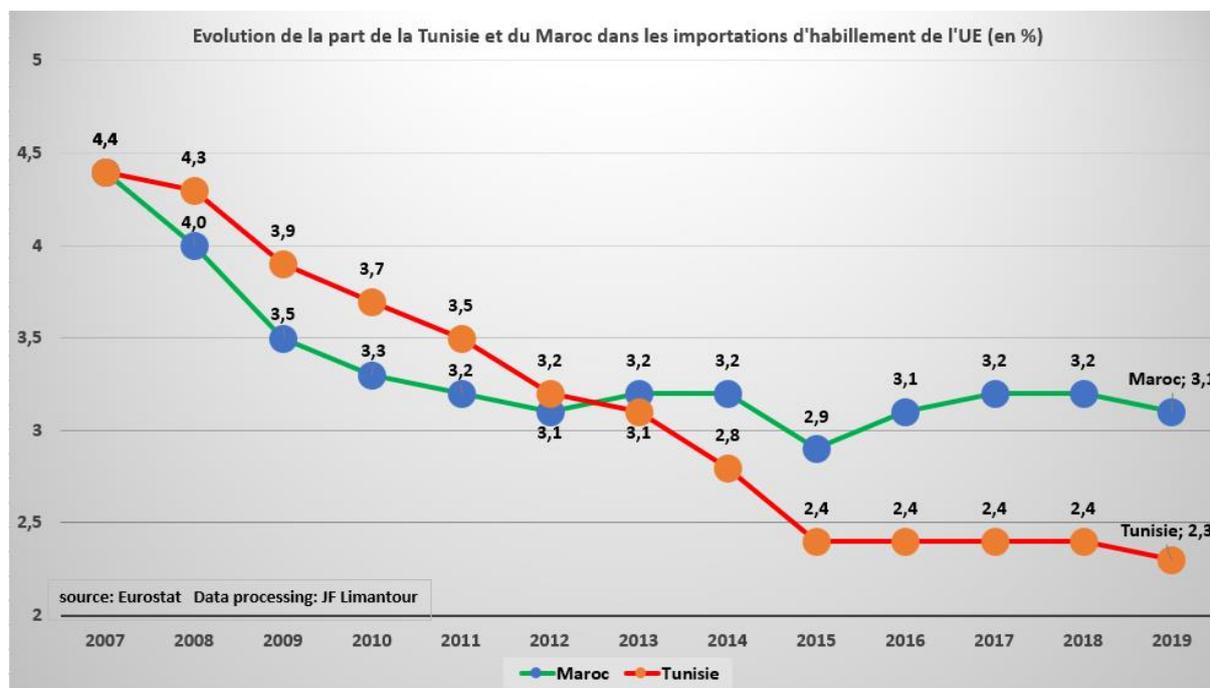
En réalité, le secteur textile-habillement tunisien connaît une situation difficile depuis plusieurs années et plus précisément depuis la « Révolution du jasmin » (janvier 2011) qui a créé dans le pays une situation socio-politique complexe et l'envoi de signaux négatifs vers les investisseurs et acheteurs internationaux. En un mot, les exportations du secteur ont divergé depuis cette époque par rapport au trend général de celles de l'ensemble des fournisseurs de l'Union européenne. Le graphique ci-dessous montre clairement l'ampleur du décrochage de la Tunisie.



La comparaison des performances à l'exportation du Maroc et de la Tunisie éclaire également sur l'ampleur du problème tunisien.

En 2007, à l'issue du processus de démantèlement des accords multifibres qui allait ouvrir totalement les frontières européennes aux producteurs asiatiques, la Tunisie et le Maroc étaient à égalité, avec chacun une part de 4,4 % des importations européennes d'habillement.

Entre 2007 et 2011, la Tunisie a mieux résisté que le Maroc à la pression concurrentielle de l'Asie.



Mais à partir de 2012, les courbes se sont croisées : le Maroc a alors retrouvé le chemin d'une relative croissance alors que la Tunisie lâchait de plus en plus prise. En 2019, la part du Maroc s'est stabilisée à 3,1 % alors que celle de la Tunisie tombait à 2,3 %. Concrètement, l'écart entre la valeur des exportations des deux pays est maintenant supérieur à 700 millions d'euros.

Dans ces conditions, l'objectif du plan sectoriel quinquennal tunisien de relance d'arriver à 4 milliards d'euros d'exportation en 2023 et de revenir parmi les 5 premiers fournisseurs de l'Europe en habillement semble très difficile à réaliser, voire totalement utopique.

Mais comme disait Guillaume d'Orange, « il n'est pas nécessaire d'espérer pour entreprendre »

La Tunisie dispose d'énormes potentialités de développement et des atouts compétitifs considérables pour figurer à nouveau dans le peloton de tête des grands pays exportateurs mondiaux d'habillement. Le secteur a toutes les capacités pour relever les grands défis à venir, ceux de la révolution technologique, de l'Intelligence Artificielle, de la mutation de la distribution et des modes de consommation vers l'e-commerce, ceux des changements climatiques et environnementaux.

Aux responsables politiques tunisiens de faire, enfin, preuve de responsabilité en faisant taire leurs divisions stériles et puérides au profit du développement économique et social du pays. Mais là, c'est encore, c'est loin d'être gagné !

Conférence à Monastir sur la textologie ou l'application des nouvelles technologies au textile écologique

📅 13 Fév 2020 | 11:25 📖 ECONOMIE, Tunisie



Textologie est une conférence organisée par le club textile ING.ENIM portant sur le thème : «Application des nouvelles technologies au service du textile écologique». Elle se tiendra le 20 février 2020 à l'Ecole nationale d'ingénieurs de Monastir (Enim).

Textologie réunira des élèves ingénieurs, des professeurs, des chercheurs et des industriels du secteur textile, pour débattre des problèmes écologiques et des solutions technologiques à adopter, pour minimiser les impacts environnementaux.

La première partie de la journée comportera 2 recherches, la première sur le transfert technologique dans le textile présentée par Riadh Zouari, et la deuxième, sur la teinture écologique que présentera Sondes Guargoubi.

La deuxième demi-journée du programme sera consacrée à un panel de discussions sur l'expérience des industriels tunisiens dans le développement de leurs domaines d'application en textile, par la mise en place de nouvelles pratiques écologiques et innovantes.

Des ateliers suivront cette séance, ainsi que des rencontres B2S entre le côté académique et le côté professionnel.

Publié le 5 février 2020

La dépréciation de la Livre dope artificiellement la compétitivité du secteur textile turc !



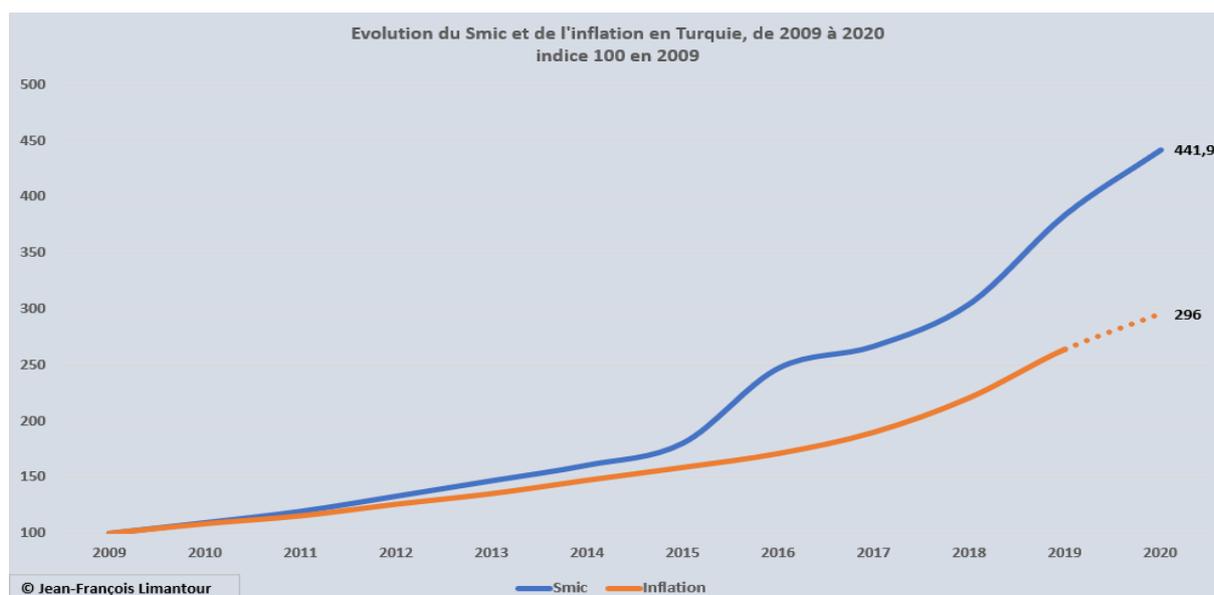
Jean-François Limantour
President of Evalliance

140 articles

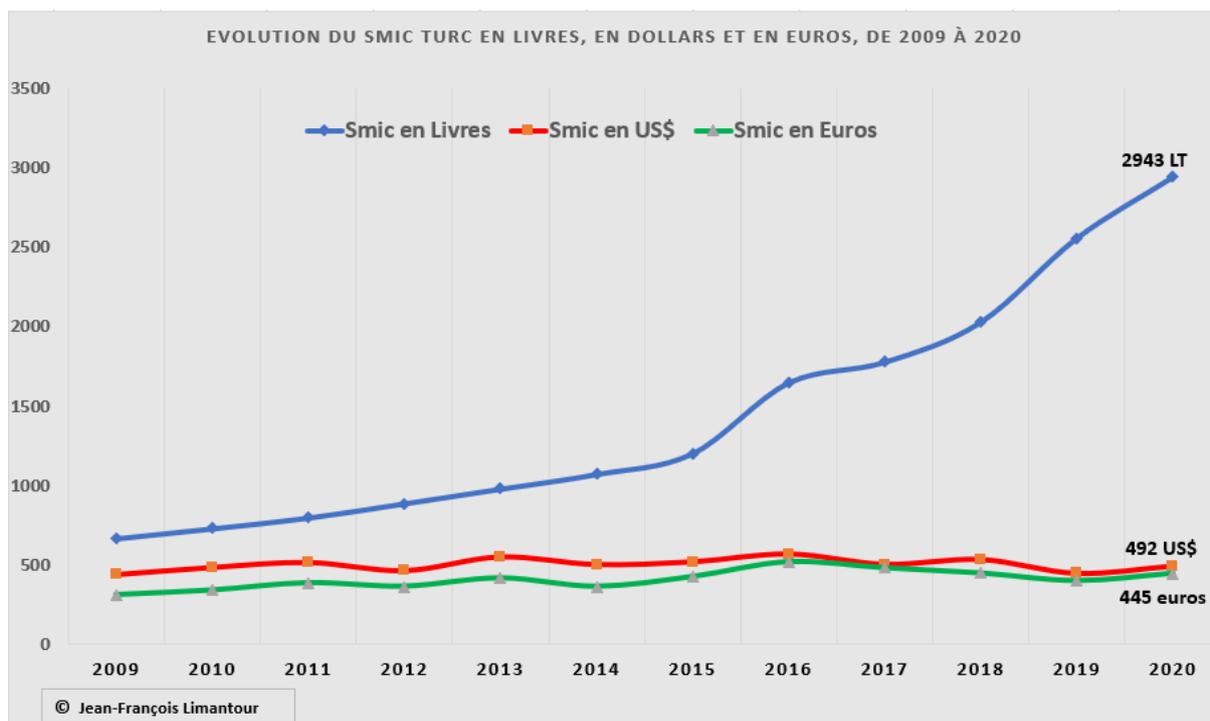
En 2019, les exportations textile-habillement de la Turquie vers l'Union européenne ont dépassé 15 milliards d'euros. Les Turcs en sont le second fournisseur de textile (5 milliards €) et le troisième fournisseur en habillement (10,3 milliards €).

Le secteur turc a de solides arguments compétitifs : de grandes entreprises souvent intégrées, un large marché intérieur de 82 millions de consommateurs, une importante production de coton, une industrie textile amont puissante, des cadres et dirigeants de haut niveau, des structures industrielles modernes, un grand dynamisme à l'international, ...et un accord d'union douanière très avantageux permettant d'exporter à droits nuls les tissus et les vêtements turcs (voire asiatiques) vers l'UE.

Pourtant, les salaires turcs sont élevés et croissent très rapidement. Ainsi par exemple, le salaire minimum a augmenté de 342 % au cours des onze dernières années, soit une progression annuelle moyenne de 14,5 %, largement supérieure à celle des prix à la consommation. Cette année, le smic mensuel est de 2943 livres, soit 492 dollars ou 445 euros.



Mais cela ne plombe pas la compétitivité turque. Pourquoi ? Tout simplement parce que la dépréciation constante de la monnaie turque éponge la plus grande part des augmentations de coûts salariaux comme le montre le graphique ci-dessous.



Alors que le Smic turc en Livres a progressé en moyenne annuelle de 14,5 % sur la période 2009-2020, il n'a progressé en moyenne que de 1 % en dollars et que de 3,4 % en euros.

Plus qu'un grand discours, les graphiques qui suivent illustrent parfaitement la très forte dépréciation de la Livre par rapport au dollar et à l'euro depuis une dizaine d'année.

Graphique TRY en USD

8 Fév 2010 00:00 UTC - 5 Fév 2020 13:20 UTC TRY/USD close:0.16707 low:0.14377 high:0.71736



Graphique TRY en EUR

8 Fév 2010 00:00 UTC - 5 Fév 2020 13:15 UTC **TRY/EUR** close:0.15155 low:0.12611 high:0.52626



Cette dépréciation compétitive de la monnaie turque ne se limite pas à l'euro et au dollar. Elle joue également contre les monnaies de fournisseurs concurrents, par exemple le Dirham ou le Dinar tunisien (graphiques ci-dessous), affectant ainsi sévèrement la compétitivité des exportateurs marocains et tunisiens et faussant les règles d'une concurrence loyale.

Graphique TRY en MAD

8 Fév 2010 00:00 UTC - 5 Fév 2020 13:25 UTC **TRY/MAD** close:1.60922 low:1.37211 high:5.81752



Graphique TRY en TND

8 Fév 2010 00:00 UTC - 5 Fév 2020 16:43 UTC **TRY/TND** close:**0.47191** low:**0.39746** high:**0.99741**



Coronavirus pushes global textile brands toward Turkey, fueling orders

BY PINAR ÇELİK

ISTANBUL BUSINESS
FEB 27, 2020 11:49 AM GMT+3



Production of medical tubus continues in a factory in northern Turkey's Tokat province amid the spreading coronavirus epidemic. (IHA Photo)

Global textile giants turned toward Turkish ready-to-wear and textile manufacturers, fueling orders ahead of the upcoming summer season, due to the new coronavirus outbreak in China. The deadly virus has already caused various large brands to withdraw from the Chinese market and halted local production in the East Asian country.

Several brands including large-scale global brands such as Superdry, Inditex, H&M, Hermes-Otto, Debenhams and Ralph Lauren have already diverted their orders to Turkey. The country will have to increase production by doubling the shifts, especially for summer collections.

Istanbul Ready-Made Clothes and Textile Exporters Union Chairman Mustafa Gültepe said the sector is currently working at a capacity of 85%. Brands like H&M, Superdry and Inditex Group, which embodies Zara, Massimo Dutti and Bershka, all of which have a high capacity in terms of importing from Turkey, fueled the orders. With the additional orders, the sector is expected to work at full capacity, he added.

“If the orders continue in this way, we will increase the sector’s capacity,” he noted.

Also speaking on the issue, Hadi Karasu, head of the Turkish Clothing Manufacturers' Association (TGSD), stressed that many design and retail firms cannot enter the Chinese market due to the epidemic, and many others have halted production. As a result, many renowned brands initiated talks with Turkish manufacturers for the upcoming season, Karasu said.

The new virus outbreak, which is believed to have emerged in the Chinese city of Wuhan in Hubei province in late 2019, has become a pandemic. Outlining the alarming development during a briefing in Geneva, World Health Organization (WHO) Director-General Tedros Adhanom Ghebreyesus said on Tuesday that there were 2,790 cases and 44 deaths in 37 countries outside of China. The virus has so far killed more than 2,600 people and infected over 77,000 others in mainland China.

The Industry and Technology Minister Mustafa Varank said on Wednesday that the outbreak of the new coronavirus (COVID-19) created uncertainty about the global economic developments given the fact that China is an important global economic player and has a strategic position in supply chains.

“Any financial bottleneck that may occur in supply chains has the power of strongly shaking the global balances. It is also likely that the intermediate goods that are imported from China may be exported from Turkey as well which will be reflected in several sectors such as textiles,” he said.

Cleaning products along with medical masks are also products that are needed by Chinese customers. Demands for those types of products from Turkey have increased up to 40%. China's furniture importers are another sector where orders have been diverted to Turkey especially after the cancellation of two furniture fairs that were due to be held in China. The sector, which previously announced its export value as \$4.5 billion for 2020, updated it to \$5 billion due to additional orders coming from Europe.



ALE UE-Vietnam : voie royale pour la conquête du marché textile européen !

16 février 2019

Par 401 voix pour, 192 contre et 40 abstentions, le Parlement européen a approuvé le 12 février 2020 l'accord de libre-échange UE-Vietnam. Il a également approuvé l'accord de protection des investissements par 407 voix.



Une voie royale s'ouvre ainsi en faveur du Vietnam pour renforcer sa pénétration du marché européen d'habillement dont il est déjà le 6^{ème} fournisseur avec des exportations qui se sont élevées à 3,66 milliards d'euros en 2019, en progression de 9,6 % par rapport à 2018.

Quatrième exportateur mondial d'habillement après la Chine, l'Union européenne et le Bangladesh, le Vietnam dispose d'un secteur textile-habillement puissant, moderne et dynamique qui rassemble 6000 entreprises et occupe plus de 2,5 millions de salariés. Ses exportations sectorielles totales ont atteint 36 milliards de dollars en 2019, dont 14,4 milliards de dollars vers les Etats-Unis. En toutes hypothèses, elles dépasseront 40 milliards de dollars cette année !

L'accord de libre-échange entrera en vigueur rapidement, dès que le Conseil européen l'aura formellement approuvé. Il éliminera progressivement tous les tarifs douaniers, en fonction de la « sensibilité » des produits :

1. Certains produits vietnamiens pourront immédiatement être importés à droits nuls dans l'UE. Il s'agit par exemple des fils et tissus de soie, de laine, de coton, de lin, de chanvre, les fils synthétiques...ainsi que des dentelles, broderies, passementeries, tapis et revêtements de sol, des tissus imprégnés ou imperméabilisés et des étoffes à mailles.
2. Les droits de douane des maillots de bain ainsi que des vestes et blazers pour femmes et des chemisiers (selon les matières), seront supprimés en 4 ans.
3. Pour d'autres produits tels que les t-shirts, jerseys, sous-pulls, chandails, pulls, cardigans, les soutiens-gorge, les ensembles pour femmes, les robes, les jupes, les pantalons pour femmes, les vestes, blazers et pantalons dont les jeans pour hommes, etc. seront supprimés par étapes en 6 ans.
4. Enfin, pour d'autres articles tels les jeans pour femmes, la suppression des droits européens se fera en 8 ans.

Réciproquement, le Vietnam va supprimer les droits de douane jusqu'alors appliqués aux produits textiles et d'habillement en provenance de l'Union européenne.

En définitive, il n'est pas douteux que cet accord va considérablement booster les exportations vietnamiennes d'habillement vers l'Europe au détriment de certains exportateurs asiatiques comme le Cambodge, l'Inde, le Sri Lanka ou le Pakistan mais aussi méditerranéens (Turquie, Maroc, Tunisie), y compris pour des vêtements moyen/haut de gamme car le Vietnam qui n'entend pas demeurer un simple pays de sous-traitance développe actuellement une stratégie très active de valorisation de son offre de produits et de services.

D'un autre côté, le Vietnam va rapidement devenir un marché très attractif pour l'industrie textile amont européenne, le luxe ainsi que pour les constructeurs de matériels et les fournisseurs européens de nouvelles solutions technologies.

Notre association Evalliance organisera bientôt une conférence sur les enjeux et les opportunités de business liées à cet accord de libre-échange UE-Vietnam.

Jean-François Limantour
Président d'Evalliance

11/02/2020 22:19

La 4^e révolution industrielle et les applications de l'automatisation, de l'Internet des objets, des mégadonnées créent des percées pour le secteur textile du Vietnam.



Une chaîne de production moderne de la société par actions Đông Phat à Hanoi.

Photo : VNA/CVN

La 4^e révolution industrielle contribue à une réduction du nombre de travailleurs directs, promeut une productivité élevée, une amélioration des revenus des travailleurs...

En 2019, les entreprises vietnamiennes dans ce secteur ont produit plus de 2,5 millions de tonnes de fils, dont plus de 1,5 million de tonnes exportées pour une valeur plus de 4 milliards d'USD. La production de tissus a également augmenté de 6 fois, avec 2,1 milliards d'USD d'exportation, a informé Truong Van Câm, vice-président de l'Association du textile-habillement du Vietnam (VITAS).

Les influences de la 4^e révolution industrielle sur les vues et les méthodes de production sont déjà tangibles. Un exemple est Duc Quan Investment and Development JSC implantée dans la province de Thai Binh (Nord), qui a doublé sa production de fils à 17.000 tonnes par an grâce à l'application des mégadonnées.

Garment 10 Corporation JSC (Garco 10) a également utilisé le logiciel de gestion d'entreprise en ligne DIP BMS.NET pour mieux surveiller les transactions des chaînes de distribution.

D'autres compagnies membres du groupe du textile-habillement du Vietnam (Vinatex) tels que Hoa Tho Textile-Garment Joint Stock Corporation, Viêt Tiên Garment Corporation et Nhà Be Garment Corporation suivent également cette tendance.

Le directeur général de Vinatex, Lê Tiên Truong, a déclaré que les applications technologiques offrent aux travailleurs des emplois stables avec des revenus plus élevés, tout en aidant le groupe à doubler ses bénéfices.

Optimiser les acquis de la 4^e révolution industrielle est devenu une tendance inévitable. Pour cela, les ressources humaines seront un facteur décisif, a déclaré le directeur exécutif de Vinatex, Cao Huu Chiên, ajoutant que son groupe a mobilisé de différentes ressources pour la formation du personnel.

Il a fait savoir que le Premier ministre avait accepté de transformer le collège de l'industrie du textile-habillement et de la mode de Hanoï (Hanoi Industrial College for Textile, Garment and Fashion) en l'université du textile-habillement de Hanoï (Hanoi Industrial Textile Garment University), créant ainsi un important canal de formation du personnel pour ce secteur.

Le Covid-19 plombe la croissance du secteur industriel

14/02/2020 01:02

La croissance du secteur industriel du Vietnam devrait ralentir au premier trimestre 2020 en raison des impacts négatifs de l'épidémie du nouveau coronavirus (COVID-19), selon l'Office général des statistiques du Vietnam (GSO).



Une ligne de production de freins de la société japonaise Nissin Brake Vietnam Co. Ltd dans la province de Vinh Phuc. Photo : VNA/CVN

Les secteurs utilisant des matériaux importés de Chine sont gravement touchés car la Chine est un important fournisseur de matériaux et d'accessoires pour le Vietnam. Le secteur de la fabrication et de la transformation, qui représente la part du lion du secteur industriel, sera le plus durement touché.

Le GSO a déclaré que si l'épidémie est éradiquée au premier trimestre, le secteur industriel devrait croître de 2,68% par rapport à la même période de l'an dernier. Le secteur de la fabrication et de la transformation ne devrait progresser que de 2,38% au lieu de 10,47% en cas d'absence de maladie. En revanche, si la maladie persiste jusqu'à la fin du deuxième trimestre, la croissance du secteur industriel devrait atteindre près de 6,99%. Dans ce scénario, le secteur de la fabrication et de la transformation devrait augmenter de 8,51%. D'autres secteurs seront également affectés, **notamment les industries du textile et de l'habillement, du cuir et de la chaussure**. Au cours des trois premiers mois de l'année, le secteur du textile devrait croître de 1,9%, tandis que celui de l'habillement devrait se contracter de 1,5% et le secteur du cuir et de la chaussure devrait

augmenter de 0,5%. Sans le COVID-19, la croissance de ces secteurs devrait atteindre respectivement 10,5%, 7,9% et 8,5%.

La production de véhicules automobiles et de métaux pourrait également ralentir au premier trimestre en n'augmentant que de 6,9% et 5,2% respectivement. La production d'appareils électroniques, d'ordinateurs et d'appareils optiques connaîtra éventuellement une baisse de 2,3% au cours de cette période. Le GSO a proposé au gouvernement de remédier aux goulets d'étranglement afin d'accélérer la mise en œuvre des grands projets d'investissement public à l'échelle nationale, stimulant ainsi le développement socio-économique, a déclaré son directeur général Nguyễn Bích Lâm. Le gouvernement est appelé à prendre des mesures de soutien, telles que la recherche de fournisseurs alternatifs, la réduction des droits d'exportation et d'importation et les efforts visant à stimuler la consommation intérieure.

L'industrie textile fait face aux impacts du COVID-19

26/02/2020 23:11

Le COVID-19 exerce un grand impact sur les activités commerciales entre le Vietnam et la Chine, affectant grandement les entreprises exportatrices, dont celles du secteur du textile-habillement, de la chaussure et du cuir.



- *En 2020, le Vietnam vise un chiffre d'affaires à l'exportation de produits textile-habillement d'environ 42 milliards d'USD.*
- Photo : VNA/CVN

En 2020, le Vietnam vise un chiffre d'affaires à l'exportation d'environ 42 milliards d'USD de produits textile-habillement et d'environ 24 milliards de produits du cuir et de la chaussure. Cependant, c'est un objectif difficile à atteindre.

Le COVID-19 fait un grand impact pour les activités commerciales entre le Vietnam et la Chine, affectant grandement les entreprises d'exportation, dont celles du secteur textile-habillement, de la chaussure et du cuir.

Prévoyant des difficultés liées au manque de matières premières, les entreprises ont rapidement trouvé des solutions pour les importer d'autres pays ou stimuler la production de certains produits recourant aux matières premières au pays.

Le groupe textile-habillement du Vietnam (Vinatex) a décidé de se concentrer sur la production de masques de protection, en particulier des masques en tissu tricoté antibactérien de la sarl unipersonnelle Dêt Kim Đông Xuân. C'est une mesure de sauvetage, aidant les entreprises textile-habillement à faire face à des difficultés immédiates causées par le SARS-CoV-2.

Outre Dêt Kim Đông Xuân, d'autres comme la Compagnie générale d'habillement Nhà Bè, la Compagnie par actions textile-habillement Huê, la Société par actions d'habillement Hô Guom... se lancent aussi dans la production de masques de protection, sortant chaque jour de 450.000 à 500.000 unités.

Selon Truong Van Cam, vice-président de Vitas (Association du textile et de l'habillement du Vietnam), un certain nombre d'entreprises envisagent d'importer des matières premières d'autres marchés tels que l'Inde, le Bangladesh, le Brésil... pour compenser la pénurie de matières premières pour la production.

Cependant, actuellement, environ 90% des entreprises nationales sont des petites et moyennes entreprises, nécessitant le soutien de l'État pour accélérer la production, notamment en matière de fonds, de technologie...

Selon le Vitas, le Vietnam importe actuellement environ 70% des matières premières de Chine. Ce volume de matières premières importé avant le Têt traditionnel répond seulement à la commande du mois de février. En raison de vacances du Nouvel An lunaire et de l'impact du COVID-19, le mois mars connaîtra certainement une pénurie de matières premières.

L'approvisionnement en matières premières et la logistique sont deux difficultés majeures à l'heure actuelle pour les entreprises textile-habillement et du cuir et de la chaussure. La transportation de marchandises par voie routière, ferroviaire et aérienne reste limitée. Alors, les entreprises ne peuvent pas garantir l'approvisionnement de produits.

NEWS

Coronavirus prompts buyers to look closer to home

By Simon Browning BBC News
• 27 February 2020



Image copyright Bhavik Masters Image caption Bhavik says his family's firm has seen new interest from British buyers

Thirty years ago Bhavik Master's parents watched in dismay as orders for their fine knitwear, chunky winter jumpers and cardigans disappeared overseas.

Retailers had discovered they could cut costs by ordering from Chinese manufacturers.

Now though the tables may be turning thanks to the coronavirus.

"We're seeing an increase in inquiries and confirmed orders coming through," says Bhavik.

Their factory, based in Leicester under the brand Paul James, is located in a sprawling network of long narrow rooms, filled with looms, colourful yarns and expert sewers seated in rows.

Like dozens of British manufacturers in towns and cities across the UK they could soon be piecing together orders for clients they once lost, because the coronavirus is causing chaos for big retailers and their supply chains.

Swimwear

As factories in China remain largely closed, High Street shops are urgently looking at how they can plug gaps for products that are due on shelves in as little as eight weeks.

"A lot of retailers are worried they'll have no stock in the stores soon because so much comes from the Far East now, particularly in textiles," says Kate Hills from Make it British. She set up the new trade body a decade ago when she saw the impact the outbreak of the Sars virus was having on the fashion industry. She struggled to find UK firms to manufacture garments.

"We're so heavily reliant on boats coming from China [but] it takes weeks to get here. We are going to start running out of stock in the stores unless we find manufacturers locally and that's what businesses are now trying to do."

- **Drinks giant warns coronavirus will hit profits**
- **'We cancelled our holiday because of coronavirus'**
- **Car sales in China fall 92% as coronavirus hits**

For decades, big British retailers turned their backs on UK garment manufacturers. Hundreds of textile factories in towns across the UK closed as High Street stores preferred to buy cheaper clothes from China.

But the virus has laid bare how exposed global trade is to a sudden shock, as supply lines have been interrupted. It is presenting big opportunities for the factories that did survive to fill those gaps.



Image caption Kate Hills supports a shift back to British manufacturing

"In particular, it is things like seasonal products," says Ms Hills. "We're coming into the season for swimwear and that's nearly all made in China and you're going to start seeing a lack of those products in stores or certainly a lot less than you would have before."

Passing trends

In a survey sent out to her members across the UK, almost 100 responded, describing the increase in demand they've seen.

"All different sorts of products people are looking to make here now: knitwear, dress factories getting increased orders, even demand for face masks - we're being asked if we know people who can make them!"

Bhavik can't divulge who his new customers are, but he thinks it is high time British retailers realised the benefits of ordering closer to home.

"I think in the 80s and 90s, China was very good at investing in its local factories and local production and investing in modern machinery. But now the rest of the world has caught up, and I think it is time for brands to look further afield and spread that production risk," he says.



Image copyright Bhavik Masters

A product made in a UK factory can reach the shop shelves eight to 12 weeks after it's ordered, much faster than the five to six months it takes to transport it on a boat from China. In that time, a fashion trend may have passed altogether.

Specialised Canvas in Chesterfield has also seen a growth in orders following the coronavirus outbreak. It is one of the only manufacturers in the UK of pathogen isolation chambers, used to transport and treat people with severe infection and health problems. They made chambers that were used for Ebola patients.

As concern about how to treat coronavirus intensifies, managing director Paul Noble says "manufacturing products for infection control is seeing increased inquiries and orders for products to be used potentially in the treatment of the outbreak".

Loyalty

On the first floor of the factory, engineers Karen and Ellen meticulously put parts of the isolation chambers together. They cut and bond panels of thick industrial plastic into sections. Today they

are making funnels so arms can reach inside the chamber to treat patients. They will be bought by the government and used by the NHS, RAF and Ministry of Defence.



Image caption Paul Noble of Specialised Canvas says orders for infection control have increased but so have those for other products

The other side of Paul's manufacturing business, which makes bags and straps, is also seeing growth propelled by clients wanting to make more in the UK.

As part of the survey results, manufacturers described how some retailers appeared surprised at the low costs of producing in the UK now, with the added bonus of proximity to the market, cutting transport costs and potentially enhancing their environmental credentials.

A small increase in demand at this early stage doesn't represent an immediate switch back to UK production, and there may not be businesses left now that can meet every increase in demand.

"I do know some factories who are turning some of the new orders away as they want to stick with loyal original customers," says Kate Hills. "They're worried they'll come in, place new orders and then go back to China when virus has blown over. They don't want the hassle of working with them anymore."